

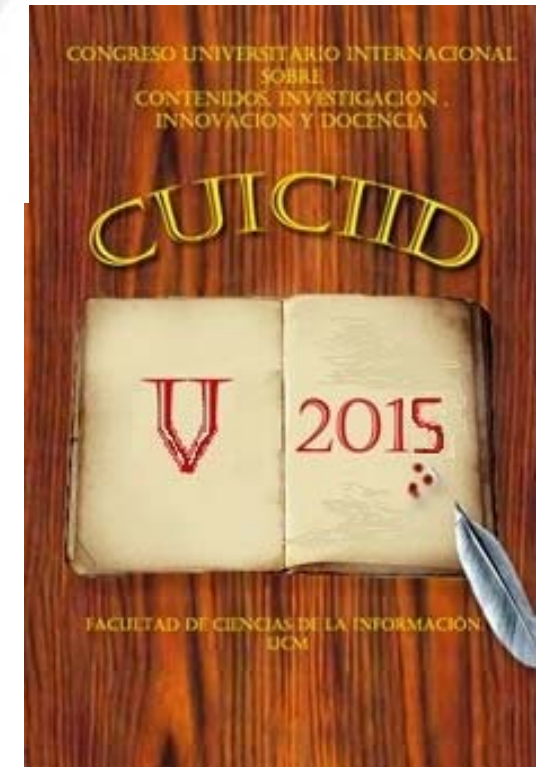
21 y 22 Octubre

CUICIID 2015



Congreso universitario internacional sobre la comunicación en la profesión y en la Universidad de hoy.

Contenidos, investigación, innovación y docencia.



ISBN: 978-84-608-5139-4

www.seeci.net/cuiciid/



Reservados todos los derechos. Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del *Copyright*, bajo las sanciones establecidas de las leyes, la reproducción parcial o total de esta obra por cualquier medio o procedimiento incluidos la reprografía y el tratamiento informático para su uso comercial.

Libro de actas del Congreso CUICIID 2015

© 2015 Juan Enrique González (Editor)

Correl: davidcaldevilla@ccinf.ucm.es

© 2015 Editorial: Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI)

C/ Cine 38. Bajo. 28024 Madrid. España

Web: www.forumxxi.net

Tel: (00 34) 91 311 76 96

ISBN: 978-84-608-5139-4

Depósito legal: No necesario para ediciones digitales abiertas

Si quiere recibir información periódica sobre las novedades de nuestro grupo editor envíe un correo electrónico a:

forum@forumxxi.net



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

Autores

◦ <i>Índice de autores</i>	4
----------------------------------	---

Área temática

◦ <i>CC.HH. 1. Antropología y Bioética</i>	736
◦ <i>CC.HH. 2. Filosofía de la ciencia</i>	761
◦ <i>CC.HH. 3. Creatividad, Retórica y Cultura</i>	770
◦ <i>PANEL CINE REALIDAD</i>	812
◦ <i>DOCENCIA 1: Las nuevas fórmulas docentes: contenidos</i>	818
◦ <i>DOCENCIA 2: Las nuevas fórmulas docentes: formas</i>	879
◦ <i>DOCENCIA 3: Adaptación al EEES: Trabajos de campo en las aulas y marco teórico</i>	978
◦ <i>DOCENCIA 4: Las TT.II.CC. y la enseñanza</i>	1037
◦ <i>INNOVACIÓN 1: Actualidad universitaria: publicaciones y trabajos doctorales</i>	1106
◦ <i>INNOVACIÓN 2: Redes sociales: lo 2.0 y 3.0</i>	1159
◦ <i>INNOVACIÓN 3: Nuevos contenidos en comunicación: Historia, evolución y sociedad</i>	1224
◦ <i>INVESTIGACIÓN 1: Líneas de investigación de vanguardia: Labores y proyectos</i>	1267
◦ <i>INVESTIGACIÓN 2: Los investigadores hoy: criterios de trabajo y criterios de evaluación</i> ...	1332
◦ <i>INVESTIGACIÓN 3: Lo último en I + D + i e investigaciones no regladas</i>	1349
◦ <i>MISCELÁNEA 1: Redes, arte y comunicación persuasiva</i>	1363
◦ <i>MISCELÁNEA 2: La realidad audiovisual, la publicidad y las RR.PP. hoy</i>	1395
◦ <i>MISCELÁNEA 3: La realidad audiovisual, la publicidad y las RR.PP. hoy</i>	1445

Volver



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

ÍNDICE ALFABÉTICO

LA FORMACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO COMPETENCIA COMUNICATIVA EN EL CURRÍCULUM DE LOS PROFESORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORA

Marta Abanades Sánchez
Universidad Europea de Madrid (España)
marta.abanades@uem.es

Justificación:

En estos momentos de la educación superior, es todo un hecho y una práctica habitual que los profesores desarrollen competencias dentro del aula. La sugerencia y puesta en marcha del desarrollo de estas competencias dentro del aula, ha obligado a los docentes a formarse mediante lecturas y cursos, para ponerlos en marcha de manera transversal en las diferentes materias.

Una de las competencias más demandadas y comentadas en los diferentes entornos, es la competencia de la Inteligencia Emocional. Muchos son los autores y libros, que a día de hoy, intentan ofrecer una definición sobre este constructo, difícil de adquirir y transmitir en todos los niveles de la educación.

Aun desconociendo si será una moda o finalmente se quedará como competencia fundamental y necesaria para trabajar a nivel multidisciplinar, en estos momentos se podría considerar como destreza esencial en el currículum del profesor del siglo XXI.

Como complemento fundamental para cualquier docente, se hace necesario conocer que formación sería necesaria para verse solvente y ponerla en práctica en los diferentes entornos en los centros educativos.

Descripción de la experiencia:

La propuesta de esta comunicación será obtener información de profesores con experiencia profesional en la educación superior. Saber si consideran necesaria esta competencia dentro del currículum del docente del siglo XXI. Si la formación que han recibido es suficiente o por el contrario consideran que necesitan recibir más formación para poder desarrollar esta competencia en sus alumnos.

La muestra serán profesores de diferentes departamentos y facultades de la Universidad Europea de Madrid.

Principales resultados:

Los datos sugieren que los profesores reconocen tener mejores destrezas no solo con sus alumnos, sino también con sus propios compañeros, no solo con el conocimiento y formación de esta competencia sino también poniéndola en práctica en las diferentes situaciones encontradas tanto dentro como fuera del aula.

Palabras clave: Competencias – Currículum del profesor - Formación - Inteligencia Emocional

CONSTRUYENDO INTERSUBJETIVIDAD A TRAVÉS DE ESPACIOS DE INTERACCIÓN DIGITAL: ESTUDIO DE CASO, ESTUDIANTES DE ANTROPOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA (Colombia)

AUTORES

Álvaro Acevedo Acevedo, Belkis Concepción Potes Portillo, Jonatham David González Florián

Universidad del Magdalena (Colombia)

alates@hotmail.com, belkis.potes@hotmail.com y jonathamgonzalez@hotmail.com

El ponente es profesor de antropología de la Universidad del Magdalena (Colombia) y adelanta dicha investigación con los estudiantes mencionados. Se utilizaron la cuenta de diez (10) usuarios de Facebook, como cada uno tenía más de treinta contactos se escogieron, aleatoriamente, las conversaciones de cincuenta (50) contactos que fueran estudiantes de antropología de la Universidad. Se entró (en Febrero, Mayo, Agosto, Noviembre del 2013 y 2014) a la cuenta de los usuarios y se grabaron las conversaciones realizadas en las últimas 72 horas en el chat y muro de la plataforma comercial. Los usuarios desconocían la fecha en la que se les solicitaba la contraseña. La información se estructuró en dos categorías, comunicación política e intimidad.

Teniendo en cuenta que la comunicación es multidireccional, que en ella participan más de tres emisores y receptores, que según Dader (2009) el mensaje llega simultáneamente en todas direcciones, que al momento de la publicación (comentario o etiquetación) los usuarios/internautas (en nuestro caso los estudiantes) comparten un estado de ánimo, un pensamiento, una posición, un texto, una noticia, es importante analizar la materialización de la interacción, la intersubjetividad, el cambio de actitud del sujeto influenciado de forma directa o indirecta, mediata o inmediata, a favor o en contra, al recibir el mensaje o la información (Derivera, 2012); las personas, como creadoras de redes sociales, le dan importancia, uso y credibilidad, por la interacción que construyen. Aun cuando es una plataforma comercial sus usuarios experimentan una sensación de privacidad que le da vía libre a socializar, sin tapujos, lo que se piensa, a compartir un pensamiento que puede ser o no ser constructivo, que puede defender o no defender algo o alguien, la intersubjetividad se construye de forma natural.

Como el chat “da” la libertad y privacidad de ofender, sin límites, como si se estuviera hablando “facetoface” con un amigo(a), las conversaciones actúan como detonantes, empiezan un tema y terminan con insultos. Las posiciones de los usuarios oscilan entre las consideraciones sobre lo importante que es la vida y la integridad hasta la ofensa poniendo al descubierto las emociones y sentimientos sobre esta o aquella persona. Apoyados en la etnografía virtual, en el “trabajo de campo”, se muestran los eventos diarios (“ejemplos”) de cómo reaccionan los usuarios/internautas, desencadenando lo que Carriethers (1995) llama intersubjetividad, aun cuando fue planteado en un escenario opuesto al de la plataforma digital, encaja perfectamente en estos espacios sociales.

“No hay una teoría preconcebida, emerja de los datos [...], en tres momentos: Descripción, ordenamiento conceptual y teorización, no necesariamente secuenciales, proporcionando una guía significativa para la acción y la comprensión.” (Strauss y Corbin, 2002: 13-14), es decir está definida desde la Teoría Fundamentada.

Palabras claves: Interacción digital – Intersubjetividad – Facebook – Chat

PROPUESTA DOCENTE PARA LA SUPERACIÓN DEL MIEDO ESCÉNICO DEL ALUMNADO EN LA ASIGNATURA DE LOCUCIÓN INFORMATIVA

AUTORES

Antxoka Agirre, Terese Mendiguren y Leire Iturregi

Universidad del País Vasco (España)

terese.mendiguren@ehu.eus, antxoka.agirre@ehu.es y leire.iturregui@ehu.eus

Esta comunicación está enmarcada dentro de un Proyecto de Innovación Educativa financiado por la Universidad de País Vasco titulado “Locución Informativa: del aula al estudio de radio. La colaboración con radios profesionales como elemento motivador para fomentar la creatividad, el aprendizaje activo y el buen rendimiento”.

Desde que se implantara la asignatura de Locución Informativa en el Grado de Periodismo de la Universidad del País Vasco hace tres años, los profesores que la imparten han tratado de enriquecer la estrategia didáctica de la misma a través de iniciativas que favorecen el aprendizaje activo y la creatividad. Uno de los retos en el aula es la superación del miedo escénico inicial de las primeras prácticas frente a las cámaras y micrófonos. Durante el curso 2014-15, los profesores de esta asignatura han establecido una metodología docente que pretende ayudar a los alumnos a superar la situación inicial de estrés emocional, con la puesta en práctica de actividades de dificultad progresiva en el plató de la Facultad. El análisis final del éxito obtenido ha mostrado resultados satisfactorios.

Esta comunicación muestra los resultados del estudio realizado a los alumnos de tercer curso de Periodismo, en el que se analiza el grado de superación del miedo escénico al enfrentarse a una locución frente a la cámara. Además, muestra una comparativa de las sensaciones que describen los alumnos en las prácticas al final de curso respecto al comienzo.

Palabras clave: Miedo escénico - Locución informativa - Comunicación oral - Docencia

DETRÁS DE LO ESCRITO: ERRORES DE COMPETENCIA SINTÁCTICA EN LOS TFG DEL GRADO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Ana María Aguilar López
Universidad de Burgos (España)
amaguilar@ubu.es

En esta propuesta se pretenden identificar algunas de las dificultades que más se repiten entre el alumnado del Grado de Maestro de Educación Infantil a la hora de afrontar la elaboración del Trabajo de Fin de Grado.

Para ello se han tomado como referencia cinco TFG, se ha establecido un plan de recogida de datos que ha consistido en fijar hasta tres plazos de entrega por cada uno de los epígrafes de los que constan los TFG que van a presentar los alumnos. Ello implica que cada epígrafe se ha revisado hasta en tres ocasiones. Dicha revisión nos ha permitido identificar los errores de los alumnos y ser conscientes de que existen ciertos errores que se repiten en varios alumnos. Si bien, dado que los errores encontrados son de diversa índole, se ha pretendido clasificarlos y centrar el análisis en esta ocasión sólo un tipo de errores, los relacionados con la competencia sintáctica.

Palabras clave: Competencia sintáctica – TFG – Grado en Maestro de Educación Infantil – Escritura

DE LO PRESENCIAL A LO VIRTUAL: CASO UNIVERSIDAD METROPOLITANA

AUTORAS

María Alejandra Aguilar Párraga y María Elena Del Valle Mejías

Universidad Metropolitana (Venezuela)

maguilar@unimet.edu.ve y mvallalba@unimet.edu.ve

El mundo en el que vivimos demanda con urgencia el replanteamiento de las principales instituciones y sus dinámicas internas. Una institución de tan antigua data, como la medieval Universidad hoy más que nunca reclama la refundación de sus principios para responder a los requerimientos de un mundo distinto y a las necesidades de una sociedad de la que parece estar divorciada.

Desde el año 2011, la Universidad Metropolitana de Caracas, emprendió un proceso de introspección profundo que implicó la revisión de programas de estudio, diseños instruccionales e incluso modalidades en la administración de materias para acortar las distancias entre los perfiles esperados por el ámbito laboral y los generados por nuestra casa de estudios.

En el presente artículo se describen las dificultades que significaron para la UNIMET los cambios en el diseño y planificación de cursos presenciales que se cambiaron a virtuales.

Palabras Clave: Enseñanza presencial - Enseñanza virtual - Diseño curricular

SERVICIO INTEGRAL PARA LA INCORPORACIÓN Y USO DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN ASIGNATURAS VIRTUALES DESTINADO A PROFESORES DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA

AUTORAS

María Alejandra Aguilar Párraga y María Magdalena Ziegler

Universidad Metropolitana en Caracas (Venezuela)

maguilar@unimet.edu.ve y mziegler@unimet.edu.ve

La Universidad Metropolitana, comprometida con la calidad de la educación superior, y consciente de la realidad, ha llevado a cabo numerosos esfuerzos e invertido importantes recursos para incorporar las tecnologías de información y comunicación a la práctica pedagógica a lo largo de los últimos 20 años. En consecuencia, ha sido pionera en la incorporación de tecnología en la educación por lo que actualmente cuenta con el Centro de Tecnología de Información y Comunicación (CeTIC), con el Centro de Aprendizaje en Línea (CAL), y con la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje (UGTA). Siendo esta última la encargada de brindar apoyo, asesoría, capacitación y acompañamiento a toda la comunidad institucional en el uso efectivo y óptimo de las herramientas tecnológicas a su disposición.

La presente investigación aborda con detalle los servicios que presta la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje a la comunidad unimetana, sobre la base de una investigación de tipo proyectiva en la que se detectó una necesidad y se diseñó un plan de gestión para atenderla incorporando elementos que generen cambios para mejorar la calidad del servicio, de la educación virtual y de la institución. Así mismo, se utilizó un diseño de campo, ya que la recolección de datos se tomó de primera mano en el ambiente natural, sin modificar la realidad que se vive dentro de la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje.

Finalmente, la presencia de la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje y la integralidad de su servicio se han convertido en un elemento clave de asesoraría y acompañamiento al docente en el diseño o rediseño, de manera efectiva, en esa oferta virtual de asignaturas, cursos o programas, logrando diferenciar, evidente y tangiblemente, una formación meramente a distancia de un *e-learning*, bien concebido.

Palabras claves: Tecnologías de información y comunicación – *E-learning* – Educación virtual – Diseño instruccional

LA AUDIENCIA AUSENTE EN EL NUEVO MAPA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

AUTORES

Eva Aladro Vico y Julio César Pérez Herrero

U. Complutense de Madrid y U. Camilo José Cela Madrid (España)

eadadro@ucm.es y jcherrero@ucjc.edu

El artículo trata de aislar las nuevas formas de audiencia que surgen con Twitter, y que interactúan con los medios tradicionales.

Muestra el impacto de una red como Twitter en forma de cambio en los modelos y dinámicas de las audiencias tradicionales de los medios de masas. Estudia la aparición no solamente de audiencias diferidas, que repercuten sobre los medios de masas tradicionales cambiando sus agendas, marcando sus retóricas y redefiniendo el modelo de comunicación tradicional, sino sobre todo, audiencias indirectas o ausentes que vienen a intermediar los procesos antes exclusivamente en directo de los programas televisivos de debate político.

Presenta casos de estudio en los que una audiencia falsa artificialmente construida influye decisivamente en la imagen política de una figura o se genera para intentar presentar una imagen de mayor impacto social en las redes para un candidato político. Al mismo tiempo, se muestra cómo es posible usar la propia herramienta de la red *Twitter* para detectar audiencias diferidas, falsas o artificialmente generadas con fines electorales.

Twitter es una potente herramienta de dinamización y evolución de los medios tradicionales. Su naturaleza se muestra mucho más elástica a la hora de conceptuar el tiempo y el espacio social y sobre todo de transparentar al mismo tiempo influencias de poder y tendencias sociales de cambio.

Palabras clave: Redes sociales – Audiencias - Audiencias falsas - *Twitter* - *Twitterbots*

HABLEMOS DEL MÉTODO ETNOGRÁFICO. DE LA COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN PARA ANALIZAR LA REALIDAD CULTURAL

AUTOR

Johnny Alarcón Puentes
Universidad del Zulia (Venezuela)
jalarconxxi@gmail.com

En el siguiente trabajo de investigación se abordan elementos que permiten establecer una relación entre la teoría antropológica y la hermenéutica. Para ello partimos desde los clásicos del paradigma hermenéutico: Friedrich Schleiermacher, Wilhelm Dilthey hasta autores como Hans Georg Gadamer, Martin Heidegger y Paul Ricoeur, para así constituir unos criterios relevantes que permitan analizar la realidad cultural. De esta manera, rompemos con los paradigmas estáticos que no permiten una postura creativa a la hora de examinar los datos etnográficos recogidos.

Para la antropología se trata de un planteamiento epistémico que está en el corazón de la práctica etnográfica, pues está claro que en el quehacer antropológico la comprensión/interpretación de los contextos culturales es indispensable. A partir de nuestra perspectiva investigativa construimos una configuración de la hermenéutica desde la teoría antropológica, para luego incursionar en lo relativo al Método Etnográfico. Desde allí lograr definir unos criterios metódicos que ayuden a comprender los fenómenos culturales desde el diálogo con la alteridad e interpretando y reinterpreto la etnografía realizada.

Precisamente para que la antropología no se sumerja en un éxtasis snobista, acomodaticio y esquizofrénico, pasa por una revisión seria y un re/planteo riguroso de su epistemología, es decir el rescate hermenéutico como esencia científica. Esta episteme intenta superar la rigidez y unilateralidad refutando la concepción de objetividad como relación externa a los individuos y se plantea la recuperación del contexto social, sus significados, representaciones y múltiples determinaciones.

Concluimos, que solo con un nuevo enfoque la antropología puede salir de los ámbitos empirista del positivismo para lograr una conformación de los contextos culturales que atienda la subjetividad, el cambio y las dinámicas multilocales que se presentan en ellas.

Palabras clave: Método etnográfico – Hermenéutica – Episteme – Cultura – Antropología

LA CRÓNICA DE SUCESOS, UN FORMATO ANTIGUO EN EL NUEVO CONTEXTO *WORLD WIDE WEB*

AUTORES

Alberto Albacete Carreño y Cristina Cañamero Alvarado

Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Camilo José Cela (España)

jefedepolicia@ayto-valdemoro.org y ccanamero@ucjc.edu

La prensa escrita, al igual que en la antigüedad lo fueron las crónicas, se convierte en un reflejo de la sociedad. Por lo tanto su utilización como fuente de información se convierte en un referente equiparable a otras fuentes históricas. Sobre todo si tenemos en cuenta que en el siglo XX la “revolución informativa” que había comenzado a finales del XIX, hace que la prensa sea denominada el “cuarto poder”, los autores ingleses hablan de los *Mass Communication*, apostillando que un hecho se convertirá necesariamente en información cuando la población la entienda, la asimile y la convierta en un hecho social. En los albores del siglo XXI se producirá un proceso similar, cuando internet se eleve al medio de comunicación por excelencia, no sólo por la rapidez en la forma de comunicar, sino por su versatilidad, ya que permite ver, buscar,..., en todos los medios de comunicación, pudiendo hacer una lectura crítica de las noticias, incluso de la crónica de sucesos.

La crónica de sucesos no es sólo una disciplina más dentro de las materias estudiadas por los periodistas, en ella no sólo se deben exponer los hechos de manera clara y estructurada, también se conjugan factores determinantes que atañen a otras áreas de conocimiento, como el Derecho o la Criminología, al tener que incluir datos y vocabulario especializado, conocer todo lo que tiene que ver con el ámbito permitirá una mayor veracidad a la hora de transmitir la información.

No sólo estas disciplinas tienen cabida en la redacción y difusión de una noticia de sucesos, la Sociología, la Psicología..., desempeñan también su papel con mayor o menor protagonismo, al ser elementos que ayudan a estudiar, medir y determinar la difusión y calado de una noticia, o de su protagonista en un colectivo social mediante la Opinión Pública.

Veremos cómo se va adaptando a los medios de comunicación con los que va contando para su difusión, se va erigiendo en un género imprescindible para la información diaria, saltando de las revistas especializadas o de las páginas de los periódicos o de las páginas de periódicos denominados como tal, a ser una portada o un *trendictopic* con la llegada del *World Wide Web*.

La propia crónica de sucesos, independientemente de su forma va evolucionando según la sociedad, y evoluciona tanto paralelamente en su forma como en su fondo. El objetivo que se plantea es poner de manifiesto como estos trabajos, muestran un contenido común en cuanto a las representaciones de los sujetos que retratan y que el género en el que se enmarcan, la crónica de sucesos evoluciona adaptándose a la tecnología del momento, ocupando espacio en los medios de comunicación, no sólo prensa escrita tradicional del siglo XX.

Palabras Clave: Crónica de sucesos – Medios de Comunicación – Público

ATAVIST, LECTURA CINEMATOGRAFICA PARA USUARIOS DIGITALES MEDIANTE UN SOFTWARE VANGUARDISTA

AUTOR

José María Albalad Aiguabella
Universidad San Jorge de Zaragoza (España)
jmalbalad@usj.es

Este trabajo, respaldado por el Ministerio de Educación español a través de una ayuda de Formación de Profesorado Universitario (FPU), forma parte de los resultados del grupo de investigación de la Universidad San Jorge “Comunicación, periodismo, política y ciudadanía”.

Ofrecer artículos de no ficción a medio camino entre las revistas y los libros, pero diseñados con una concepción nativa digital. Con esta propuesta nació Atavist a comienzos de 2011, un proyecto –ahora bajo la etiqueta de Atavist Magazine– que publica historias originales de entre 5.000 y 30.000 palabras con una periodicidad mensual. Sus creadores, Evan Ratliff y Nicholas Thompson, dos experimentados colaboradores de la revista Wired, trataron no solo de fabricar piezas de una calidad extraordinaria, sino de adaptar el producto al soporte provocando sensaciones diferentes a las del consumo de una publicación tradicional. Por ello, ofrece una experiencia de lectura cinematográfica que aprovecha la multimedialidad de internet a través de diferentes soportes. No en vano, la publicación está disponible tanto para iPad como iPhone con la App Atavist, y permite su descarga en varios lectores electrónicos (Kindle, Nook y Kobo).

Sin embargo, esta innovadora apuesta ha quedado en un segundo plano tras el éxito de Creatavist, una herramienta de publicación en línea –lanzada como una ramificación del proyecto– que facilita la creación de historias digitales, libros y revistas sin conocimientos de programación web. “La idea es que cualquier persona pueda diseñar su publicación con brillantez, publicar con facilidad e incluso vender su producto”, explica Olivia Koski, una de las responsables del software, en su sede de Nueva York (comunicación personal, 4 de noviembre de 2014). Tan bien ha funcionado que sitios a la altura de *Medium*, *The California Sunday Magazine*, TED y *The Paris Review*, entre otros muchos, sustentan sus *sites* en este programa. Periodistas autónomos, estudiantes, medios de comunicación, universidades, etc. forman parte de su amplia cartera de clientes. “Tenemos una gran comunidad internacional, por lo que contribuimos a crear el mejor periodismo. El modelo de negocio está ya en *Creatavist*. Ahí vemos el futuro”, asegura Koski.

La investigación ahonda en el modelo de esta iniciativa. Tras estudiar sus orígenes y analizar su evolución, se describe cómo una publicación de relatos y crónicas de no ficción (*longform*) ha derivado en un *software* capaz de competir con gestores de contenido como *WordPress* gracias a su sencillez, elegancia y claridad. Resulta especialmente interesante el cambio de filosofía: si bien *Atavist* y *Creatavist* convivieron durante sus inicios, el portal de *Atavist*, en 2015, pasó a recoger bajo este nombre la herramienta de diseño. Así, *Creatavist*, como tal, desapareció, y el producto que originariamente albergaba *atavist.com* se encuadró en la sección secundaria *magazine.atavist.com*. El trabajo, que presenta un caso paradigmático en lo que se refiere a nuevas formas de expresión, lenguajes y lecturas, incluye datos recabados en su redacción del barrio neoyorkino de Brooklyn.

Palabras clave: Nuevos medios - Internet - *Longform* - *Atavist* - *Creatavist*

LOS MEDIOS EN LA ENCRUCIJADA: LA BÚSQUEDA DE FÓRMULAS MAGISTRALES

AUTORA

María Alcalá-Santaella Oria de Rueda
Universidad San Pablo CEU (España)
alcala.fhm@ceu.es

El aumento de los medios digitales, la evolución tecnológica de los soportes, el cambio de hábitos de los lectores y la posibilidad de obtener los contenidos gratis han revolucionado a los periódicos y los han situado en una encrucijada de caminos. La crisis económica ha recortado los ingresos publicitarios y ha hecho que los grupos de comunicación hayan aplicado distintos modelos de muros de pago para intentar rentabilizar sus contenidos.

No se pueden hacer predicciones en un mundo cambiante; mientras unos se empeñan en teorizar sobre el futuro de los periódicos impresos, la realidad es que urge encontrar estrategias para consolidar vías de negocio que sean rentables. El problema es que lo que a unos les funciona, para otros es su ruina y muchos prefieren no arriesgarse en sus empresas ante la duda de si la fórmula que beban les convertirá en el Hyde que les lleve a la ruina.

Para los grandes diarios españoles, la transición hacia el ámbito digital ha sido relativamente lenta y ha tenido que superar cambios de mentalidad y de orientación empresarial. Los medios de comunicación emprendiendo casi a ciegas un camino sin saber cuál podría ser el final del viaje. Aparecieron nuevas formas de comunicación basadas en la convergencia multimedia, la personalización de contenidos y la interactividad, surgiendo un nuevo escenario en el que aún no se ha encontrado un formato propio.

El abanico de fórmulas fluctúa desde las publicaciones gratuitas en papel a las cabeceras que nacen únicamente *online*, pasando por distintas apuestas como los muros de pago, la estrategia empresarial de las donaciones o el *freemium* que combina el consumo gratuito de algunas piezas con el pago por informaciones especiales.

La clave del negocio de los periódicos continúan siendo los ingresos publicitarios y ese es un gran vacío que, de momento, no han sabido cubrir las ediciones digitales porque el aumento de lectores no se corresponde con el aumento de los ingresos publicitarios; ese error de cálculo es el gran drama de los medios que han querido dar el salto a lo digital frente al papel. Según reconocen algunos grandes grupos, los ingresos por publicidad de las ediciones digitales suponen un 20%, mientras que el 80% restante corresponde a las ediciones impresas y a los suplementos del periódico.

En el caso del periodismo en España, no está del todo claro que los muros de pago vayan a ser una solución a corto plazo porque los lectores que aceptan el pago por visión siguen siendo, prácticamente, el reducido cupo de lectores que se suscribía al diario en papel para recibirlo en casa.

La viabilidad de las empresas editoriales *online* se apoya en los avances de las nuevas tecnologías, las aplicaciones y los nuevos soportes de dispositivos móviles que permiten conectarse a los usuarios y pasan, inevitablemente por apostar por la credibilidad de la marca y los contenidos de calidad.

Palabras clave: Periodismo digital – Convergencia multimedia – Estrategia empresarial

ANÁLISIS ICONOLÓGICO DE LOS VALORES. ADAPTACIÓN DEL MODELO DE PANOFSKI AL ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES JUVENILES

AUTOR

José Antonio Alcoceba Hernando
 Universidad Complutense de Madrid (España)
jaalcoce@ucm.es

La presente comunicación forma parte de una investigación financiada en el año 2015 por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), cuyo objeto de estudio es el análisis de los valores juveniles. El objetivo general de la misma ha sido la exploración de la representación icónica de los valores entre los jóvenes universitarios, analizando los procesos de auto-construcción de dichas representaciones en relación con los discursos sociales y mediáticos.

Para la consecución de este objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos de esta investigación:

- Identificar los mapas conceptuales y perceptuales con los que los jóvenes construyen su imaginario iconológico de valores y contravalores.
- Analizar la construcción visual de estereotipos y las representaciones icónicas de modelos de los valores con los que los jóvenes conforman sus mentalidades.
- Analizar críticamente las valoraciones identitarias y culturales de los jóvenes universitarios, atendiendo a sus autorepresentaciones iconológicas deseables e indeseables en el contexto sociohistórico actual.

La metodología propuesta para llevar a cabo esta investigación partió de un modelo experimental que tomaba en cuenta tanto la perspectiva auto-etnográfica como la iconológica. Para ello, se procedió a plantear un diseño experimental que tomase en consideración esta complejidad del análisis, combinando la metodología cualitativa y cuantitativa.

Esta comunicación, se centra únicamente en el análisis iconológico cualitativo, tratando de adaptar el modelo iconológico que Panofski desarrolló para estudiar las obras de arte, al análisis de los valores juveniles representados en imágenes, partiendo de los principios propuestos por dicho autor: 1. Lectura del sentido fenoménico de la imagen, es decir, la iconología; 2. Interpretación de su significado iconográfico; y 3. Penetración de su contenido esencial como expresión de valores.

En nuestro caso, la adaptación del modelo de Panofski, se concretó en un análisis que comprendía dos fases diferenciadas pero complementarias: 1. La descripción y el análisis preiconográficos y 2. El análisis iconológico.

- Descripción y análisis preiconográficos. Esta primera fase, aborda la significación perceptiva primaria además de la *“Identificación de imágenes, historias y alegorías”*. El análisis iconográfico implica un método descriptivo y no interpretativo y se ocupa de la identificación, descripción y clasificación de las imágenes. El análisis iconográfico necesita profundizar en los cambios históricos de la representación de determinados temas iconográficos.

- Análisis iconología. Verdadero objetivo del análisis de la obra de arte, y en nuestro caso de las imágenes sobre valores juveniles: dilucidar la significación intrínseca o contenido. Supone un proceso interpretativo: *“la iconología es un método de interpretación que procede más bien de una síntesis que de un análisis”*. Igual que en los pasos anteriores, debe aplicarse un principio correctivo que documente las *“tendencias generales y esenciales del espíritu humano”* que se expresan en determinados momentos históricos.

Palabras clave: Valores Juveniles - Iconología - Representaciones icónicas - Identidades Sociales

EL USO DE VIDEOS DE ESCRITORIO COMO HERRAMIENTA DE APOYO A LA DOCENCIA VIRTUAL

AUTORES

Ángel Aldecoa Arnaiz, Lamberto Benito del Valle Eskauriaza y Agurtzane Celestino Gutiérrez

Universidad del País Vasco (España)

angel.aldecoa@ehu.eus, lamberto.benitodelvalle@ehu.eus y agurtzane.celestino@ehu.eus

El alumnado universitario actual está acostumbrado a utilizar un lenguaje simple, directo y corto, así como a utilizar medios audiovisuales en la búsqueda de información necesaria, tanto en el ámbito personal como en el académico. A su vez, la labor del docente como facilitador del aprendizaje conlleva el uso de metodologías de aprendizaje cooperativo, que se complementan con el entorno Web 2.0, lo que le permite la utilización de herramientas de *e-learning* como Moodle. Ante esta situación, nos planteamos la conveniencia de crear videos específicos con contenidos de los temas más complejos del programa de la materia Informática, como material de apoyo imprescindible para el alumnado.

En un entorno globalizado en el que el uso de las TIC es masivo, la información audiovisual es cada vez más consultada por el discente, quizá debido a las limitaciones que supone la lectura y escritura de información mediante redes sociales como Twitter o bien, por la incomodidad de los teclados virtuales de los *smartphone*, *tablet*... Como ejemplo, véase el uso masivo de Youtube, el tránsito de archivo de fotos y videos en Facebook, Instagram... Por consiguiente, cuando a un/a alumno/a le surge una duda, en un buen número de ocasiones, recurre a la búsqueda de algún video en la web que le resuelva la cuestión. Sin embargo, la red cuenta con millones de archivos por lo que esta tarea se puede convertir en una labor ingente y sin garantías de que lo que se visualice tenga rigor académico.

Al mismo tiempo, la transmisión del conocimiento en un entorno Web 2.0, permite la utilización de herramientas de *e-learning*. Nuestro trabajo se desarrolla en un entorno particularizado de Moodle, que funciona como una red social en Internet entre profesorado y alumnado. Este gestor de contenidos nos permite la utilización de herramienta tales como; foros, wikis, posibilidad de añadir recursos externos, archivos audiovisuales... Dichos vídeos resultan un material de apoyo imprescindible a la bibliografía y la documentación en formato texto que aporta el profesorado.

La experiencia de cursos anteriores, revela la utilización masiva de este material, y esto nos lleva a la determinación de reforzar y continuar con su producción, para su uso como una herramienta fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje cooperativo, pues refuerza la interdependencia positiva y su sentido de responsabilidad individual.

Para que esta herramienta resulte eficaz y eficiente, el software de grabación tiene que ser de fácil aprendizaje para el profesorado; los vídeos han de contener explicaciones simples a conceptos complejos; ser concisos (no explicar más de un concepto a la vez); de corta duración para no perder la atención del y de rápido acceso (accesible desde cualquier plataforma) para que se puedan utilizar en cualquier momento del día y en cualquier lugar.

Palabras clave: Docencia - *E-learning* - Videos - Aprendizaje cooperativo - TIC

LENGUAJE Y NEUROCIENCIA. PROPUESTA DE UN CUADRO DE OBSERVACIÓN PARA EVALUAR LA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LOS DOCENTES

AUTORA

Azul Alférez Villarreal

Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia)

azul.alferezv@campusucc.edu.co

En los últimos años está apareciendo cada vez más bibliografía relacionada con la comunicación y la neurociencia, específicamente con la dinámica entre mente (neuro) y lenguaje (lingüística). Nuestra percepción del mundo expresada a través del lenguaje y la interacción con los demás mediante la comunicación es un tema central en el campo educativo, entre otros. La investigación versa sobre la comunicación eficaz, en relación al lenguaje y a la neurociencia, aplicada a la educación superior. Se propone un cuadro de observación con indicadores que pueden llevar a una aplicación práctica que nos permita reconocer y desarrollar habilidades para la mejora de las relaciones intra e interpersonales.

Hemos realizado un proyecto de investigación en el campo de la docencia. Hemos construido un cuestionario que permite observar para evaluar la calidad/cantidad de la competencia comunicativa aplicada a la comunicación oral de los docentes. Para construir y validar el cuadro de indicadores se han realizado entrevistas en profundidad a expertos en comunicación eficaz de España.

Palabras clave: Educación- Psicología - Neurociencia - Enseñanza superior - Comunicación eficaz

PARTICIPACIÓN CIUDADANA TRAS EL 15 M. ¿SON LOS JÓVENES HOY MÁS PARTICIPATIVOS?

AUTORA

Ana Almansa Martínez
Universidad de Málaga (España)
anaalmnasa@uma.es

El Movimiento 15 M supuso un revulsivo para la sociedad española en general y los jóvenes en particular. Cuatro años más tarde queremos comprobar si este fenómeno se ha traducido en una mayor participación ciudadana y si la ciberdemocracia es un hecho en nuestro país. Un movimiento que ha tenido una clara repercusión en el panorama partidista de España, también podría haber tenido consecuencias en la participación y activismo político, especialmente de los jóvenes.

Es evidente que la ciudadanía dispone hoy de unos nuevos medios (*socialmedia*) para relacionarse con la clase política (Almansa y Castillo, 2014). Las arenas políticas hoy están en internet, especialmente en los *socialmedia*, que se han convertido en lugar de debate habitual. Hoy, cualquiera de nosotros podemos hacerle llegar nuestra opinión a los líderes políticos, que hacen públicos sus perfiles en redes sociales, sus blogs, etc.

Con este panorama, lo que queremos conocer es si se está aprovechando por parte de la ciudadanía, especialmente por parte de los jóvenes, estos nuevos medios para tener una participación más activa en la vida política. Tal como indican Casacuberta y Gutiérrez Rubí (2010), “la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de participación (eParticipación) no significan crear un nuevo tipo de participación, sino simplemente más participación”. Es decir, se utilicen los soportes o medios que se utilicen, el fenómeno es siempre el mismo: participación. Como, en principio, los nuevos medios permiten una mayor participación, se quiere comprobar si hoy la participación juvenil en temas políticos es habitual.

Por ello, se ha realizado una encuesta entre estudiantes universitarios sobre su participación, ya sea con medios tradicionales o con medios tecnológicos (internet). Los primeros resultados obtenidos demuestran la desafección que sigue habiendo en la actualidad entre los jóvenes españoles y los políticos. La participación de los jóvenes en la vida política sigue siendo poco elevada. Ni redes sociales ni el movimiento 15 M se han traducido en una recuperación de los jóvenes para la política. De esta manera, encontramos jóvenes que jamás se han relacionado con ningún dirigente político ni han tenido una actitud activa ante algún tema sociopolítico. Eso sí, en general se entiende que las redes sociales han servido para poder aproximar a los jóvenes a los políticos y creen que este contacto es muy importante en democracia.

Palabras clave: Socialmendencia – Jóvenes – eParticipación – Ciberdemocracia – Ciberpolítica

INTERNET, COMUNICACIÓN, PERIODISMO, Y 2.0, 3.0: LOS MEDIOS EN EL ENTORNO CIUDADANO

AUTORA

Estrella Alonso del Barrio
Universidad de Valladolid (España)
alonsodelbarrio@gmail.com

En el ámbito de los medios de comunicación, y más concretamente de los medios de comunicación para Internet, solemos referirnos a la "etapa 2.0" como aquella en la que los medios comenzaron a realizar contenidos *ex profeso* para sus plataformas digitales, y 3.0 como aquella en la que los ciudadanos participan en la creación de contenidos. Sin embargo, cuando nos referimos exclusivamente a internet, con "2.0" hacemos referencia a la publicación directa de los ciudadanos en sus propios medios (blogs y redes sociales, entendiendo estas de forma genérica).

Por otro lado, se suele aludir a RR.SS. de forma genérica para hablar de medios que, desde un punto de vista sociológico, no son tales redes sociales. O, al menos, no lo eran en origen.

Para acabar de complicar el estado de la cuestión, en muchas ocasiones los medios de comunicación social toman forma de medios sociales de comunicación (de ciudadanos), a través de las RR.SS., con lo que algunos de los papeles tradicionales como productores de contenidos entran en un terreno tan resbaladizo como lo es para el resto de los mortales. Por ejemplo, su papel como autores reconocidos desde el punto de vista de la propiedad intelectual.

Es decir, que los ciudadanos devienen en medios, los medios en ciudadanos, y todos ellos operan en medios, en plataformas, con reglas que se están escribiendo. A arrojar luz sobre estos aspectos va dirigido este trabajo, que parte del análisis de fuentes secundarias para reflexionar sobre los límites de ese 2.0 y 3.0, sobre las fronteras de las redes sociales y sobre el papel que los medios juegan en ellas.

Palabras clave: Redes sociales - 2.0, 3.0 - Medios de comunicación social - Medios sociales de comunicación

CAMBIOS EN LA IDENTIDAD Y CULTURA DOCENTE EN EL EEES

AUTORES

Israel Alonso Sáez, Clemente Lobato Fraile y Maite Arandia Loroño

Universidad del País Vasco

Israel.alonso@ehu.es, clemente.lobato@ehu.es, maite.arandia@ehu.es

Esta revisión teórica sobre la identidad académica está vinculado a la línea de innovación curricular impulsada por el grupo de investigación consolidado Ikasgura: Cambio educativo en la Universidad (GIU 14/08). El estudio de la identidad docente universitaria se ha convertido a lo largo de las dos últimas décadas en un marco de referencia para la Educación Superior (ES). Son dos las razones que explican este creciente interés. La primera, la preocupación por conocer qué impacto está teniendo la transformación de la ES en sus académicos y académicas (Barnett & Di-Napoli, 2008; Hyde & Drennan, 2013). La segunda está relacionada con la relevancia, cada vez mayor, de la función docente dentro de la ES (Kreber, 2010; Galloway & Jones, 2012). El propio proceso de convergencia europeo (EEES) ha sido un importante impulsor en nuestro entorno de la reflexión sobre la docencia en la ES (Monereo, 2014). Un análisis de las investigaciones a nivel internacional revela que la labor docente no solo necesita del conocimiento relacionado con la disciplina, sino también del vinculado a la dinamización de procesos de enseñanza y aprendizaje y su acompañamiento, lo que hace posible avanzar hacia el cambio de un paradigma centrado en la enseñanza a otro centrado en el aprendizaje (Zabalza, 2009).

Estos estudios aluden a cómo lograr que el profesorado consiga cambiar los modos de entender y hacer sus prácticas académicas para que estas formen parte de su núcleo identitario (Negvi & logstrom, 2014). Ayudan a comprender, asimismo, los procesos de cambio identitario para, de este modo, poder discernir cómo se puede intervenir en estos procesos de transición desde el punto de vista de la formación y de las políticas institucionales (Kinash & Wood, 2013). También enfatizan que un cambio educativo profundo no puede provenir solamente de reformas organizativas, tecnológicas o metodológicas, sino que para que se produzca hemos de tener presente el rol fundamental que desempeña el profesorado y, por lo tanto, si sus creencias más profundas no cambian, difícilmente lo van a hacer los procesos de enseñanza-aprendizaje en los que esté implicado (Monereo & Pozo, 2011).

Este examen de la literatura científica va a permitir, al fin, destacar una serie de elementos nucleares en la construcción de las identidades docentes universitarias y, también, en los procesos de formación y acompañamiento necesarios para apoyar ese tránsito. Estos elementos son: Representaciones (Weise & Sanchez, 2013), interacción (Leibowitz, Ndebele & Winger, 2014;), ética y valores (Fitzmaurice, 2013), conocimientos y saberes (Korhonen & Törmä, 2014), cultura universitaria global y local (Leaton & Whitty, 2010), teorías implícitas (Korthagen 2010), emociones (Badia, 2014) e integración (Pozo, 2011). Este trabajo concluye clarificando las condiciones y actuaciones que habría que tener presentes para ir dando pasos en el cambio de paradigma universitario.

Palabras claves: Identidad docente universitaria - Identidad académica - Espacio Europeo de Educación Superior - Educación Superior - Cultura docente

MOTION GRAPHICS COMO HERRAMIENTA DOCENTE

AUTORA

Concepción Alonso Valdivieso
Universidad de Granada (España)
alonsov@ugr.es

Desde las Universidades siempre nos estamos planteando qué podemos hacer para la mejora de nuestra docencia. Existen muchas iniciativas que plantean nuevas metodologías docentes para conectar mejor con los estudiantes de hoy. Una de ellas es la "clase al revés" desarrollada por los profesores Bergman, J. y Sams, A. y que practican con mucho éxito. Se trata de invertir el orden en el que los alumnos adquieren el conocimiento. Se les proporciona un material audiovisual que contiene la clase magistral para su aprendizaje en casa, mientras que en clase se realizan prácticas o debates con la orientación del docente. De esta manera se observan individualmente los conceptos adquiridos por los alumnos y se refuerzan los aspectos no aprendidos.

Este material audiovisual puede desarrollarlo el propio docente con el uso del Motion Graphics, una técnica de animación idónea para estos contenidos por su sencillez y su atractivo estético. Los Motion Graphics son imágenes y textos en movimiento que acompañados de una música sirven para transmitir un mensaje lleno de dinamismo. Resultan muy atractivos visualmente y captan la atención fácilmente, por lo que tienen un gran poder comunicador. Aunque este término suena recientemente en España lo cierto es que ésta técnica está ligada a los inicios del cine, sobre todo cuando se empieza a pensar en la estética y narrativa de los títulos de crédito. Actualmente lo podemos observar en cine, televisión, publicidad, tutoriales, etc.

También hemos comprobado que ya existen algunas empresas pioneras que prestan sus servicios para la elaboración de contenidos didácticos, como TED-Ed, nacida en 1984 con el fin de difundir ideas a través de vídeos didácticos y educativos mediante la animación y el Motion Graphics. Actualmente disponen de una plataforma desde la que se puede acceder para consultar lecciones audiovisuales sobre cualquier tema.

En la Universidad de Granada hemos lanzado un curso de "Iniciación al Motion Graphics", su finalidad es la de dotar a nuestros docentes de los conocimientos necesarios para crear sus propios contenidos adaptados a sus asignaturas. Hemos comprobado cómo a pesar de lo abrumador que puede resultar al principio, los resultados han sido muy positivos. En 20 horas de taller hemos conseguido crear diseños estáticos a los que les hemos dado vida gracias a programas como Adobe After Effects. Además, como hemos señalado sus usos son múltiples y a partir de esta experiencia podremos crear animaciones para presentar proyectos, resultados de un estudio o cualquier otro tipo de información con resultados muy profesionales.

Ahora tenemos las herramientas necesarias para crear contenidos personalizados, capaces de transmitir y servir como material de apoyo al estudiante.

Palabras clave: Animación - Educación - Audiovisual - Prácticas Docentes

PROMOCIÓN TURÍSTICA 2.0. ANÁLISIS DE LA INTERACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES GUBERNAMENTALES DE IBEROAMÉRICA

AUTORES

Verónica Paulina Altamirano Benítez, José Miguel Túñez López y Karina Paola Valarezo González

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador) y Universidad Santiago de Compostela (España)
vpaltamirano@utpl.edu.ec, miguel.tunez@usc.es y kpvalarezo@utpl.edu.ec

El aporte del turismo como un eje promotor de desarrollo social y económico se fortalece en el ámbito internacional gracias al surgimiento de nuevos destinos turísticos, con lo cual la actividad se ha convertido en uno de los sectores económicos de más amplio crecimiento a nivel mundial. Por esta razón la comunicación turística 2.0 adquiere especial relevancia y es aprovechada por los Gobiernos Nacionales de los 22 países de Iberoamérica como una plataforma para la promoción y difusión de su oferta.

El objeto de estudio de la presente investigación es analizar la participación e interacción de los viajeros frente a la oferta presentada en los canales oficiales utilizados para la promoción y difusión turística de los organismos gubernamentales de Iberoamérica. Para lo cual se utilizó una combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas aplicadas a partir del monitoreo de los portales Web y las Redes Sociales (Facebook, Google +, Twitter, Flickr, Instagram, Pinterest y YouTube) oficiales.

Entre los principales resultados de la investigación se destaca la convergencia digital de la comunicación turística en la que se evidencia como la oferta turística se adapta a los diferentes formatos digitales, lo cual provoca diferentes reacciones en los turistas 2.0, que varían en relación a los contenidos publicados y las herramientas utilizadas.

Palabras clave: Promoción turística - Lo 2.0 - Redes sociales - Redes sociales gubernamentales

MUJERES EN LAS INGENIERÍAS: MODELOS PSICOLÓGICOS DE ELECCIÓN DE ESTUDIOS Y EDUCACIÓN TECNOCIENTÍFICA

AUTORES

F. Javier Álvarez Lires, J. Francisco Serrallé Marzoa, Uxío Pérez Rodríguez y Azucena Arias Correa

Universidad de Vigo (España)

xabieral@uvigo.es, jfserralle@uvigo.es, uxio.perez@uvigo.es y azucena@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

El acceso de las mujeres a los estudios de ingeniería continúa marcado por el género de tal manera que, después de un periodo de alza entre finales de los 80 y el año 2000, los porcentajes de mujeres se han estancado o han disminuido y no superan el 30%, con la excepción de ingeniería química y tecnologías alimentarias, tendencia que reviste alcance mundial. Existen informes de instituciones como UNESCO, ONU, FECYT, UMYC y otras que lo constatan, pero poco se sabe acerca de las razones de las elecciones de las mujeres y de sus preocupaciones. En dichos informes se asegura que es necesaria la incorporación de más mujeres a la ingeniería para mantener y promover el conocimiento de nuestras sociedades y no solo por razones de equidad, pues éstas no se pueden permitir el lujo de prescindir de la mitad de los talentos. Concluyen que las cuestiones de género son un problema para la sociedad, puesto que ciencia, ingeniería y tecnología son los pivotes para alcanzar el desarrollo sostenible (Huyer y Westholm, 2007; Puleo, 2008, Boroka, 2011) y también porque se ha demostrado que la participación de las mujeres aporta mejoras en el ámbito de la innovación y de las aplicaciones tecnocientíficas (Butovitsch, 20008; Schiebinger, 2008).

En la investigación que se presenta se ha tratado de indagar acerca de los problemas que se presentan a las mujeres a la hora de elegir estudios de ingeniería y qué elementos de desmotivación las llevan a alejarse de ellos. Se ha partido del modelo de elección de estudios de Eccles (1994), un modelo de diferencia de elecciones en función del género, que incorpora a los modelos clásicos de expectativa-valor una serie de variables psicológicas y psicosociales como el autoconcepto de género y las normas culturales. Este modelo recoge la influencia de los estereotipos y roles de género sobre la percepción que la persona tiene de sí misma, sobre la interpretación que hace de su conducta, y sobre las elecciones a través de las expectativas de éxito y de la valoración subjetiva que hace de determinadas elecciones.

En el transcurso de dicha investigación se ha administrado un cuestionario a una muestra representativa de alumnas y alumnos de último curso de bachillerato científico, se han realizado entrevistas y se han organizado grupos de discusión. La triangulación de resultados ha mostrado que la educación tecnocientífica continúa reproduciendo estereotipos de género que refuerzan la identificación social de estudios y profesiones de este ámbito con los varones y produce un efecto que, de acuerdo con Aronson (2002, 2010), hemos denominado de desidentificación en las alumnas. Se han mostrado, también, las influencias del entorno próximo en la autopercepción del alumnado.

Palabras clave: Educación tecnocientífica – Ingeniería – Género – Desidentificación – Elección de estudios

REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN INICIAL DEL PROFESORADO: UNA EXPERIENCIA COLABORATIVA CON ELGG

AUTORES

F. Javier Álvarez Lires, J. Francisco Serrallé Marzoa, María Álvarez Lires y María A. Lorenzo Rial

Universidad de Vigo (España)

xabieral@uvigo.es, jfserralle@uvigo.es, lires@uvigo.es y marialorenzo@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España). Al proyecto RD290914 financiado por la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte (Universidad de Vigo, España).

El artículo presenta una experiencia de utilización de las redes sociales para mejorar la formación inicial del profesorado en los Grados universitarios en Educación Infantil y Primaria, y en el master de Educación Secundaria y de Formación Profesional de la Universidad de Vigo.

El futuro profesorado de los diferentes niveles educativos de primaria y de secundaria debe conocer las posibilidades educativas de las redes sociales y ser capaz, no solamente de utilizarlas con su alumnado, sino de enseñarle su utilización, tanto con una modalidad de relación social entre pares, en las redes de simple amistad (RSS), como con una finalidad educativa para enseñanza y aprendizaje colaborativo entre iguales, en redes de comunidades de aprendizaje (RSS-CA).

En el siglo XXI, la disponibilidad por el alumnado de dispositivos portátiles inteligentes (tabletas y *smartphones*) permanentemente conectados a internet vía telefónica, con un uso habitual, ya forma parte de su vida cotidiana. Todo esto unido a las iniciativas de las administraciones educativas tendentes a la introducción del libro electrónico y los entornos virtuales de aprendizaje o LMS en las aulas, tratan de promover una perspectiva de *blended-learning* que propicia la asistencia docente y el apoyo telemático mediado a los aprendizajes, más allá de las limitaciones espacio-temporales del centro educativo.

La libre comunicación horizontal del alumnado entre sí, mediante estos dispositivos y los ordenadores personales a través de las redes sociales, hace que dicha comunicación sea un factor muy importante a ser considerado en nuestro modelo educativo.

Esta investigación aplicada, realizada con 367 personas en 7 asignaturas de 5 cursos de grado y 1 materia de máster, trata de promover la innovación educativa mediante la integración de una RSS-CA que sitúa a todo el alumnado en una comunidad cerrada y supone un cambio de metodología didáctica centrada en el alumnado universitario como gestor de su propia formación. Se potencian, así, los aprendizajes colaborativo y cooperativo, mediante la enseñanza entre iguales en secuencias de acción dinamizadas, dirigidas y controladas por el propio alumnado. El profesorado universitario, en este caso, adopta el rol de observador externo que no interviene ni interfiere en la dinámica propia de esta RSS-CA.

La integración de software ELGG con el LMS Moodle, complementados con varios *plugins*, posibilita configurar una *Learning Analytics Suit – Smartklass* que pone a disposición de cada estudiante datos que indican sus logros de aprendizaje y le orientan en la toma de decisiones para gestionar la adquisición del propio conocimiento.

Palabras clave: Red social educativa - Aprendizaje colaborativo y cooperativo - Formación de profesorado - Investigación e innovación educativa

DECONSTRUCCIÓN TEÓRICA Y PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA DE LAS REVISTAS LATINOAMERICANA DE MAYOR IMPACTO

AUTORES

Alejandro Álvarez Nobell y Antonio Castillo Esparcia

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y Universidad de Málaga (España)

aalvareznobell@eci.unc.edu.ar y acastilloe@uma.es

La Comunicación en Latinoamérica, como fenómeno y como ciencia, atraviesa un escenario circunscripto en sus lados por: una visible madurez académica; una creciente consolidación de actividad y trayectos investigativos; una exponencial y significativa incidencia social, comunitaria, cultural, educativa, económica y política; y complejos procesos de institucionalización (simbólica y material). Todo ello hace que adquiera, la Comunicación una importancia superlativa, con un desarrollo equilibrado en todas sus dimensiones, dotada de un rol estratégico para la intervención en los más diversos debates y procesos de construcción de la realidad, que requieren un espíritu crítico acorde a la complejidad del mundo hoy.

En lo que refiere específicamente al campo académico e investigativo, nos encontramos con un fructífero y profundo cúmulo de tensiones en los más diversos ejes, muchos de ellos propiciados (o cobijados) desde la propia realidad sociopolítica que hoy vive América Latina. Tales disputas, también son teóricas y metodológicas entre las distintas corrientes (funcionalistas, críticas, culturalistas, alternativistas, post-colonialistas y decolonialistas, feministas, etc.) que promueven la reflexión; las cuales puján y se relacionan de modos conflictivos o consensuales para no perder vigencia o reinventarse. Todo ello configura una riqueza de enfoques, marcos teóricos, autores y métodos que permiten abordar cada vez más complejos objetos de estudio, en clave interdisciplinaria y necesariamente ceñidos ideológicamente en las prácticas y actividades académicas, el quehacer profesional y los sistemas de comunicación.

Todo ello claro esta, se ve reflejado también en la investigación y divulgación que se desarrolla en comunicación a través de congresos, libros y revistas científicas; lo que supone la constatación de que los procesos de creación y difusión del conocimiento ha sufrido un crecimiento notable en las últimas décadas. Según datos de producción científica, el espacio latinoamericano ha sufrido un crecimiento significativo del número de revistas científicas, del número de investigadores y del número de artículos científicos. Sin embargo, todo ese aumento de la producción, de los espacios y de los textos no implica que exista un espacio común de pensamiento científico.

Para ello, este texto se propone ‘deconstruir’ las perspectivas y enfoques teóricos que denotan los autores referenciados en los artículos publicados en las principales revistas científicas de mayor impacto que se presentan en el campo. De este modo nos hemos propuesto estudiar la evolución de la producción científica a través del análisis del número de artículos en los diferentes países latinoamericanos, en un estudio longitudinal que abarca desde 1996 hasta 2013. Con esta investigación será posible aproximarnos a los enfoques teóricos y perspectivas que los académicos e investigadores dejan entrever en las aportaciones científicas que se difunden en las principales revistas científicas latinoamericanas en comunicación incluidas en el SJR de Scopus.

Palabras clave: Comunicación – Investigación – Autores – Revistas – Scopus

MEJORAS DOCENTES EN BASE A LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PROCEDENTE DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

AUTORES

Felipe Pedro Álvarez Rabanal, Mar Alonso-Martínez, Juan José del Coz Díaz, Alfonso Lozano Martínez Luengas y Francisco José Suárez Domínguez

Universidad de Oviedo (España)

alvarezfelipe@uniovi.es, alonsomar@uniovi.es, juanjo@constru.uniovi.es, alozano@uniovi.es,
fransd@uniovi.es

Esta ponencia explica cómo se vertebra el proceso de transferencia de conocimientos procedentes de proyectos de investigación relacionados con la construcción sostenible e industrializada a alumnos de diferentes niveles de estudios de titulaciones superiores. Este estudio se engloba en el campo de la Ingeniería de la Construcción y se aplicará a estudiantes de 3^{er} y 4^o Grado y de Master relacionados con las ingenierías industrial y civil.

Actualmente, los docentes se encuentran implicados en diferentes proyectos de investigación, los cuales permiten no solo especializarse, divulgar su trabajo y promocionarse en la escala del profesorado universitario, sino que dan lugar a importantes conocimientos que se divulgan en la comunidad científica por medio de artículos y conferencias. Los autores de este artículo utilizan los resultados de los proyectos como herramientas para la mejora del material docente.

La transferencia de conocimiento procedente de proyectos de investigación a la docencia tiene varias ventajas significativas. En primer lugar, el alumno tiene acceso a las tecnologías más innovadoras, lo que le permite conocer técnicas, metodologías y productos que, en muchos casos, se encuentran en la frontera del conocimiento. En segundo lugar, el contenido impartido en las diferentes asignaturas posee una alta calidad, en muchos casos avalada por publicaciones internacionales, a las que el alumno tiene acceso de manera exclusiva diferenciando la titulación respecto a otras equivalentes impartidas en otras universidades. En tercer lugar, se ha comprobado que durante el proceso de aprendizaje de conceptos innovadores el alumno se encuentra mucho más motivado. En cuarto y último lugar, el profesorado es capaz de realizar clases de gran calidad puesto que explica los resultados de sus propios proyectos de investigación.

En este artículo se expone un caso práctico de la mejora docente propuesta. El profesorado utiliza los resultados de uno de sus proyectos de investigación sobre la construcción de fachadas vegetales ventiladas de manera modular e industrializada, un elemento constructivo sostenible que posee importantes ventajas respecto a los cerramientos tradicionales. Los resultados obtenidos, así como las principales actividades realizadas, los contratiempos, la explicación de los hitos del proyecto y las aplicaciones del producto obtenido, entre otros, se transmiten al alumno en las sesiones prácticas de las correspondientes asignaturas. Asimismo, en este caso en concreto, existe un laboratorio experimental que el alumno puede visitar y comprender *in situ*.

La evaluación de las sesiones prácticas se realiza mediante test escritos que el alumno completa a través de la aplicación Moodle de la universidad “Campus Virtual”. Los resultados obtenidos denotan un alto índice de satisfacción del alumnado, el cual se encuentra muy motivado por la novedad de los conocimientos impartidos, aportando una calidad añadida a la titulación impartida.

Palabras clave: Construcción Sostenible - Docencia - Investigación - Sesiones Prácticas - Transferencia de conocimientos

NUEVAS METODOLOGÍAS PARA UNA NUEVA UNIVERSIDAD. EL TRABAJO COLABORATIVO Y LA PEDAGOGÍA DEL CONTEXTO

AUTORES

José Daniel Álvarez Teruel, Salvador Grau Company y María Luisa Pertegal Felices
Universidad de Alicante (España)

josedaniel.alvarez@ua.es; salvador.grau@ua.es; ml.pertegal@ua.es

Desde hace más de quince años, las Universidades españolas trabajan para adaptarse al Espacio Europeo de Educación Superior. Este nuevo entorno de trabajo universitario, entre otros aspectos, da un gran protagonismo al alumnado en su proceso de aprendizaje, lo que supone un reto metodológico para la docencia universitaria.

El Sistema Educativo Español, a través de la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril, de Universidades, plantea una serie objetivos para el cambio, como la adopción de medidas de impulso a la autonomía universitaria, y la flexibilización curricular. Además, apuesta por un cambio metodológico docente que centre la actividad en el alumnado.

La Universidad de Alicante, en esta línea, ha planteado en el diseño de sus titulaciones innovaciones metodológicas, como la elaboración de currículos basados en el aprendizaje discente, el desarrollo de competencias, como el trabajo colaborativo, y la reflexión sistemática a través de la evaluación.

Estas premisas normativas han sido recogidas por un grupo de profesorado de la Titulación de Maestro de Educación Infantil de la Facultad de Educación, que imparten la asignatura de Innovaciones en los Proyectos Educativos de Educación Infantil de cuarto curso. Este equipo de profesionales ha desarrollado un proyecto de trabajo que pretende fundamentalmente la total implicación del alumnado en su proceso de aprendizaje, desde la planificación del modelo metodológico, hasta la evaluación final de los resultados obtenidos. La asignatura se desarrolla en torno a un proyecto global, donde la teoría y la práctica se complementan, y en el que se procura que ambos contenidos acerquen al alumnado lo máximo posible a la realidad escolar en la que desarrollaran su profesión una vez titulados. Es lo que denominamos la *metodología o pedagogía del contexto*. El proyecto gira en torno al *trabajo colaborativo* y al desarrollo de otras competencias pre-profesionales, como la asunción de roles de dirección y gestión en una institución escolar. Una vez concluido el proyecto, profesorado y alumnado realizan la evaluación de los resultados.

En base a los resultados obtenidos en estas evaluaciones finales docentes y discentes, realizamos un trabajo de investigación para ver el grado de satisfacción en el desarrollo de esta metodología de trabajo. Contamos con una población de estudio de 6 profesoras/es que han impartido la asignatura en los dos años de implementación, y de 453 alumnas y alumnos. De los datos recogidos podemos concluir, en general, que tanto el profesorado como el alumnado valoran muy positivamente esta nueva forma de trabajar una asignatura, aunque el profesorado plantea que supone una mayor carga docente, y el alumnado la dificultad que supone asumir responsabilidades en su proceso de aprendizaje sin haber contado con un aprendizaje previo.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Metodología - Trabajo Colaborativo- evaluación- Investigación

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O ENSINO TIPO “E-LEARNING”

AUTORA

Maria Rosa Alves Duque

Departamento de Física da Universidade de Évora (Portugal)

mrada@uevora.pt

O avanço tecnológico e a sua introdução no nosso modo de vida fez com que atualmente tenhamos que lidar com situações novas e modos de vida diferentes. A necessidade de atualização de conhecimentos ao longo de toda a nossa vida é, atualmente, algo que ninguém contesta. O horário de trabalho que, há poucos anos, era algo fixo, bem definido, e possível de manter, é atualmente algo que pode sofrer mudanças acentuadas, facto que nos obriga a modificar completamente o nosso estilo de vida. A escola como meio envolvendo a sociedade e trabalhando para ela, teve que se adaptar a estas novas realidades. Hoje temos alunos, com idades e formações completamente distintas, que tentam atualizar os seus conhecimentos mas que não conseguem disponibilizar um horário que lhes permita frequentar uma escola com um “horário tradicional”. Neste termo “horário tradicional” estou a introduzir os chamados cursos noturnos, que funcionam, por norma, ao final do dia e aos fins de semana.

O desenvolvimento da Internet veio trazer a possibilidade de as pessoas terem acesso a um grande volume de informação, contudo, esta informação tem que ser filtrada, correndo-se o perigo de assimilar informação errada e não fidedigna. O chamado ensino tipo “*e-learning*” adotado por algumas escolas, parece ter resolvido estes problemas. O trabalho que me proponho apresentar foca alguns problemas associados ao ensino em regime de “*e-learning*” e a dificuldade em o adaptar a determinadas áreas do conhecimento. Estaremos nós suficientemente preparados, do ponto de vista didático e psicológico, para este tipo de ensino? Como resolver o problema da observação e análise, em contexto real (trabalhos de campo) e em laboratório? Havendo a necessidade de fornecer um diploma, no final do curso, como saber realmente o que o aluno aprendeu?

As vantagens dos cursos em “*bi-learning*” serão apresentadas, bem como alguns dos inconvenientes associados a este tipo de ensino.

Palavras chave: *E-learning* – *Bi-learning* – Tipos de ensino – Internet – Avaliação de conhecimentos

LA ESPIRITUALIDAD Y LA SOLUCIÓN DE CRISIS HUMANAS

AUTORA

Rosalvina Alvis Barranco
U. Popular de Cesar (Colombia)
rosalvis@yahoo.com

El psicoanálisis fue creado por Freud (1856-1939). Su obra fue influenciada por Herbert (1776 -1841) que mantenía una idea asociacionista de la conciencia, que incluía un nivel consciente y otro preconscious.

Unas de las contribuciones más significativas de Freud consistió señalar que hay reglas y una estructura causal que gobierna los fenómenos mentales. Otros autores fundamentaron sus teorías en las observaciones de Freud donde el inconsciente comprende no solo los recuerdos personales sino también elementos del inconsciente colectivo de toda la humanidad (Jung & Adler). Después del psicoanálisis de Freud y la psicología individual de Alfred Adler, la **logoterapia** es la "tercera escuela vienesa de psicología" desarrollada por el neurólogo, y psiquiatra, Viktor Frankl. Es un tipo de psicoterapia que se apoya en el análisis existencial y se centra en una "voluntad de sentido" en oposición a la doctrina de Adler de "voluntad de poder" o la "voluntad de placer" de Freud.

La logoterapia está lejos de haber logrado el desarrollo teórico que caracteriza al psicoanálisis, e incluso a la psicología profunda, de Jung. Pese a esto la logoterapia resulta interesante. Como su denominación lo sugiere, se trata de darle un **sentido a la existencia** humana (en esto se asemeja a ciertos postulados de Sartre). Para entender la génesis de la logoterapia corresponde saber que Frankl fue prisionero en un campo de concentración. Allí, considera haber podido sobrevivir más que nada porque le supo dar un logos (en griego: sentido, significado) a su existencia. Si suponemos que el aumento de la felicidad y la disminución del sufrimiento son el objetivo de todos los actos humanos, ¿Cómo podemos alcanzar esta meta si es probable que **DIOS** no exista?.

Por primera vez en la historia tenemos una explicación racional de Dios podemos desestimar nuestros antiguos paradigmas religiosos y podemos desechar viejos mitos ya que la ciencia confirma su existencia, entonces hagamos lo mismo con aquellas ideologías primitivas que discriminan al género el pensamiento libre y todo aquel que piense diferente a nosotros, aceptémosnos entonces como somos y saquemos el mayor provecho de ello mejorando nuestra auto percepción y rectificando el rumbo de nuestras prioridades para detener la intolerancia el odio y la guerra minimizando el dolor y maximizando la felicidad humana.

Este es un ensayo que compara tres estrategias de psicoterapia para el tratamiento de los conflictos humanos, demostrándose que la evocación de **la espiritualidad humana** ofrece resultados comparables cuando se aplica la psicoterapia cognitiva y la logoterapia.

Una conceptualización del caso sólida y bien estructurada, incrementa las probabilidades de éxito terapéutico. La evocación a **la espiritualidad humana** es una técnica ancestral, que tiene en la actualidad las herramientas teóricas y resultados demostrados al alcance de la mano. Por todo lo anterior la propuesta de recurrir a **la espiritualidad humana** en una sociedad que nos impulsa al egoísmo y al consumo sin medida, puede constituirse en una alternativa de solución a los problemas del alma.

Palabras clave: Espiritualidad – Sentido a la Existencia – Voluntad de Placer/Poder

REDEFINICIÓN DE LA PRÁCTICA ESCOLAR EN EL MARCO DE LA ESCUELA INCLUSIVA

AUTORES

Ana Emilia Amaro Agudo y Diego Navarro Mateu

Centro de Magisterio La Inmaculada y U. Católica de Valencia San Vicente Mártir (España)

anaamaro@eulainmaculada.com, diego.navarro@ucv.es

Es innegable la gran evolución que presenta el ámbito de la educación en relación a los alumnos que presentan cualquier tipo de vulnerabilidad. Desde una concepción basada en la exclusión, donde no eran poseedores del derecho a la educación, hasta la situación actual en la que se reconoce explícitamente ese derecho a la educación, y desde una perspectiva inclusiva.

Esta evolución refrendada en la legislación tanto internacional, ONU 2006, Declaración de Salamanca, declaración de Hotmien, Declaración de Dakar, legislación nacional, LOGSE, LOMCE, LOE, como en las diferentes administraciones autonómicas, tiene como principal reto, reconsiderar las culturas, políticas y prácticas escolares, desarrollando una nueva forma de entender y atender desde los centros escolares, el desarrollo de una EDUCACIÓN PARA TODOS, y que permita incrementar los niveles de participación efectiva del conjunto de miembros que conforman la comunidad educativa, haciendo de esta forma efectivo el derecho de todos los alumnos, especialmente a aquellos que presenten cualquier tipo de vulnerabilidad.

Los conceptos clave van a ser expuestos en este artículo y que tienen como finalidad el desarrollo de la inclusión escolar son, por una parte el de Comunidades de Aprendizaje, y el conjunto de Actuaciones de éxito, derivadas del proyecto de investigación INCLUDED, el *Índex for Inclusion*, herramienta diseñada para facilitar el descubrimiento y eliminación de las barreras a la participación y aprendizaje en el ámbito escolar, así como el conjunto de metodologías que pueden ser llevadas a cabo, para facilitar e incrementar la creación de espacios educativos que permitan responder a la diversidad del alumnado presente en nuestras escuelas, como son, la tutoría entre iguales, el aprendizaje cooperativo, la redefinición de apoyos dentro del marco escolar, el voluntariado escolar, los grupos interactivos, etc.

La escuela del siglo XXI no puede seguir aferrada a unos planteamientos metodológicos y conceptuales del siglo pasado, y es injustificable, el que los alumnos que presenten cualquier tipo de desviación respecto a una supuesta normalidad, se sigan enfrentando a una oferta educativa desajustada, que les expone, no sólo al fracaso escolar, sino a un riesgo de exclusión social.

Palabras clave: Inclusión – Comunidades de Aprendizaje – *Índex for Inclusion*

PUBLICIDAD INNOVADORA EN LAS GALAS DE CINE: EL CASO DE CANS

AUTORAS

Anna Amorós Pons y Patricia Comesaña Comesaña

Universidad de Vigo Pontevedra (España)

amoros@uvigo.es y print13@hotmail.com

La aportación se centra en investigar el modo en que las Relaciones Públicas especializadas diseñan estrategias publicitarias innovadoras aplicadas al caso específico de los eventos cinematográficos, al apoyarse en las características de inmediatez, movilidad, multipantalla, transmedialidad de contenidos que las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen como soportes publicitarios, que han llevado a generar nuevas formas de comunicar y novedosas fórmulas publicitarias que trascienden los tradicionales *mass media*.

A través de un estudio cualitativo de caso centrado en el Festival de Cans -como modelo de referencia en Galicia y España por su naturaleza peculiar y el modo en que desarrolla tanto sus estrategias promocionales y publicitarias 360° como sus acciones de relaciones públicas- que lo convierten en un patrón a seguir por otros eventos nacionales e internacionales de similares características.

Tras el análisis se constata la existencia de una estrategia publicitaria que se apoya en el diseño de un protocolo ceremonial *ad hoc*, considerado este como una estrategia de anti-protocolo. Estas acciones de Relaciones Públicas se apoyan en la parodia, el “agroglamour” y el concepto “Galiwood” (entendido desde el punto de vista de la estética de la cultura rural gallega) para trasgredir las normas tradicionales de etiqueta, convirtiéndose en un elemento de diferenciación frente a la concepción tradicional de los eventos cinematográficos. Tomando como punto de partida esta concepción se definen las estrategias *crossmedia* y *transmedia* vinculadas al festival gallego.

Conocer el modo en cómo se desarrollan las acciones *cross-channel*, cómo se gestiona el *social media* o se explotan las *fandom*, los *twitts*, los *hashtags* o los vídeos virales como soportes para incentivar la creación de contenidos -previamente, durante y posteriormente a la celebración del evento- permite vislumbrar la repercusión mediática de la gala, su capacidad de generar *engagement* y *feedback* en la audiencia así como la posibilidad de establecer sinergias con otras páginas sociales y marcas comerciales para obtener ingresos económicos derivados de la asistencia de público al festival, de la venta de productos de *merchandising* y de la financiación de entidades y empresas (a través de acciones de patrocinio y mecenazgo). Estas estrategias de comunicación 360° convierten el Festival de Cans en una herramienta de comunicación que trasciende su propia esencia como potenciador de la industria audiovisual gallega, para poner en valor otros aspectos como la cultura de lo rural, la música, el folclore y etnografía autóctona, la economía o el turismo de Galicia.

Los resultados obtenidos en el estudio transmiten la capacidad de los festivales de cine para llevar a cabo acciones de *blended marketing* aunando las acciones de relaciones públicas *offline* con las acciones de marketing y comunicación *online*, convirtiendo a estos eventos en una oportunidad de negocio.

Palabras clave: Publicidad innovadora - Galas cinematográficas - Festival de Cans - Galicia - España

NUEVAS PANTALLAS PARA LA IMAGEN AUDIOVISUAL. CONSIDERACIONES A LA GÉNESIS DE SU ESTÉTICA

AUTORA

Anna Amorós Pons
Universidad de Vigo (España)
amoros@uvigo.es

En la Era de la convergencia mediática (Henry Jenkins) y de la transmedialidad narrativa (Carlos Scolari), del eclecticismo estético en la imagen audiovisual (Román Gubern), de la diversidad de pantallas y de escenarios *cross-media* (Drew Davidson), de las multiplataformas multimedia (Tony Feldman) es necesario en estos momentos hacer una reflexión sobre la artísticidad-estética (Ricciotto Canudo) de la imagen audiovisual que circula imparablemente por múltiples plataformas del magma universal virtual. Meditar y pensar entorno a su naturaleza, a su génesis (Carlos Staehlin) y a sus antecedentes en el arte cinematográfico, a través de los textos clásicos recopilados en las principales teorías cinematográficas. Un ejercicio de reflexión, de retorno a los orígenes estéticos que se centran en los postulados mantenidos por formalistas (Rudolph Arnheim) y que se contrastan con las aportaciones teórico y fílmicas de sus contemporáneos (Hugo Munsterberg, Sergéi Eisenstein, Vsévolod Pudovkin...), con los de la escuela realista (Siegfried Kracauer, André Bazin...), sin descartar a los contemporáneos Jean Mitry, Christian Metz, Noël Burch, Gilles Deleuze, etc.

Se verá que buena parte de los postulados de estos teóricos permanecen -casi un siglo después de ser escritos- más vigentes que nunca en la actualidad. Principios que todavía hoy pueden contribuir a estimular la reflexión y el espíritu crítico. Ayudar a valorar lo realmente artístico de mucha superficialidad que circula por las múltiples pantallas (cinematográficas, televisivas y todas aquellas que ofertan los nuevos equipos y soportes tecnológicos que van surgiendo). Animar a desconfiar con más ímpetu de esa pretendida objetividad de las imágenes audiovisuales que se deslizan ante los ojos de los prosumidores. Y, finalmente lo que es más importante, a prevenir de una aceptación a veces irreflexiva de cualquier nuevo procedimiento creativo surgido del avance tecnológico que intente asentarse, bajo la coartada de la necesidad creciente de realismo, desviando y/o menguando el debate en torno a sus verdaderas posibilidades artísticas (Manuel Villegas, Umberto Eco).

El texto es una reflexión acerca de la diversidad de imágenes audiovisuales (2-D, 3-D, infográficas, pixilación, rotoscopia, real, etc.) que circulan por las nuevas pantallas y escenarios, en base al dilema que se nos plantea de si estética y creativamente poseen identidad propia o se trata de una nueva síntesis de las artes culturales precedentes.

Palabras clave: Imagen audiovisual – Teorías – Estética – Artísticidad – Convergencia mediática

MODA Y VESTIDO: MEDIACIONES AUDIOVISUALES PARA LA CREACIÓN DE SUBJETIVIDADES

AUTORA

Francia Andrade Quiroz

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

andrade.francia@gmail.com

Este trabajo plantea la importancia de la moda en los distintos productos que la industria cultural ofrece, especialmente, las telenovelas venezolanas, ya que los medios de comunicación audiovisuales contribuyen a la performatización de conductas y estereotipos y al mismo tiempo, a la creación de subjetividades. El objetivo general de este artículo es mostrar al vestido como una tecnología de poder capaz de dibujar en el imaginario colectivo distintos modelos vestimentarios vinculados con el estatus social y las ideologías políticas, religiosas, entre otras, que luego son reproducidos en el entramado social real.

La ponencia analiza algunas muestras de telenovelas venezolanas partiendo del clásico: “Por estas calles”, dramático venezolano que inaugura la era de la telenovela urbana con contenidos sociales y en donde se puede apreciar contundentemente, la estratificación de la sociedad venezolana para 1992.

Este trabajo tuvo su apoyo en las teorías de Michel Foucault y Denise Jodelet principalmente. También en impresos del Siglo XIX como la Revista *El Entreacto* y fotografías de la época de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez. El trabajo llega a la conclusión, de que la moda, el vestido, es y ha sido siempre un mediador de los procesos políticos, es una tecnología que dialoga con otras, como las telenovelas, para la creación de imaginarios y también para la imposición de ideologías, en nuestro caso, las mediaciones han estado, efectivamente, del lado de la política, pero con variaciones en la enunciación.

Palabras clave: Moda - Política - Enunciaciones - Medios audiovisuales - Subjetividades

EL PROYECTO *PATRIMONIOSN* DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE NAVARRA SOCIAL

AUTOR

Marcos Andrés Vierge
 Universidad Pública de Navarra (España)
marcos.andres@unavarra.es

Este texto informa sobre una experiencia de trabajo iniciada en 2014 por la Universidad Pública de Navarra a través de la modalidad de un contrato de investigación para la Orquesta Sinfónica de Navarra. El objetivo fundamental de dicho contrato consiste en la recuperación, conservación y divulgación de patrimonio musical de Navarra, exhibido o interpretado en el territorio donde surgió o con el que se relaciona contextualmente. De esta manera, el trabajo se fundamenta en los ejes estructurales que han determinado tradicionalmente las políticas en torno a la gestión de los bienes patrimoniales artísticos y musicales. Pero además, con criterios más actuales, el proyecto busca la relación territorial y contextual con la música exhibida, así como su divulgación a través de *Internet*, lo que responde a la dinámica general en los últimos años de las orquestas sinfónicas, que utilizan el espacio virtual de manera cada vez más relevante en sus políticas de difusión y comunicación.

El proyecto *Orquesta Sinfónica de Navarra Social* surgió en 2013 con el objetivo de hacer de la Orquesta Sinfónica de Navarra una institución con más proyección en ámbitos sociales, educativos y culturales. *Universosn*, vinculado al Planetario de Pamplona, *Relacionadosn*, proyectado hacia la exclusión social, *Trotamundosn*, asociado a una localidad de Navarra, *Civivosn*, relacionado con barrios de Pamplona, *Emisariosn*, proyecto de colaboradores no profesionales y finalmente, *Patrimoniosn*, son las actividades o subproyectos de la *Orquesta Sinfónica de Navarra Social*. Se trata por tanto de acciones “socioeducativas” y culturales características de las orquestas de nuestra época tal y como atestigua la bibliografía.

Patrimoniosn consiste en el asesoramiento sobre obras musicales inéditas u olvidadas y merecedoras de ser recuperadas, así como en todas las tareas necesarias para su proyección en concierto. El signo distintivo del proyecto radica en el entorno en el que es exhibido. La experiencia comenzó el año pasado con la recuperación de dos obras del Archivo de la Real Colegiata de Roncesvalles, sitio emblemático del Camino del Santiago, donde tuvo lugar un concierto que permitía comprender la verdadera dimensión del patrimonio musical cuando lo relacionamos con un territorio, un patrimonio monumental y también geográfico. En el año 2015 el proyecto continúa con la recuperación de una obra orquestal del compositor navarro, nacido en la no menos emblemática ciudad de Olite, Jesús García Leoz. Los dos trabajos sobre los que da cuenta el presente texto no hubieran sido posibles sin la colaboración de diferentes personas que representan a entidades diferentes: la Orquesta Sinfónica de Navarra, la Universidad Pública de Navarra, el Conservatorio Superior de Música de Navarra, el Archivo General de Navarra, la Real Colegiata de Roncesvalles y la Sociedad General de Autores. Todo ello parece representar la idea actual de que solo lo verdaderamente compartido es un bien patrimonial.

Palabras clave: Patrimonio Musical - Difusión Musical - Fundación Pablo Sarasate - Orquesta Sinfónica de Navarra - Orquestas Sinfónicas

LEYENDO LA TELEVISIÓN: LOS RÓTULOS DE LOS SUMARIOS EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN DE LAS CADENAS GENERALISTAS ESPAÑOLAS

AUTORES

Belén Andueza López y Rosa Pérez Arozamena
 Universidad Antonio de Nebrija de Madrid (España)
mandueza@nebrija.es y rperezar@nebrija.es

Tesis, del latín *thēsis* y éste del griego θέσις: “Conclusión, proposición que se mantiene con razonamientos”. En el ámbito académico universitario, nos referimos a un texto que se caracteriza por aportar conocimiento e información significativos sobre un tema en particular, cuyo objetivo es la comprobación de un planteamiento o la solución de un problema, a través de la investigación. Así bien, como colofón final a la lectura y defensa de la Tesis Doctoral de la que las autoras de esta comunicación, Belén Andueza y Rosa Pérez, somos directora y autora respectivamente, y cuyo título es: *Los rótulos de los sumarios en los informativos de televisión de las cadenas generalistas españolas*, queremos participar a nuestros colegas de la comunidad universitaria de las conclusiones extraídas tras nuestra investigación.

La investigación es, del mismo modo, una actividad inherente a la naturaleza humana. Es una de las actividades propias del hombre más estimulante e interesante. Etimológicamente, investigar viene de la palabra latina *vestigium*: “Planta del pie, suela, huella, siendo *investigare* «seguir la pista o las huellas»” (Coromines 2008: 575). Es decir, investigamos, revisamos las huellas, para llegar a la verdad. Todos investigamos a menudo, por no decir a diario; desde los asuntos más importantes a los triviales. La investigación aplicada además a un campo específico de conocimiento, en nuestro caso el periodismo, toma la connotación específica de crear conocimientos sobre la realidad y sobre los cambios que acontecen en ella. De esta manera, consideramos al investigador como aquella persona que se dedica a la búsqueda, a preguntarse y a querer encontrar las respuestas a tales preguntas.

Por lo tanto, como consumidores televisivos e investigadores, son muchos los interrogantes que se nos plantean mientras vemos la actual televisión, surgiendo de esta forma el trabajo doctoral cuyas conclusiones venimos a presentar mediante la presente comunicación. Invitamos a todos nuestros compañeros a acercarse a este texto con el mismo espíritu que nos llevó a elaborarlo: el aprendizaje. Y es que investigando, conseguiremos aprender a aprender.

Palabras clave: Tesis Doctoral - Conclusiones - Rótulos - Televisión - Periodismo

LA CONSTRUCCIÓN ÉTICA Y RETÓRICA DE LA MEMORIA EN COLOMBIA

AUTORA

Adriana Ángel Botero

Grupo de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales (Colombia)

aangel@umanizales.edu.co

Siguiendo las ideas de Arnnett sobre ética dialógica, esta ponencia se centra en el contexto colombiano con el fin de analizar la contribución de la comunicación en la construcción ética de la memoria y, específicamente, la contribución de la ética dialógica en la reparación simbólica de las víctimas del conflicto interno armado colombiano.

Esta construcción ética de la memoria conlleva tres procesos interrelacionados: la construcción de la memoria como un acto retórico (Ricoeur), la capacidad de respuesta y responsabilidad de los individuos (“answerability” para Bakhtin) y el reconocimiento de la diferencia (Hyde). En este sentido, el diálogo constituye una experiencia no sólo ética, sino también retórica que permite a las víctimas y no víctimas la posibilidad de participar en una construcción colectiva de la memoria sobre el conflicto colombiano.

Aunque este llamado a construir memoria puede ser abordado como un encuentro dialógico entre las víctimas, victimarios, agentes del gobierno, académicos y medios de comunicación, en esta ponencia nos centramos en la relación específica que se da entre víctimas y no víctimas con el fin de mostrar el rol que la memoria –como experiencia dialógica y retórica– puede jugar en la reparación de una sociedad herida por la violencia y el conflicto como lo es la colombiana.

Palabras clave: Memoria – Retórica – Ética dialógica – Conflicto Armado Colombiano – Víctimas

ANTROPOLOGÍA, MUERTE Y SUICIDIO

AUTORES

Enrique Anrubia Aparici y Carmen Gaona Pisonero

U. Cardenal Herrera- CEU de Valencia y U. Rey Juan Carlos de Madrid (España)

enriqueanrubia@gmail.com y carmen.gaona@urjc.es

Según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), para el caso español, en el 2013 fallecieron por suicidio 3.870 personas (2.911 hombres y 959 mujeres), situándose el suicidio de nuevo como viene pasando desde el 2010, como principal causa externa de muerte. También desde el 2010 se observa un aumento del suicidio para las mujeres y en el caso de los hombres a partir del 2011. Señalando otros fenómenos ocultos pero que salen a la luz desde el seguimiento de los datos demográficos, visibilizamos el aumento del suicidio en adolescentes, tanto para el caso español, como en otros contextos. Frente a los tranquilizadores horizontes de los estudios de S. Pérez Camarero (2009), en los que se constataba desde 1999 al 2006, un ritmo descendente del suicidio en jóvenes, los datos recabados desde el 2012 tiñen de grises el horizonte, no sólo en el contexto español, sino tal y como acabamos de señalar, extensible a múltiples realidades socioculturales.

A modo de ejemplo, en México, diversos estudios constatan un impactante aumento de las tasas de suicidio en adolescentes. En los datos recogidos por el Inegi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), la tasa media de suicidios registrados en México superan las 5700 personas al año, y entre éstas es en los jóvenes de entre 15 y 24 años, que el fenómeno tiene mayor ocurrencia. Las causas no son fáciles de establecer, y más cuando se constata la ruptura de clásicas asociaciones, como el binomio depresión/suicidio, pues justo en Yucatán, Campeche, Quintana Roo y Tabasco donde se registran las tasas más bajas de depresión a nivel nacional, se registran por el contrario las tasas más altas en suicidios.

Por todas estas confluencias, entre otros datos, cobra sentido esta comunicación, cuyo objetivo no es esclarecer una delimitación estadística del suicidio, ni repasar todas las causas de éste, máxime cuando éstas últimas en primer lugar deben abordarse integrando una diferenciación cultural, lo que precisa insertar un enfoque antropológico del suicidio, tal y como se llevará a cabo en esta comunicación. Por otro lado, las causas del suicidio son de difícil comprensión, tal y como preveía A. Schopenhauer (2005), pues “el ánimo humano tiene profundidades, oscuridades y complicaciones que es difícil aclarar y descubrir desde fuera”; por ello tras el enfoque antropológico, haremos una reflexión desde las esferas de la Filosofía, buscando nuevas vías de reflexión centradas en la construcción fenomenológica del suicidio y en su hermeneusis.

Desde este doble enfoque, la Antropología y la Filosofía, pretendemos alcanzar si no una más extensa semantización de este hecho de violencia autoinfligida, si una nueva manera de aproximarnos, planteando nuevas esferas en las que el suicidio se mueve y por otro lado, nuevas esferas cuya visibilización está pendiente en la reflexión académica.

Palabras clave: Suicidio - Adolescencia - Muerte – Hermenéutica - Fenomenología

HERMENÉUTICA DE LA FRONTERA: LAS REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DEL RIESGO INMIGRATORIO. EL CASO DEL NAUFRAGIO EN EL CANAL DE SICILIA (ABRIL 2015)

AUTORES

Pilar Antolínez Merchán y Ángel Rivero Recuenco
Universidad Camilo José Cela y Universidad de Alcalá (España)
pantolinez@ucjc.edu y a.rivero@uah.es

El domingo 19 de abril de 2015, 700 personas procedentes del norte de África naufragaron frente a las costas de Libia. Este acontecimiento, una de las mayores catástrofes humanitarias sucedidas en Europa en los últimos años, dio lugar a un notable eco en los medios de comunicación, provocando así mismo una reacción política inmediata por parte de los mandatarios de la Unión Europea.

En la representación mediática de este acontecimiento, se articuló una percepción de los riesgos asociados a la presión inmigratoria en las fronteras de la Unión Europea, sobre el telón de fondo constituido por un contexto de crisis social, económica y política más amplio.

El objeto de la comunicación que se propone es el tratamiento mediático de este acontecimiento, en particular en la prensa escrita. El problema a analizar es la representación discursiva de los riesgos asociados a la inmigración, considerando varias dimensiones de análisis. Básicamente cinco:

1. La construcción del fenómeno: ideas fuerza, categorías y verbalizaciones claves, estructuración metafórica, actores representados, estructuras predicativas y argumentativas.
2. Silencios y huecos del discurso: Análisis de lo excluido en la representación (confrontación de lo dicho en los medios con aquello no dicho pero que podría haber estado en el discurso).
3. Procedimientos retóricos y construcción de verosimilitud: verosimilitud referencial, lógica y afectiva.
4. Configuraciones narrativas: análisis de los ejes de polarización que tensionan los discursos y que revelan lo que está en juego en estos.
5. Sentido general de los discursos mediáticos: relación de los discursos con su contexto social y político y con su intencionalidad manifiesta y latente (esclarecimiento de por qué y para qué se dice lo que se dice en los medios, relación de los discursos con la acción social y política).

La fuente del análisis son las noticias aparecidas entre los días 19 y 30 abril en dos medios de prensa escrita: El País y la Razón. La metodología combina procedimientos cuantitativos de análisis de contenido con métodos cualitativos de análisis socio-hermenéutico del discurso.

Palabras clave: Inmigración – Análisis crítico del discurso – Opinión publicada – Sociología del riesgo

LA PARTICIPACIÓN HECHA PEDAZOS. LA EMERGENCIA DEL CAPITALISMO SOBRE LOS ACCESOS

AUTOR

Raúl Antón Cuadrado

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

raulanton@gmail.com

La cosmología de la Red se sustenta sobre construcciones ideológicas capaces de afiliar y movilizar a una buena parte de su base sociológica invocando la horizontalidad de la participación. Sin embargo, buena parte de este andamiaje conceptual se ha construido por agentes que aspiran a reproducir e incluso fortalecer en este medio las relaciones de poder desequilibradas, jerárquicas, que existen en la sociedad desconectada.

La ideología y el contexto socioeconómico sustrato esa generalización de la creación se compendia en un capitalismo basado sobre el acceso al *bandwidth* y la detención de los canales de difusión, que queda oculto tras una construcción publicitaria de la realidad de gran violencia simbólica. El modelo se sustenta tecnológicamente en la componentización fordista de los contenidos que cosifica la expresión hasta hacerla reutilizable e intercambiable, contra la posibilidad remota pero real de lograr la viralidad para los mismos. Por otro lado, el autor no muere, pero se desvanece. Deviene avatar y se difumina para acabar como un término más de la folksomía para las búsquedas y un conjunto de atributos utilizables en publicidad contextual. Y la pérdida de peso de la autoría, junto con la construcción ideológica que ha travestido los ideales de la protoética de la red, construidos sobre el acceso libre al conocimiento, en una economía de precio 0 del contenido, ha descapitalizado la creación generalizada haciéndola amateur y permitiendo que los recursos clave continúen en manos del segmento dominante, perpetuando la estructura de poder social desconectadas.

Este trabajo aspira a revisar los mecanismos por los cuales se funda un capitalismo sobre los accesos a los contenidos de Internet, muy alejado de lo proyectado en las protoéticas de la Red y que se fortalece incluso con movilizaciones aparentemente contrahegemónicas que abogan por la horizontalidad. Entre estos mecanismos se cuenta la componentización, la avatarización de la autoría y el modelo de precio 0 que fuerza la amateurización de la producción de contenidos.

El desvelamiento del esquema de la infraestructura económica antes descrito es la condición seminal de un enfoque productivo de los ejercicios de activismo para el empoderamiento de la comunicación horizontal y participativa en la red.

Palabras clave: Capitalismo de los accesos – Componentización – Avatarización – Modelo de Precio 0 – Muerte del Autor

MEJORAS EN LA METODOLOGÍA DOCENTE UNIVERSITARIA DESDE LA PERSPECTIVA NOVEL

AUTORES

Daniel Antón García y Macarena Pérez Suárez

Universidad de Sevilla (España)

danton@us.es y mperez32@us.es

El modelo tradicional de enseñanza está basado en la impartición de clases por parte del docente de forma principalmente unidireccional. El profesor comparte determinada información que no se traduce por norma general en nuevo conocimiento en el alumnado al carecer de motivación, consiguiendo así almacenar datos en la memoria para reproducirlos posteriormente de forma mecánica. En este documento se muestran las estrategias seguidas a lo largo de un curso académico como profesores universitarios en dos asignaturas de diferentes ámbitos de conocimiento (Geometría Descriptiva y Economía Social), en las cuales la participación de los estudiantes resulta esencial para poder ser llevadas a cabo y lograr su razonamiento crítico y por tanto, un aprendizaje efectivo, real y arraigado.

Al mismo tiempo, estas experiencias ponen de manifiesto la relación existente entre la investigación y la labor del docente universitario novel. Desde la Universidad de Sevilla, a través de su Programa de Formación de Profesorado Novel, se potencian estas prácticas para conseguir un perfil de docente basado en competencias y nuevas prácticas didácticas a partir de metodologías activas. Esto se traduce en que los alumnos puedan ser capaces de escoger, actualizar y utilizar el conocimiento en un contexto específico, y aprender desde la diversidad entendiendo el potencial de su aprendizaje de forma resolutiva.

Este trabajo describe las características propias de la innovación docente aplicada a dichas asignaturas y además conduce a la valoración sobre la idoneidad del método. Partiendo de la aparición de carencias o deficiencias en el aula, tiene lugar la reflexión de la propia docencia impartida. Como consecuencia, se desarrollan mejoras en el citado modelo tradicional de enseñanza a través de la planificación pormenorizada de actividades, orientada al refuerzo de determinadas competencias propias de la materia. De esta forma, se provoca el razonamiento inductivo del alumnado y se confiere un carácter bidireccional al mencionado modelo.

Como consecuencia, ambos casos de aplicación presentan similitudes metodológicas y de resultados. Los cambios en la docencia llevados a cabo mediante la sucesión de intervenciones en el aula, son evaluados a través de cuestionarios *ex ante* y *ex post* que ofrecen resultados tangibles. Estos se suman a otros datos obtenidos como el aumento en las calificaciones y los relativos a observaciones empíricas de la participación de los estudiantes. Por lo tanto, queda patente no sólo el incremento de la implicación y la motivación del alumnado, sino su éxito en las asignaturas.

Palabras clave: Educación Universitaria – Competencias – Aprendizaje Crítico

LA REPRESENTACIÓN DEL CAMPO ESPAÑOL A TRAVÉS DEL CINE DE LA DÉCADA DE LOS 50 Y 60 DEL SIGLO XX

AUTORA

Aïda Antonino i Queralt

Universitat Jaume I de Castellón (España)

antonino@uji.es

España a mediados de siglo XX era un país rural bajo la dictadora franquista. La década de los 50 y 60 política y económicamente es un período trascendental en la conformación de una España moderna. No obstante dicho proceso se concentrará en los núcleos urbanos acrecentando la distancia literal y metafórica respecto a los núcleos rurales. Al permanecer marginado de los discursos de poder y de desarrollo de las ciudades el medio rural se entiende como el reverso de dicho proceso: la contramodernidad, es decir, aquello que emerge en mirar detrás de donde todos miran –premisas de Gutiérrez Solana en su obra *La España negra*–.

El campo se erige como medio conformador de un nuevo sujeto de acción social en interacción con la política de mediados del siglo XX. Dicho fenómeno es visto por las disciplinas artísticas –literatura, fotografía, cine–, que revelando lo olvidado en la instauración de la modernidad, actúan como su propio subconsciente. La singularidad de miradas que ofrece cada autor en su obra traspasa los límites de la ilustración para convertirse en documento gráfico a la vez que discurso crítico, de reflexión y de denuncia social, en la línea metodológica del profesor Vicente Benet. Analizar el tipo de conocimiento que dichas manifestaciones artísticas ofrecen para un estudio histórico y cultural del campo español es el punto de partida de este trabajo en línea con el pensamiento de Robert Rosenstone abierto a nuevas revisiones del pasado que ayuden a comprender el presente y, en este caso, la construcción de la identidad de clases.

Teniendo en cuenta que la producción cinematográfica de temática rural es minoritaria, es paradigmático que los grandes cineastas españoles en algún momento han trabajado el elemento rural –Juan Antonio Bardem, Carlos Saura, Víctor Erice o Pedro Almodóvar. Por lo que uno de los objetivos de este trabajo es demostrar cómo una producción cuantitativamente escasa consigue crear un imaginario social significativo sustentado en una sólida tradición artística y cultural.

Ofrecer una gran historia del arte rural español no tiene cabida en un momento en que prima la multiplicidad de relatos como manera válida para aproximarse a la realidad. Por lo que este se ofrece un relato basado en la revisión del concepto de modernidad y su impacto en la creación de nuevos arquetipos sociales vistos a través de las manifestaciones artísticas del momento y en concreto del cine.

La metodología de trabajo parte de la creación de una constelación de imágenes cinematográficas contundentes y los trayectos que establecen con otras disciplinas artísticas; en segundo lugar utilizando una metodología inductiva e inclusiva se analiza la trascendencia de los arquetipos fílmicos al imaginario colectivo social; y finalmente se establece una interpretación de dicho fenómeno que tiene en cuenta una perspectiva histórica, artística, social, política y cultural así como los estudios de género que dan legitimidad a un relato de lo real en pleno siglo XXI.

Palabras clave: Cine rural - Modernidad - Contramodernidad - España

LA (RE) MODELIZACIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO DESDE LA EDUCACIÓN LITERARIA

AUTORA

Isabel Aparicio García
Universidad de Zaragoza (España)
isazgz@gmail.com

La poderosa influencia que ejerce la lectura literaria sobre la construcción de la identidad es algo fundamental ya que, gracias a ella, los lectores pueden crear y desarrollar su espacio íntimo o privado. Se trata de un acto de transgresión, puesto que el lector domina su propio universo y lo recrea con su imaginación, evoca lugares y territorios que le abren las puertas a diversos espacios de pertenencia, gracias a los cuales puede apartarse, fugarse, explorar, crecer (Petit, 2001).

Este acto de transgresión que llevan a cabo los lectores, inmersos en su espacio privado, se ve acentuado durante la adolescencia, esa etapa vital en la cual el mundo real se percibe como algo hostil y excluyente y, al mismo tiempo, el mundo interior es confuso, inquietante, lleno de nuevas sensaciones y experiencias difíciles de entender y asimilar. Por eso, los adolescentes buscan en los libros las respuestas a las preguntas que no se atreven a formular y las palabras que les permitan poner nombre a sus miedos, a sus emociones, a todo aquello que experimentan o sueñan (Petit, 2001). Por tanto, la literatura es una herramienta esencial para ayudar a los adolescentes a construir su personalidad, a forjarla desde su espacio privado, aquel en el cual se sienten libres. Desde allí pueden experimentar, aprender y crecer, resolver sus conflictos personales y ampliar su bagaje cultural, siendo partícipes del imaginario colectivo y de las referencias literarias propias de nuestra cultura.

En nuestro ámbito de estudio, la construcción de la identidad de género, consideramos que la Literatura Infantil y Juvenil (en adelante, LIJ) es esencial, puesto que ofrece a los adolescentes un amplio abanico de lecturas que presentan historias atractivas y estimulantes y reflejan situaciones cercanas a ellos, protagonizadas por chicos y chicas con los que podrán sentirse identificados.

Debemos tener presente que, a lo largo de la historia, la LIJ ha transmitido unos modelos masculinos y femeninos tradicionales, característicos de una sociedad androcéntrica. Los arquetipos literarios presentes en los cuentos clásicos muestran unos roles de género estereotipados, pero hoy en día ya podemos encontrar lecturas de LIJ más apropiadas –de autoras como Ana María Machado o Adela Turin, entre otras-, que presentan modelos de masculinidad y feminidad más igualitarios y justos.

Hemos tenido la oportunidad de aproximarnos a la realidad de dos centros educativos de la ciudad de Zaragoza con el objetivo de indagar sobre la presencia o ausencia de creencias y actitudes relacionadas con los roles de género en los chicos y las chicas, comprender la influencia de la LIJ en la construcción de la identidad de género y buscar una posible relación con el perfil lector de los estudiantes.

Palabras clave: Identidad – Género – Literatura Infantil y Juvenil – Educación literaria

APRENDER CONJUNTAMENTE ENTRE EL MUNDO PROFESIONAL Y EL ACADÉMICO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORES

Maite Arandia, Israel Alonso y Aintzane Cabo

Universidad del País Vasco (España)

israel.alonso@ehu.es , maite.arandia@ehu.es y aintzane.cabo@ehu.es

Este ponencia está vinculada al proyecto de innovación titulado, “Desarrollo del Consejo/Observatorio del Grado de Educación Social: aunando sinergias entre el mundo profesional (profesionales de la educación social y responsables de la Administración) y el académico para facilitar el aprendizaje y la acción” (PIE 6698- SAE/HELAZ). También a una línea de acción (Educación Activa) impulsada por el grupo de investigación consolidado Ikasgura (GIU 14/08).

La construcción del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha exigido dar un importante giro en el modo de entender la formación universitaria. Se aboga por una Universidad que esté interconectada y trabaje de modo colaborativo con el entorno social y económico en el que se van a insertar los nuevos profesionales formados para que puedan adquirir habilidades relevantes que les permitan mejorar su empleabilidad (Barnett, 2008; Fullan, 2009; Bowden y Marton, 2011; Unión Europea, 2013). Para conseguirlo se sitúa en el centro del proceso formativo el desarrollo de competencias lo que empuja a establecer contextos de aprendizaje dirigidos mediante metodologías activas que exigen al alumnado mantener una posición activa, autónoma y comprometida ante su aprendizaje (Benito y Cruz, 2009; Biggs, 2010; Zabalza, 2012). En sintonía con este replanteamiento de la enseñanza universitaria se diseña el Grado de Educación Social en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Entre sus especificidades cuenta con un currículum integrado y con una estructura organizativa interna denominada Consejo/Observatorio.

Esta estructura se crea para favorecer un espacio de colaboración y aprendizaje entre el mundo académico (profesorado y alumnado) y profesional que alimente la formación inicial, continua y la construcción de conocimiento científico en este campo profesional. Este trabajo presenta una investigación evaluativa de esta propuesta innovadora, pensada para introducir contextos de aprendizaje en los que la colaboración de alumnado, profesorado y mundo profesional sea una exigencia.

En primer lugar se hará una revisión de las investigaciones que dibujan una universidad en la que el compromiso del estudiante con ella, con su aprendizaje y con la sociedad resulta ser un eje nuclear (Yorke & Longden, 2008; Leach & Zepke, 2011; Phelan, 2011; Zepke, 2014; Healey, et al. 2014). En segundo lugar se aportará una descripción de la experiencia, del proceso metodológico seguido para su evaluación y de los resultados más relevantes sobre su puesta en marcha (difusión, desarrollo de proyectos y generación de red), destacando sus potencialidades así como sus debilidades.

Finalizamos con un apartado conclusivo que recoge el impacto que esta iniciativa está teniendo en el aprendizaje de todos los agentes implicados, en estrechar la colaboración inter-institucional de cara a la formación, innovación e investigación y en poner de manifiesto los desafíos que hemos de afrontar en el futuro en la Educación Superior.

Palabras clave: Educación Superior - Aprendizaje – Colaboración - Educación activa - Innovación - Educación Social

EL BINOMIO GÉNERO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

AUTORAS

Rocío Araujo Álvarez, María A. Lorenzo Rial, Mercedes Varela Losada y María M. Álvarez Lires

Universidad de Vigo (España)

rocio.araujo@hotmail.es, marialorenzo@uvigo.es, mercedesvarela@uvigo.es y lires@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Se presenta una experiencia realizada en aulas de ESO, Bachillerato, Grados en Educación Infantil y Primaria, y en el Máster de Profesorado de Secundaria. Su finalidad es que el alumnado, además de adquirir conocimientos sobre desarrollo sostenible, desarrolle un pensamiento crítico sobre problemas de índole mundial y aprenda a utilizar el género como categoría de análisis, a percibir desigualdades entre mujeres y hombres y entre países a través de textos, debates y pequeñas investigaciones, así como a trabajar de manera cooperativa.

En diversos tratados internacionales como *Agenda 21 (1992)*, *Cumbre de Biodiversidad (1992-1993)*, *Declaración del Milenio y sus objetivos (2002)*, *Beijing +10 (2005)* y *Agenda para el Desarrollo después de 2015*, aparecen referencias a la vinculación existente entre género y desarrollo sostenible y se proponen medidas para integrar perspectivas de género en políticas y programas de desarrollo sostenible, eliminando obstáculos para que las mujeres puedan participar activamente en las políticas relativas al medioambiente y a la vida pública, con el fin de promover su empoderamiento como manera efectiva de combatir la pobreza, el hambre y las enfermedades.

Para evaluar el impacto y efectividad de estas medidas, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza creó el *Índice de Género y Medioambiente (EGI)*, con el que se examinaron 72 estados basándose en parámetros como los derechos básicos y la participación de las mujeres en la toma de decisiones medioambientales, la educación, el sustento, la estabilidad política y la conservación de la biodiversidad, permitiendo así cuantificar el progreso en igualdad de género y desarrollo sostenible de cada país.

Para acercar estos procesos al alumnado, a fin de que comprenda la importante vinculación entre el desarrollo sostenible y las políticas de género, se indagó acerca de sus ideas previas sobre desarrollo sostenible y género, así como las referentes a las relaciones entre ambos términos. Tras comprobar el desconocimiento y confusión existentes al respecto, se realizó una actividad en dos fases: una primera, de forma cooperativa, en la que se trabajó sobre el *EGI*, y una segunda que consistió en una investigación individual sobre la vida y obra de mujeres científicas comprometidas con el desarrollo sostenible, siguiendo la guía orientativa de Álvarez-Lires et al. (2003). Se finalizó con una reflexión argumentada sobre las conclusiones globales de lo aprendido en la actividad.

Durante la actividad quedó plasmada la comprensión del importante papel que las mujeres juegan en el desarrollo sostenible, y resultó muy interesante la localización de mujeres, tanto conocidas como anónimas, que destacaron en el estudio y conservación del medioambiente. Consideramos que este tipo de actividades contribuye a desarrollar un pensamiento favorable hacia la igualdad de género, fomentando una conciencia crítica sobre un modelo de desarrollo que es insostenible e injusto.

Palabras clave: Desarrollo sostenible - Género - Educación - Trabajo cooperativo

LA DIDÁCTICA DE LAS CIENCIAS EXPERIMENTALES EN LA UNIVERSIDAD. ALGUNAS PROPUESTAS METODOLÓGICAS

AUTORA

Elena Arbués

Universidad de Navarra (España)

earbues@unav.es

La Didáctica de las Ciencias Experimentales en el Grado de Educación de la Universidad de Navarra tiene como objetivo principal que los futuros maestros adquieran dominio suficiente de los conocimientos científicos que se enseñan en educación primaria. Se pretende que, fundada en esa teoría, adquieran una práctica idónea de la clase que sirva para proporcionar a los alumnos de primaria un adecuado aprendizaje de las ciencias.

Entre los objetivos a lograr nos proponemos que los futuros maestros lleguen a valorar críticamente diversos recursos, métodos y estrategias didácticas aplicables a la enseñanza de las ciencias experimentales. En este sentido destacamos, en primer lugar, la realización de experiencias científicas, acordes con el desarrollo cognitivo de los alumnos de primaria, que permitan plantear y resolver problemas asociados con las ciencias en la vida cotidiana.

En segundo lugar, el Aprendizaje-Servicio como una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad, en un proyecto bien articulado en el que los alumnos se implican en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo (Martínez, 2008; Warren, 2012; Batlle, 2013). A través de esta herramienta metodológica, que se va abriendo camino también en la enseñanza universitaria, se aglutina la adquisición de contenidos con el aprendizaje de diferentes competencias básicas o específicas, como son el trabajo en equipo interdisciplinar, las habilidades en las relaciones personales, el compromiso ético o el razonamiento crítico (ANECA, 2005).

En este trabajo se expone una experiencia docente de aprendizaje-servicio en la enseñanza de la Didáctica de las Ciencias Experimentales con alumnos del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Navarra. La metodología busca fomentar, por una parte, la participación comprometida de los estudiantes en el proceso enseñanza-aprendizaje y, por otra, fortalecer el componente de entrega de un servicio de calidad a la comunidad, potenciar el pensamiento crítico y la resolución de problemas, fomentar una actitud responsable y de compromiso hacia la conservación del entorno y motivar la reflexión formal durante la experiencia.

En este sentido, la metodología del Aprendizaje-Servicio nos ha resultado útil para basar el aprendizaje de los estudiantes en la experiencia real vivida en el Museo de Ciencias de la universidad, para conectar con sus motivaciones y para fomentar su participación comprometida en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Naval et al., 2011).

Tras la aplicación de estas metodologías recogemos algunas de las opiniones de los alumnos. Sin duda podemos decir que los resultados son positivos en el aprendizaje del alumnado universitario

Palabras clave: Enseñanza de las ciencias – Innovación metodológica – Enseñanza experimental – Aprendizaje – Servicio – Competencias profesionales

CORRESPONDENCIA ENTRE SINIESTRALIDAD LABORAL POR SECTOR PRODUCTIVO Y SU ATENCIÓN EN LA PRENSA ESCRITA EN EL PERIODO 1994-2013

AUTOR

Sergio Arce García

Universidad Internacional de La Rioja (España)

sergio.arce@unir.net

La transposición de la Directiva Comunitaria Europea 89/391/CEE a la Ley 31/1995 en España fue, tras una larga espera, la base sobre la que disminuir la alta siniestralidad laboral que venía sucediendo en el país. Pero lo que se esperaba como remedio para la reducción de los accidentes laborales en los diferentes sectores productivos, provocó justamente el hecho contrario: el aumento de los mismos. Las posteriores reformas legislativas buscaron mejorar la normativa de forma que se redujeran los accidentes, pero el aumento de la producción y del número de trabajadores durante el comienzo de siglo XXI, sobre todo en el sector de la construcción, hizo que los niveles no comenzaran a bajar claramente hasta la crisis económica a partir del año 2008.

La siniestralidad laboral es reflejada en los medios de comunicación de prensa escrita en diferentes secciones, a través de artículos donde se exponen las primeras consecuencias, reacciones y explicaciones sobre lo acontecido.

En esta comunicación se plantea como objetivo comprobar si los sectores productivos donde se producen los accidentes laborales son trasladados a las noticias de igual manera a cómo reflejan las estadísticas. Para determinarlo se estudia cuantitativamente su impacto en los cuatro principales medios de comunicación de prensa escrita: El País, El Mundo, ABC y La Vanguardia en sus ediciones nacionales durante el periodo 1994 a 2013, desde un año antes de la publicación de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales en 1995 a los veinte años posteriores. Igualmente se estudian las fuentes que suministran la información a los medios de comunicación en función del sector productivo en cada uno de los cuatro diarios analizados.

Los datos revelan que no existe correspondencia entre el número de accidentes laborales por sector y el número de artículos de accidentes reflejados en la prensa escrita, teniendo ciertos sectores mucha más aparición que otros sin ser los de mayor niveles y/o porcentaje de accidentados. Igualmente las fuentes que suministran la información varían de forma importante dependiendo del sector donde se produjo la siniestralidad laboral y de la prensa diaria que lo publica.

Palabras clave: Prensa – Accidentes laborales – Prevención de Riesgos Laborales – Comunicación – Sector productivo

UNA EXPERIENCIA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS RELACIONES ENTRE IGUALDAD DE GÉNERO Y SOSTENIBILIDAD CON PROFESORADO EN FORMACIÓN INICIAL

AUTORES

Azucena Arias Correa, Mercedes Varela Losada y Uxío Pérez Rodríguez
 Universidad de Vigo (España)
azucena@uvigo.es, mercedesvarela@uvigo.es y uxio.perez@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

La educación tecnocientífica del profesorado debe incorporar nuevos aprendizajes que respondan a las necesidades que se presentan a la ciudadanía del siglo XXI y por lo tanto deben incorporar problemas socioambientales con enfoque de género, ya que la humanidad se enfrenta a problemas interrelacionados de tal magnitud, que desde hace algo más de dos décadas se puede hablar de una situación de *emergencia planetaria* (Bybee, 1991) y, además, estos problemas afectan desigualmente a mujeres y varones (Marton-Lefèvre e Byanyima, 2009), si bien las mujeres poseen conocimientos y destrezas que podrían ayudar a combatirlos (Novo, 2006), tal como se ha reconocido y puesto en práctica en los Programas de la ONU para el Desarrollo (PNUD). Para resolver esta situación se necesita una ciudadanía que comprenda, acepte e impulse medidas tecnocientíficas, educativas y políticas adecuadas y en este sentido es necesaria una educación encaminada a dichos fines.

En esta línea, hemos realizado una experiencia de sensibilización respecto a la relación existente entre sostenibilidad y género en el marco de una materia tecnocientífica del Grado en Educación Primaria (EP), dentro del área de Didáctica de las Ciencias Experimentales, con profesorado en formación inicial.

A partir del análisis de ideas previas del alumnado en el desarrollo de un proyecto (Arias-Correa *et alii*, 2009) sobre el agua (*El agua: su presencia, uso, propiedades físico-químicas, características y relación con la vida*) se observa la necesidad de una intervención que promueva la sensibilización y toma de conciencia sobre la *crisis del agua* a nivel mundial y se propone hacerlo incorporando el enfoque de género. Así pues, dentro del proyecto sobre el agua se introduce un pequeño subproyecto que se aproxime a la relación entre sostenibilidad y género desde una temática concreta. A lo largo de dicho subproyecto se propicia la realización de actividades de diferente tipología, tales como debates, lecturas, reflexiones, investigaciones y se solicita que el alumnado recoja todo el proceso junto a sus valoraciones personales en su diario de clase. La experiencia se desarrolla siguiendo la propuesta de Pujol (2003): una ciencia que enseñe a pensar, a hablar, a hacer, a regular los aprendizajes y a trabajar en interacción.

La experiencia produjo resultados satisfactorios, propició el debate y la reflexión del futuro profesorado (aunque la profundidad de la reflexión promovida no fue idéntica en todos los casos) que, al final del proceso, se mostró concienciado con la magnitud del problema medioambiental y con la necesidad de introducir la perspectiva de género en su estudio y tratamiento, interesándose por conocer y diseñar propuestas para trabajar en esta línea con su futuro alumnado de Educación Primaria.

Palabras clave: Formación inicial del profesorado - Género - Sostenibilidad - Proyecto - Aprendizaje de las ciencias

EXPERIENCIAS INTEGRADORAS PARA PROMOVER LA AUTONOMÍA DE LOS APRENDIZAJES MEDIANTE EL USO DE LAS TIC

AUTORAS

María Judith Arias-Rueda y Yolissa Vega Castillo

Universidad del Zulia (Venezuela)

mjudithar@gmail.com y yolissavega@gmail.com

En los tiempos de crisis que vive la sociedad venezolana, la Universidad del Zulia mantiene su esmero por implementar enfoques e idear estrategias curriculares orientadas a la formación de profesionales integrales. Particularmente la Facultad de Ingeniería, cuenta con un equipo de investigadores que promueven experiencias integradoras y la autonomía de los aprendizajes haciendo uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Entre las estrategias empleadas está el currículo integral, los programas directores y el aprendizaje por competencias, esto a fin de contribuir con la vinculación y socialización del conocimiento, su aplicación y los valores inherentes al proceso educativo, resaltando aspectos ecológicos. A tal fin, en los últimos años se ha llevado a cabo una serie de experiencias, de las cuales uno de sus resultados se muestra en este documento.

En consecuencia, este trabajo pretende dar a conocer la metodología empleada y la secuencia de actividades propuestas para el abordaje de los contenidos asociados con la física básica desde dos ámbitos: el electromagnetismo y la mecánica newtoniana con el fin de divulgar las experiencias integradoras basadas en el trabajo colaborativo y el servicio social que los estudiantes prestan con sus trabajos fortaleciendo su formación integral a la vez que se promueve la autonomía de los aprendizajes. Este estudio está enmarcado en un paradigma interpretativo y método cualitativo, basado en investigación-acción. Participan en la investigación 120 estudiantes inscritos en las asignaturas Física I y Física II del Ciclo Básico de Ingeniería además se cuenta con el apoyo de otros profesores y profesionales que han intervenido directamente en el proceso.

La investigación se ha venido desarrollando en tres fases:

- 1) Fase Investigativa, en la cual los estudiantes, realizan una documentación teórica que les permite indagar, reflexionar y discutir sobre un tema de física previamente seleccionado y lo relacionan con aspectos asociados al desarrollo sustentable, en esta fase los estudiantes producen un medio de divulgación tecnológico asociado a la temática;
- 2) Fase Productiva, en la cual los estudiantes que participan en el trabajo diseñan un prototipo con la temática seleccionada, cuyos requisitos de elaboración están orientados al uso de material reciclado y a prestar algún servicio a la comunidad y por último la
- 3) Fase divulgativa en la cual, los participantes socializaron sus experiencias.

En los resultados obtenidos se evidencia una sensibilización de los estudiantes hacia el cuidado del ambiente, un entusiasmo por su aprendizaje que evidencia autonomía y el desarrollo de competencias técnicas que les permitieron practicar un trabajo de ingeniero. En este sentido se concluye que las experiencias integradoras desarrolladas en el aula promueven la formación integral y el aprendizaje autónomo.

Palabras clave: Experiencias integradoras - Sustentabilidad - Formación integral - Enseñanza de la Física - Autonomía de aprendizaje

MODELO APRENDIZAJE COMPETENCIAL: EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE COOPERATIVO, AUTÓNOMO Y EVALUACIÓN

AUTORA

Nuria Arís Redó

Universidad Internacional de La Rioja (España)

nuria.aris@unir.net

Esta comunicación presenta una experiencia de innovación educativa que combina la organización en grupos cooperativos con el trabajo autónomo, y evaluación conjunta.

Considerando que el trabajo cooperativo propicia el intercambio y la construcción conjunta de aprendizaje a través de la ayuda mutua (Huber, 2008, Tourón, 2010), esta experiencia pretende ser una estrategia para dinamizar la motivación del alumno a partir tres dimensiones claves: Aprendizaje autónomo, grupos cooperativos y la dinámica evaluativa del propio alumno.

A partir de la revisión teórica fundamentamos el punto de partida para dar origen a un modelo que revierta el aumento de la motivación del alumno y su en la percepción se su propia satisfacción. Todo ello centrado en la elaboración del portafolio implica, pues implica por parte del alumno la evidenciación del propio progreso, así como una reflexión metacognitiva muy significativa con el logro competencial (De Miguel, 2006; Bolivar, 2007). La experiencia se aplica los alumnos de Grado de Primaria.

Esta experiencia de talleres cooperativos, aprendizaje autónomo, y la necesaria dinámica evaluativa da origen a nuestra reflexión a la propuesta de un modelo teórico que articula la interrelación de dichas dimensiones. Al optar por implementar técnicas de coevaluación entre los propios alumnos se facilitó que se generaran procesos de trabajo cooperativo de gran significación. Con la revisión de la literatura científica se establece la vinculación entre aprendizaje cooperativo, autónomo y motivación.

En esta dinámica de trabajo, el alumno evidencia el proceso de reflexión significativa, de creación de conocimiento cada vez más complejo y elaborado. Ello favorece la creación de conocimiento holístico (Pozo y Monereo, 2009). Coincidimos en considerar que el aprendizaje cooperativo facilita el logro de las competencias así como la capacidad crítica de los estudiantes, la mejora en la eficacia (Cannon y Scharmann, 1996), y por último, pero muy importante, el aumento del compromiso personal (Learreta Ramos, 2005).

Por todo ello consideramos que esta propuesta, que suma la elaboración del portafolio con el aprendizaje cooperativo, promueve la reflexión y el desarrollo competencial (Domingo 2008). En este sentido compartir responsabilidades parece una medida importante en la coevaluación y en la autorreflexión. También consideramos el potencial del mismo como estrategia formativa a considerar por el docente. La supervisión del docente durante todo el proceso es un factor que hace que el estudiante se sienta con más responsabilidad al tener que entablar diálogos sobre su propio proceso de trabajo.

Los resultados obtenidos nos motivan a seguir investigando. Con ello podremos obtener progresivamente una mayor comprensión del proceso de aprendizaje de los estudiantes pero, también, una serie de pautas que puedan guiar la intervención sobre los procesos de enseñanza-aprendizaje orientados al logro competencial (Boekaerts, 2001).

Palabras clave: Aprendizaje cooperativo - Educación Superior - Innovación - Evaluación

CULTURA EN EL PERIÓDICO *EL MUNDO*

AUTORA

Emy Armañanzas

Universidad del País Vasco (España)

emiliana.armananzas@ehu.eus

El periódico *El Mundo*, nacido el 23 de octubre de 1989, cuenta, desde su origen, con una sección de cultura, publicada en el ejemplar diario, y con un suplemento cultural de edición semanal. Ambos espacios han experimentado distintas etapas en los casi veinticinco años de vida de la publicación que aquí se analiza (1989-2013), consecuencia de los momentos vividos por el periódico y por la cultura del país que, a su vez, se han visto afectados por la marcha de la economía. Su primera etapa de organización corresponde al despegue del periódico, por ello, la sección diaria de cultura era prudente en su número de páginas y en el primer suplemento, llamado *Libros*, dedicado exclusivamente a las letras.

La segunda etapa de *El Mundo* fue la de crecimiento como empresa y como producto. De ahí el importante incremento del número de páginas de su sección de cultura tras una década de vida. Coincidió con los años en los que la producción cultural, las infraestructuras y las programaciones de espectáculos y exhibiciones se multiplicaron en España, además de la demanda del público de más cultura, las mejoras en la educación y la época de bonanza vivida en el país. Así, a finales de los 90 el periódico se mostraba consolidado con una sección de cultura rica y el suplemento *El Cultural* que comenzaba a venderse junto a *El Mundo* desde 1999, un amplio cuadernillo dedicado a todas las artes, no exclusivamente a las letras. La posterior crisis económica que ha repercutido en la prensa con especial dureza, provocó una disminución en el número de páginas diarias de cultura y del suplemento. A ello se ha unido la etapa de zozobra que vive la prensa hasta que se dirima el futuro del periódico en papel y digital.

Este artículo analiza los dos espacios que *El Mundo* dedica a la difusión de cultura: su sección diaria y el suplemento semanal *El Cultural*. Con la metodología cuantitativa comprobamos cuáles son los géneros periodísticos y los referentes culturales que prevalecen en cada ámbito para después interpretar la función que cumple cada uno (metodología cualitativa y análisis de contenido). La dispar periodicidad de publicación de la sección de cultura -diaria- y del suplemento -semanal- provoca un modo de organizar y trabajar los contenidos distinta en cada caso y, en consecuencia, diferentes características en la tipología textual, en la frecuencia de los referentes así como en la autoría. Por ello, tampoco el enfoque de los contenidos y la función que cumplen ambos espacios resultan iguales.

Concluyo que la sección diaria trata las artes (literatura, artes plásticas, teatro, danza, arquitectura, música, cine) mayoritariamente a través de los géneros informativos e interpretativos, escritos por periodistas de plantilla con la función primordial de informar e interpretar los más recientes hechos culturales. De otro lado, la organización de *El Cultural* también recae en periodistas de plantilla pero el grueso de los textos están escritos por expertos en las diversas artes: académicos, escritores, profesores, intelectuales, muchos ajenos a la publicación. Se les encarga la redacción de géneros argumentativos y de opinión, que resultan mayoritarios, lo que provoca que la función del suplemento cultural sea preferentemente la de valorar obras de creación.

Palabras clave: Cultura – Periódico – El Mundo – Comunicación impresa

LA LABOR DEL LENGUAJE EN LA FILMOGRAFÍA DEDICADA A LOS 300 ESPARTANOS: ‘EL LEÓN DE ESPARTA’, ‘300’ Y ‘CASI 300’

AUTORA

Cristina Armunia Berges

Universidad Complutense de Madrid (España)

cristinaarmuniaberges@gmail.com

“Si el pensamiento corrompe el lenguaje, el lenguaje también puede corromper el pensamiento” (George Orwell)

Cuando el cine trata temas del pasado intenta acercarse a las épocas remotas a través de elementos clave como son el vestuario, el *atrezzo*, la acentuación de los rasgos de los personajes, las bandas sonoras y también a través del lenguaje. La manera de expresarse de los personajes o del mismo narrador puede hacer que una cinta cambie radicalmente de género y también de objetivos.

El lenguaje lo vemos reflejado, casi en su totalidad, en los diálogos que mantienen los protagonistas. Cabe destacar que las películas que pretenden rescatar un pasaje histórico muy alejado en el tiempo suelen utilizar lenguajes completamente anacrónicos con respecto a la etapa relatada. Esto sucede por diferentes razones como por ejemplo por la complejidad que supondría para cualquier guionista reproducir conversaciones del siglo V anterior a Cristo. Otra de las razones que exponemos en este resumen podría ser la ineficacia del lenguaje clásico en las salas de cine actuales. Un lenguaje del pasado que casi no se entiende, con una gran riqueza de vocabulario, formas verbales y metáforas imposibles no atraería al gran público, que es para el que se realizan las películas y mucho más en la fábrica de Hollywood.

Lo que se suele hacer con el lenguaje clásico en las películas modernas es actualizarlo para que resuene a pasado pero se entienda en el presente. Esto resulta muy atrayente para el público masivo pero es una técnica que deforma en gran medida la historia y también las interrelaciones que mantienen los personajes.

Mientras que en *El león de Esparta* el lenguaje es solemne y trabaja al servicio de la historia, en la cinta cómica de *Casi 300* los hechos históricos son totalmente secundarios y lo que importa es hacer que el espectador estalle en una carcajada. Por otro lado, la película dirigida por Zack Snyder *300* utiliza el lenguaje como vehículo de la heroicidad y también del colonialismo cultural.

De la nobleza del héroe dibujada en *El león de Esparta* o en *300* se pasa, a través del lenguaje, a la ridiculización total del espartano Leónidas. El líder es dibujado en sus diálogos como un niño o un líder afeminado (y no es que importe su orientación sexual sino que los guionistas han escrito de tal manera la trama que se relaciona constantemente la homosexualidad con la poca fiereza del héroe Leónidas).

Historia, heroicidad y humor son la tríada de tonalidades que nos encontramos en los diferentes registros del lenguaje utilizados en las películas de Rudolph Maté, Seltzer & Friedberg y Zack Snyder sobre la historia de los 300 espartanos en la batalla de Las Termópilas.

Palabras Clave: Cine histórico - Anacronismos - Lenguaje - Humor

USO DE MEDIOS DIGITALES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA DIFUSIÓN DE LA HISTORIA DE LA LUCHA LIBRE POBLANA

AUTOR

Francisco Felipe Arreola A. Flores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)

fcoarreola@gmail.com

Para las personas familiarizadas con la lucha libre es bien conocido su origen y establecimiento en nuestro país, sin embargo ¿todas las personas que se acercan a esta disciplina conocen su historia? Desde la primera función organizada por una empresa mexicana hace más de 81 años, han surgido una buena cantidad de historias relacionadas con algunos de los luchadores que han desfilado por los encordados mexicanos y que por sus combates y triunfos lograron ocupar un sitio entre las figuras de este deporte.

A partir de una serie de prohibiciones en la Ciudad de México aplicadas por el entonces gobierno de la capital mexicana a la lucha libre en sus primeros años de existencia, ésta pudo extenderse a otros estados y ciudades de la república. Una de las poblaciones que se benefició de la expansión del pancracio en la república mexicana, fue Puebla. El 18 de Julio de 1953 se inauguraría la Arena Puebla, perteneciente a la Empresa Mexicana de Lucha Libre (hoy conocida como Consejo Mundial de Lucha Libre), en su primera función contó con la presencia de luchadores como El Santo enmascarado de Plata, El Cavernario Galindo, Tarzan López y Black Shadow. Desde entonces, el recinto de la 13 Oriente no ha dejado de brindar funciones de lucha libre al menos una vez por semana.

En un periodo de 61 años, se podría esperar una buena cantidad de historias en torno a la lucha libre en la ciudad de Puebla, considerando que se cuenta con un buen espacio para la práctica y realización de funciones de dicho deporte. El problema está en que (además de ir y platicar con algún luchador poblano) no existe una fuente de fácil acceso que permita conocer algunos de esos relatos.

Resultaría inocente pensar que con la inauguración de la Arena Puebla se originó la lucha libre en Puebla, debió de haber algo antes de la apertura de este espacio. Considerando esto como un punto de partida se podría realizar la siguiente pregunta: ¿Qué es lo que luchadores y aficionados conocen acerca de la lucha libre en Puebla? Buscando saber cuándo y cómo se da su llegada a la ciudad, además de sedes y exponentes de este deporte espectáculo en la capital del estado de Puebla. A partir de una investigación sustentada en la comunicación estratégica y que además se valdrá de entrevistas a luchadores locales, encuestas a aficionados Poblanos y algunas de las distintas plataformas que existen en la actualidad en Internet, se contestará este cuestionamiento, además de que se creará un documento que ayude a difundir la historia de la lucha libre Poblana.

Palabras clave: Comunicación Estratégica - Internet - Medios Digitales - Lucha Libre

LA INFLUENCIA DE LAS METODOLOGÍAS ACTIVAS EN LOS ENFOQUES DE APRENDIZAJE: UN ANÁLISIS EN LA ESCUELA DE EMPRESARIALES DE VITORIA-GASTEIZ DE LA UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV/EHU)

AUTORAS

Ainara Arsuaga, Elena Martínez, Oihana García y Waleska Sigüenza

Universidad del País Vasco (España)

ainara.arsuaga@ehu.eus, elena.martineztola@ehu.eus, oihana.garcia@ehu.eus y waleska.sigüenza@ehu.eus

El objetivo principal de este trabajo es determinar el enfoque de aprendizaje empleado por el alumnado de la E.U.E. Empresariales de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Además, se analiza si este enfoque cambia tras cursar con metodologías activas una de las asignaturas del Grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE) que se imparte en la Escuela. Se persigue, por tanto, constatar si el uso de metodologías activas fomenta el enfoque de aprendizaje profundo frente al enfoque superficial.

Los enfoques de aprendizaje son la manera en la que el alumnado afronta el proceso de aprendizaje en un contexto determinado. Estos enfoques están influenciados no solo por las características del alumnado (conocimientos previos, habilidades o expectativas), sino también por su percepción sobre el contexto en el que se desarrolla la enseñanza. Es decir, tanto el o la estudiante como el tipo de tareas que tiene que realizar (dirigidas por el profesorado) y el contexto institucional, que determinan de alguna manera sus motivaciones para estudiar, la fijación de sus objetivos y las estrategias que emplea.

Para alcanzar los objetivos del trabajo se realizó a todos el alumnado de la Escuela el cuestionario R-SPQ-2F, diseñado por Biggs en 2001. Desde 1987 este autor se ha centrado en el estudio de los enfoques de aprendizaje y en esta última propuesta, específicamente dirigida a contextos universitarios, divide los enfoques en dos grandes categorías: enfoque profundo y enfoque superficial, y cada una de dichas categorías en dos sub-enfoques o componentes: motivación y estrategia (entendida ésta como la manera en la que un individuo se desenvuelve en una situación).

Se cuenta con una muestra de 122 estudiantes de primer curso, 69 de segundo curso, 47 de tercer curso y 39 de cuarto curso. Se observa que, la puntuación media obtenida por el enfoque profundo supera la obtenida por el enfoque superficial: Aunque las puntuaciones medias varían según el curso considerado, la mencionada tendencia se mantiene para todos ellos.

Respecto al segundo objetivo, analizar la influencia de las metodologías activas de aprendizaje, se ha procedido a caracterizar para dos grupos de alumnado los enfoques de aprendizaje antes y después de haber cursado una de las asignaturas de GADE con dichas metodologías activas. Los resultados obtenidos nos permitirán concluir si efectivamente este tipo de metodologías, donde los y las estudiantes se involucran más y son protagonistas de su propio aprendizaje, predisponen hacia enfoques profundos, es decir, hacia un aprendizaje de mayor calidad.

Palabras clave: Enfoques de Aprendizaje – Metodologías Activas

ENTORNOS PERSONALES DE APRENDIZAJE EN LA FORMACIÓN INICIAL DE MAESTROS Y PEDAGOGOS: ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE PERCIBIDO Y LA ACTITUD HACIA EL USO DE LAS TIC

AUTORAS

Vanesa Ausín Villaverde y Vanesa Delgado Benito

Universidad de Burgos (España)

vausin@ubu.es y vdelgado@ubu.es

Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLE) se consideran estructuras educativas que permiten utilizar las herramientas tecnológicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes en Educación Superior. A su vez, responden a las nuevas demandas de la sociedad del conocimiento y posibilitan una nueva forma de entender y organizar el uso de la tecnología educativa. Cada vez son más las voces que defienden la utilización de los PLE para integrar de forma conjunta el aprendizaje formal e informal, además de fomentar el aprendizaje autónomo y la formación permanente de nuestros estudiantes.

En este sentido, dentro de la enseñanza universitaria, se debe posibilitar la construcción de un espacio de aprendizaje personalizado y adaptado a los ritmos y necesidades de los discentes; junto con el aprendizaje y la comunicación entre iguales, así como con otras personas que puedan ser un referente en su formación. Todo ello es posible gracias al diseño de asignaturas que organicen los contenidos bajo el enfoque pedagógico de los Entornos Personales de Aprendizaje.

El objetivo de esta investigación ha sido conocer la percepción que tienen los estudiantes del aprendizaje asimilado en su formación inicial a través de las herramientas que integran su PLE y la actitud de éstos hacia el uso de las mismas. Además, se realizará una comparación de datos entre distintas titulaciones (Educación Primaria, Educación Infantil y Pedagogía) para conocer si existen diferencias significativas.

La muestra participante han sido los estudiantes matriculados en la asignatura “TIC aplicadas a la educación” de los grados de Educación Primaria, Infantil y Pedagogía de la Universidad de Burgos (n = 205). Para conocer la opinión de la muestra estudiada, se han utilizado dos instrumentos. En primer lugar, se elaboró un cuestionario con ítems relativos al proceso de construcción, evaluación y el aprendizaje percibido a través de las herramientas del PLE. Para la elaboración del citado instrumento nos hemos basado en el cuestionario elaborado por Halic, Lee, Paulus y Spence, (2010). El segundo instrumento utilizado, ha sido la “Escala de Actitudes hacia la TIC” (Tejedor, García-Valcárcel y Prada, 2009) que permite conocer la disposición que manifiestan los estudiantes hacia el uso de las TIC en su práctica profesional desde tres esferas distintas, la cognitiva, afectiva y comportamental.

Los principales resultados muestran que los estudiantes han valorado positivamente el aprendizaje en torno a las herramientas de su PLE, las cuales utilizarán en su futuro profesional (82,4%). En cuanto al aprendizaje percibido, un 67,7% de los estudiantes consideran que la información a la que accedieron a través de su PLE les ha ayudado a ver otros puntos de vista sobre temas relacionados con la asignatura.

Palabras clave: Entorno Personal de Aprendizaje - Actitud hacia las TIC - Aprendizaje percibido - Formación inicial

LA JUSTICIA AMBIENTAL Y ECOLÓGICA, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO VENEZOLANO. UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN CONSTITUCIONAL

AUTORES

Flor Ávila Hernández y Gustavo Machado Nuñez

Universidad del Zulia (Venezuela)

fmavilahernandez@gmail.com y gustavo.machado1974@gmail.com

En los últimos años, se ha generado un intenso debate entre enfoques teóricos que abordan la interacción entre el hombre y la naturaleza. En concreto, la contraposición de visiones es posible apreciarlo bajo el prisma de perspectivas distintas que brindan los paradigmas de la justicia ambiental y la ecológica. La justicia ambiental, planteada por Gudynas (2010), presenta una perspectiva antropocéntrica, tomando como criterio para dirimir lo justo de lo injusto en materia ambiental, su relación y vinculación con los derechos humanos, es decir, la Naturaleza es tratada como objeto, expresándose en el plano jurídico mediante, la inclusión de la tutela del ambiente en los derechos humanos de tercera generación.

Por su parte, la justicia ecológica presenta una perspectiva biocéntrica, teniendo como punto de partida el reconocimiento de la Naturaleza desde sus valores propios (Gudynas, 2010) y como sujeto pleno de derechos, tomando como Constitución Ecuatoriana, particularmente en sus artículos 71 y 72. En este mismo orden de ideas, cabe destacar que otras constituciones latinoamericanas reposan bajo la égida del paradigma de la Justicia Ambiental, caracterizado por los derechos al medioambiente sano o ecológicamente equilibrado, como derecho de carácter colectivo o social, el dominio público y la propiedad del Estado sobre el ambiente y los recursos naturales; los principios de políticas ambientales y de la equidad intergeneracional.

En efecto, este paradigma caracteriza las normativas consagradas en las Constituciones de Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela. La noción de justicia ambiental ha cobrado importancia, basado especialmente en la preservación, conservación y el control de los agentes contaminantes, mediante la incorporación de normativas basadas en el principio de igualdad y justicia social, fundándose en el reconocimiento de que los costes y beneficios ambientales no se distribuyen de manera equitativa; y por lo tanto, pretende resolver las injusticias imperantes en la distribución de esos costes y beneficios, así como ayudar respectivamente a erradicar aquellas condiciones desfavorables. Nuestra propuesta de investigación es la superación de este paradigma en la Constitución Venezolana de 1999, y su evolución hacia el biocentrismo, que vela por las condiciones de florecimiento y despliegue de todos los seres vivos, vegetales, animales y demás formas de vida existente. Se basa en los principios de la cultura de lo vivo, la agricultura biológica, la coevolución de las especies y el uso de energías renovables. Este paradigma se ubica en los conocimientos ancestrales de algunas comunidades indígenas, en el reconocimiento de la naturaleza como ser con derechos y merecedor de respeto, tiene su representación occidental con el derecho ambiental, a consecuencia del deterioro sufrido por la naturaleza, resultado del ecosuicidio en curso y la depredación de los recursos ambientales, conjuntamente con la ineficacia de las políticas de protección ambiental implementadas en el continente. De este modo, la degradación ambiental engloba una gama de peligros que condicionan nuestra existencia actual y futura.

Palabras Clave: Justicia ambiental y ecológica - Ordenamiento jurídico venezolano - Coevolución de las especies - Ecosuicidio

PLANES DE ESTUDIO DE PROGRAMAS PROFESIONALIZANTES EN CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES, CON PERSPECTIVA BIOÉTICA GLOBAL

AUTORA

Teresa de Jesús Ayala

U. Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

tjayalachirinos@gmail.com

Desde hace aproximadamente dos décadas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, ha estado resaltando la importancia de que los llamados países en vías de desarrollo, lo alcancen, a través de la preparación de profesionales calificados y competentes. Por su parte, la Bioética global, disciplina que ha alcanzado un gran avance en los últimos tres lustros, con su perspectiva vital y en un marco ambiental holista, propugna por el desarrollo de la humanidad, diversa y heterogénea en lo moral y cultural, mediante el necesario diálogo interdisciplinar en el avance y aplicación del conocimiento, en un entorno ético, considerando además el aporte de las comunidades y sus ciudadanos, con los consecuentes resultados transdisciplinarios complejos, que estén enfocados a la preservación de la vida en el Planeta.

Es así como, el desarrollo al que debe propender un país, en los ámbitos social, económico, científico y tecnológico, debe ir jalonado por una educación superior estructurada curricularmente en el marco de la Bioética global, como disciplina transversal en sus áreas de formación profesional. Particularmente, en los programas profesionalizantes en ciencias económicas, contables y administrativas, los planes de estudio deben enfocarse mediante modelos interpretativos sistémico-humanísticos, con orientaciones epistémico-metodológicas de investigación no solo cuantitativa, sino también cualitativa, para dar cabida a perspectivas con raíz(es) disciplinante(s) (r.d.) diversas, como son la etnografía (r.d. antropología); la fenomenología (r.d. filosofía); la hermenéutica (r.d. filosofía, teología, criticismo literario); la investigación-acción (r.d. psicología social); las historias de vida (r.d. sociología, psicología); el interaccionismo simbólico (r.d. psicología social); la Etnometodología (r.d. sociología), entre otras, existentes y por desarrollarse.

De esta manera, en cada contenido micro-curricular, programa de curso, o syllabus, estará abierta la posibilidad para el tratamiento de problemas disciplinares, en el marco de la Bioética global.

Palabras clave: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Bioética Global - Profesionalizantes

EL APRENDIZAJE SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE DOS PROYECTOS DE COOPERACIÓN

AUTORES

José Ángel Aznar Sánchez y Luis Jesús Belmonte Ureña

Universidad de Almería (España)

jaznar@ual.es, lbelmont@ual.es

Los autores desean agradecer la ayuda recibida de la Dirección General de Formación e Innovación de la Universidad de Almería dentro de la convocatoria de Grupos Docentes para el Diseño y Transferencia Práctica de Innovaciones Docentes 2014-2016.

La metodología del aprendizaje servicio (ApS) puede ser útil para contribuir al cumplimiento de una serie de competencias transversales que obligatoriamente deben ser objeto formativo en los planes de estudios de muchas universidades españolas puesto que ofrece argumentos suficientes para cambiar el sentido del aprendizaje y de la ciudadanía. Su aplicación representa una estrategia de acción que fomenta la solidaridad activa y el voluntariado, promoviendo la formación, la educación, la investigación y la sensibilización de la comunidad universitaria. Además, es una metodología pedagógica de alto poder formativo ya que combina en una sola actividad el aprendizaje de contenidos, competencias y valores con la prestación de tareas de servicio a la comunidad con la que se trabaja.

En el año 2012 se constituyó un grupo docente en la Universidad de Almería con el objetivo de implementar la metodología del ApS en las materias de cooperación al desarrollo que se estaban impartiendo en el Máster Oficial en Estudios e Intervención Social en Inmigración, Desarrollo y Grupos Vulnerables. Desde el principio se estableció una estrecha colaboración con la ONG “Almería Acoge” con la que se ha trabajado conjuntamente en el desarrollo de dos proyectos diferentes durante dos cursos académicos. El primer proyecto ha consistido en la puesta en marcha de un proyecto de codesarrollo en Senegal en colaboración con la Asociación de Emigrantes Senegaleses de Andalucía (Adesean). En el segundo proyecto se ha trabajado con esta ONG en el planteamiento y en la puesta en marcha de una campaña de sensibilización sobre el mestizaje.

En este trabajo se presentan las características básicas de la aplicación de la metodología del ApS en estos dos proyectos de cooperación con la ONG Almería Acoge. Se evalúan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la rúbrica en su doble formato (tabla de resultados y gráfico de araña). Y se realizan una serie de propuestas de mejora a partir de los resultados de la evaluación.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Universidad - Metodología didáctica – Evaluación - Resultados

CONDICIONES DE TRABAJO DE LOS PROFESORES DE TELESECUNDARIA EN MÉXICO

AUTORES

Josefina Bailey Moreno y Manuel Flores Fahara

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)

josefina.bailey@itesm.mx y manuel.flores@itesm.mx

Se presentan los resultados de una investigación que tuvo como propósito conocer las condiciones en las que desarrollan su práctica docente cuatro profesoras de tres escuelas públicas que funcionan con el modelo de Telesecundaria (TSE), ubicadas en zonas urbanas marginadas y rurales en el sureste de México. La TSE en México es una alternativa educativa mediada por tecnología creada en 1968, que tiene como finalidad brindar a los grupos más vulnerables del país educación secundaria y con ello abatir el rezago educativo en zonas de bajo desarrollo y alta marginación.

La revisión de literatura de autores de esta línea de investigación sugiere que la eficacia de los profesores es significativamente afectada por sus condiciones de trabajo, ya que estas tienen una gran influencia sobre su desempeño y los resultados de aprendizaje de los alumnos (Harvey y Spinney, 2000; Naylor y Schaefer, 2003; Belliveau, Liu y Murphy, 2002). Las acciones de los profesores en sus escuelas y aulas de clase dependen de cómo estos perciben y responden a sus condiciones de trabajo (Leithwood, 2006 y Ezpeleta, 1992). Hargreaves y Lo (2000) señalan que se espera mucho del profesor en la escuela para el cambio educativo y con ello la prosperidad económica, sin embargo el gasto público para el bienestar social y la educación pública son las primeras bajas prescindibles de un Estado reducido o minimizado que las sociedades de información y sus economías parecen requerir.

El estudio se llevó a cabo con un enfoque cualitativo, a partir del cual se buscó conocer desde la perspectiva de las profesoras participantes cómo son sus condiciones de trabajo y cómo describen su práctica docente. Como técnicas de recolección de datos se llevaron a cabo observaciones y entrevistas. Las observaciones fueron de tipo participante con el propósito de captar los ambientes y a sus actores, se realizaron tres observaciones con duración de dos horas y media en cada uno de los cuatro grupos a cargo de cada profesora. Las entrevistas se llevaron a cabo con el apoyo de una guía general que permitiera flexibilidad en el manejo de los cuestionamientos.

Entre los principales resultados se encontró que la práctica docente se desarrolla en condiciones de aislamiento, falta de recursos impresos y tecnológicos, sobrecarga de trabajo, indiferencia de las autoridades y carencias del contexto social y económico. Uno de los hallazgos más importantes fue la categoría en la cual las profesoras expresan los motivos que las estimularon a dedicarse a la docencia como vocación, oportunidades y remuneración, entre otros. Se destaca que las profesoras emprenden acciones educativas a pesar de las limitadas condiciones de trabajo tales como: adaptaciones y modificaciones al currículum de acuerdo a las necesidades que surgen en su práctica diaria, toma de decisiones que otorgan flexibilidad a la enseñanza, así como la cercanía que establecen con sus alumnos y la comunidad expresada en los comentarios de las madres de familia y alumnos.

Palabras clave: Aislamiento - Sobrecarga - Profesor de Telesecundaria - Condiciones de la práctica - Iniciativa docente

LA IDENTIDAD PROFESIONAL DOCENTE EN LA FORMACION DEL PROFESORADO

AUTORAS

Alice Bajardi y Dolores Álvarez Rodríguez
Universidad de Granada (España)
alicebajardi@gmail.com y alvarezr@ugr.es

Este trabajo trata el tema de la identidad profesional con particular atención a la identidad docente. Además, se analizan los aspectos que influyen en la configuración de la identidad docente y se argumenta la importancia de la práctica de la reflexión, de la atención hacia los aspectos socio-emocionales y comunicativos y hacia el cuerpo y la corporalidad del docente.

Finalmente se pone de manifiesto la necesidad de proponer y desarrollar el tema de la identidad docente a partir de la planificación de los programas de formación del profesorado.

Palabras clave: Identidad Docente - Identidad Profesional - Corporalidad del docente - Formación del profesorado

PALABRAS MÁS, PALABRAS MENOS: LOS PROCESOS DE SUBJETIVACIÓN DE LA TAREA DOCENTE

AUTOR

Lucas Bang
Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Argentina)
lbang@uaco.unpa.edu.ar

El siguiente trabajo forma parte de una tesis doctoral en el campo de la comunicación educación. En este caso el texto a presentar es parte de un capítulo en construcción que propone caracterizar algunos dispositivos que configuran la subjetividad del docente de la escuela primaria de la zona norte de Santa Cruz.

El trabajo propone explorar cómo los docentes son interpelados por los discursos tecnológicos que proponen renovar el paisaje educativo y por lo tanto la tarea del docente. Mostraremos resultados de entrevistas a docentes de diferentes escuelas de la zona norte de Santa Cruz que hablan sobre su labor hoy, los cambios que han notado y la relación con tecnología en escuelas donde la tecnología no está presente desde lo institucional.

Además como elemento complementario que permite enmarcar el análisis de las entrevistas desarrollaremos algunas líneas teóricas sobre los desplazamientos de la subjetividad en la edad moderna a los tiempos actuales tomando como referencia el desarrollo de las sociedades de control (Deleuze 2005) o sociedades de empresa (Foucault 1999) al desplazamiento de una subjetividad puesta en el ser alguien a una subjetividad puesta en el estar con alguien, en el performance (Schechener 1968), donde la escuela es convocada a pensarse.

Palabras clave: Comunicación – Educación – Subjetividad – Tecnología

LA COMUNICACIÓN DE CRISIS DE SALUD: ANÁLISIS Y UTILIDAD EN EL CASO DEL VIRUS DEL ÉBOLA EN ESPAÑA

AUTORES

Rafael Barberá González y Ubaldo Cuesta Cambra

Universidad Complutense de Madrid (España)

rafaenny@hotmail.com y ucuestac@ucm.es

La comunicación sobre crisis siempre resulta de interés a diferentes públicos. Las alteraciones anómalas que amenazan el funcionamiento normal de una entidad provocan efectos que, en ocasiones, resultan difícilmente controlables. Si estas crisis afectan al medioambiente, al consumo o a la salud, la atención sobre ellas aumenta.

Nos centramos en un hecho que tuvo una notable repercusión internacional y que, en Europa, afectó especialmente a España: el brote de fiebre hemorrágica por el virus ébola.

Las herramientas empleadas para solucionar conflictos de salud no siempre resultan útiles en todos los casos porque las mismas causas que dan origen a una crisis no tienen por qué producir efectos iguales. Comunicar estas crisis es complejo y National Research Council lo evidencia al indicar que: “La comunicación de riesgo es un proceso interactivo de intercambio de información y opinión entre los individuos, grupos e instituciones. Esto incluye múltiples mensajes acerca de la naturaleza de los riesgos y otros que no tratan directamente sobre el riesgo pero expresan algún tipo de preocupación, opinión o reacción a los contenidos sobre los riesgos o a los arreglos legales e institucionales de la gestión de los riesgos”.

Se analiza en este trabajo el tratamiento informativo de tres de los principales periódicos españoles, de tirada nacional, (‘El País’, ‘ABC’ y ‘El Mundo’) sobre el virus del ébola surgido en España en la segunda mitad de 2014.

Después del fallecimiento de dos religiosos procedentes de Liberia y Sierra Leona, se produce el primer caso de contagio de ébola fuera de África. Un episodio que surge el 6 de octubre con el ingreso hospitalario de una auxiliar de enfermería y que llega hasta el 6 de noviembre cuando se le da el alta. Es este mes el que se estudia pormenorizadamente a través de las noticias, los artículos de opinión, los editoriales, las columnas de expertos, viñetas, etc., aparecidos en los diarios citados.

La magnitud de este hecho informativo hizo que los tres diarios le dedicaran una amplia cobertura como quedó demostrado con la gran cantidad de recursos que pusieron a disposición de los lectores. También lo corrobora la frecuencia empleada por cada uno de ellos al publicar las noticias, la cantidad de redactores dedicados, las secciones en las que aparecieron las informaciones o los géneros periodísticos utilizados.

Asimismo se examina cuál fue la utilidad de todo lo publicado para los diferentes lectores, porque como afirma Giovanni Cesareo “cuando se sobrepasa un cierto umbral en la oferta informativa, no se favorece la libertad de elección, sino que ésta se vuelve cada vez más impracticable”.

Palabras clave: Comunicación – Crisis – Salud – Ébola – Información

EL VIDEOJUEGO Y LA TRADICIÓN DEL JUEGO: UN NUEVO HORIZONTE PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDOS EDUCATIVOS

AUTOR

Borja Barinaga

Universidad Complutense de Madrid (España)

borja@lapevil.com

El juego ha sido un elemento fundamental en los procesos educativos desde los orígenes de nuestra civilización. Los ritos iniciáticos cuya importancia fue clave en la cultura grecolatina y que dio origen a manifestaciones del juego como los Juegos Olímpicos, fueron sistemas que ayudaban a transmitir valores fundamentales en el paso de la adolescencia a la madurez. El juego ha sido también reflejo de los avances socioculturales de las sociedades antiguas, de los cuales conservamos maravillosos ejemplos como el juego encontrado en la tumba Real de Ur o la sutileza matemática del sistema oracular *I Ching*. Y si nos centramos en nuestra propia herencia cercana, tenemos el tratado sobre el Ajedrez impulsado por Alfonso X el Sabio. Todos los juegos tradicionales y sus reglas lógicas han sido fundamentales en el desarrollo de las primeras computadoras y de la tecnología digital, y tanto la herencia en el campo de la computación de Pascal como la de Leibniz, es una clara prueba de ello.

La tecnología digital ha invadido la totalidad de los ámbitos de las sociedades modernas y ha tejido una red que llega hasta casi cualquier lugar del mundo donde haya un dispositivo digital móvil. Y el videojuego se encuentra en su medio idóneo para crearse y expandirse, habiéndose convertido en la principal industria en el ámbito de la comunicación, superando la capacidad del cine. Pero el videojuego todavía se encuentra en la adolescencia, y es ahora donde se vislumbran capacidades que se pueden aplicar para mejorar la vida en muy diversos ámbitos; dentro del contexto de una existencia digitalizada, es decir contenida en una enorme red de computadoras.

En este artículo se tocará la problemática del videojuego en su aspecto educativo y la necesidad del estudio del juego tradicional para desarrollar contenidos con mayor riqueza y profundidad a la hora de desarrollar juegos que estén enfocados a la transmisión de conocimiento. Ya que el videojuego, pese a su modernidad, no es más que una variante de todos los juegos tradicionales, sistemas de simulación, sistemas oraculares, ritos de iniciación y de un sinfín de manifestaciones, que todavía hoy tienen mucho que aportar en la búsqueda de la madurez del videojuego como herramienta educativa.

Palabras clave: Videojuego - Educación - Computadora - Simulación - Juego - Cultura - Digital

EL IMPACTO MEDIO AMBIENTAL Y EL RENDIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La idea central de este artículo es mostrar algunos aspectos relacionados con el problema del medio ambiente y la sostenibilidad, las cuales están siendo debatidas por dos instituciones Mejicanas: El Instituto Mejicano para la Competitividad A.C. (IMCO) y el Instituto para la Promoción de la Calidad Total, como también el estándar internacional ISO.

También quiere incentivar la conciencia de que proteger el medio ambiente no es una pérdida de dinero, sino que de hecho es una perspectiva de negocio que contribuye a alcanzar beneficios a las compañías. Este artículo muestra algunas etapas de la iniciativa GRECO aplicadas en el área del Mediterráneo, las cuales facilitan la incorporación del SMEs hacia una mejor gestión medioambiental, el cual también se traduciría en un incremento del beneficio.

La competitividad ciudadana de IMCO General Index calcula la habilidad de la ciudad en atraer y retener inversión y talento. En general, esto se consigue cuando los países, regiones, entidades o ciudades ofrecen condiciones integrales para maximizar el potencial socio-económico de las compañías y la gente. Uno de los indicadores que calibran las relaciones con el medio ambiente.

El IFCT es responsable de diseñar y evaluar el modelo nacional de competitividad del 2009, el cual mide la responsabilidad social corporativa, el cual incluye el medio ambiente en su proponente.

La ley 14000 de la ISO se centra en la organización para proveer unas leyes basadas en procedimientos y guías para que una compañía pueda construir y mantener un sistema de gestión del medio ambiente.

Palabras clave: Medio Ambiente - Sostenibilidad - Sociedad - Responsabilidad - Beneficio

SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO CONTRADICTORIO

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La sociedad contemporánea se enfrenta con perplejidad a la falta de soluciones fundamentales en la actual crisis de sostenibilidad, en el contexto de incrementar las desigualdades sociales y económicas en vez de expandir y profundizar en un mercado lógico a escala global, sin precedentes en la historia de la humanidad. Esto ha desafiado no solo nuestras percepciones sobre los beneficios de crecimiento económico y capitalismo, sino que también en la capacidad del planeta en absorber el daño causado por la humanidad “la huella ecológica”.

En las últimas décadas, varios debates sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible han ido progresando, pero finalmente fallaron cuando se direccionaban hacia el problema de sostenibilidad desde una perspectiva holística y orgánica. Un acercamiento alternativo a permitido la caracterización de la (falta de) sostenibilidad como un fenómeno estructural histórico que se opone a la sociedad por completo en un sistema basado en una desenfadada actividad del beneficio.

Palabras clave: Crisis - Sostenibilidad - Ecología - Desigualdad - Capitalismo

UNIVERSIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA WEB 2.0

AUTOR

Mario Barquero Cabrero

ESERP School of Business & Social Sciences (Madrid)

mariobarquero@eserp.com

Un fenómeno de sobra estudiado es el provocado por el surgimiento y la rápida evolución de las tecnologías de la información y la comunicación sobre la vida de las personas. Pero unido a los múltiples beneficios y facilidades para nuestras vidas diarias, surgen a su vez efectos que provocan una alta tensión.

Este fenómeno, que a nadie escapa, tiene un efecto en el incremento de la ansiedad de los trabajadores por la incertidumbre a quedarse desfasados. El surgimiento de nuevos mecanismos asociados a las TICs (*smartphones, tablets,...*) y la aparición de nuevas aplicaciones con una implantación casi inmediata (apps, redes sociales,...) hacen que los profesionales hayan desviado hacia las tecnologías una de sus mayores fuentes de estrés.

Sin embargo, este fenómeno no sólo afecta a las personas sino que también tiene su derivación en las propias organizaciones y, concretamente, en departamentos específicos. Uno de ellos, sin duda, es el de comunicación. De esta manera, a diferencia de otros departamentos también fuertemente influidos por el desarrollo tecnológico, como no puede ser de otra manera, ha provocado incluso el surgimiento de nuevas figuras profesionales que, para la organización correspondiente, les resulta absolutamente imprescindible integrar en su plantilla, como son los *community managers*, o los *social media managers*.

En este artículo se van a plantear las líneas fundamentales sobre las cuales se mueven los departamentos de comunicación en las organizaciones académicas en la actualidad, los nuevos retos y desafíos, y las posibles soluciones que pueden adaptarse a las crecientes demandas de visibilidad y transparencia.

Palabras clave: Comunicación – Universidad – Redes sociales – Web 2.0

USOS Y POTENCIALIDADES DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS

AUTOR

Mario Barquero Cabrero

ESERP School of Business & Social Sciences (Madrid)

mariobarquero@eserp.com

Para nadie pasa desapercibido el momento, tal vez histórico, por el que atraviesan nuestras vidas. El boom que ha supuesto Internet en todas las esferas (social, política, económica,...) tiene un reflejo más allá de un efecto macro, integrándose e influyendo en la vida diaria de todas las personas al menos del mundo occidental.

Sin embargo, siguiendo el principio de la “destrucción creativa” de Schumpeter, el fenómeno Internet ha pasado “a mejor vida”. Aunque sin querer ser tan radicales en nuestra afirmación, sí se puede concluir que este fenómeno se ha transformado absolutamente por la aparición de los *Smartphones* y las *tablets*, y consecuentemente con la nueva era “*mobile*”.

Internet sigue funcionando en los ordenadores, claro, pero el nuevo planteamiento es llevar dispositivos que nos permitan una conexión inmediata desde cualquier sitio. Para dar sentido a estos dispositivos, la creación y desarrollo de múltiples aplicaciones (*apps*) permiten a los usuarios emplear con facilidad herramientas que facilitan múltiples facetas de sus vidas diarias de manera inmediata (búsqueda de restaurantes, compra de entradas, gestión de fotografías, etc.). Por tanto, una de las características esenciales de estas apps es su funcionalidad.

Sobre esta realidad no puede permanecer ajena la Universidad, no sólo por la extensión en número de personas de este fenómeno, sino también por las múltiples potencialidades a las cuales se les puede sacar partido en muchos ámbitos de la comunidad educativa.

En este artículo se hará una revisión de las aplicaciones integradas en la “*cultura mobile*” (que son, qué supone en la actualidad,...), algunas de las “sombras” que se ciernen sobre estas herramientas (cultura de todo gratis que lleva a retraerse a los consumidores a la hora de pagar), y finalmente repasaremos algunas de las funcionalidades a las cuales las instituciones universitarias pueden obtener un claro beneficio.

Palabras clave: Internet – Universidad – *Mobile* – *Applications (apps)*

LA SERIE DE TVE *VÍCTOR ROS* DESDE LA PERSPECTIVA DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA

AUTORA

Mónica Barrientos Bueno
 Universidad de Sevilla (España)
mbarrientos@us.es

Si hay una palabra que ha inundado los estudios, publicaciones y análisis de narrativa de los últimos tiempos es transmedia. El concepto *transmedia storytelling* fue introducido por Jenkins en 2003 y, desde entonces, todo lo que rodea al mismo se ha convertido en algo más que una moda pasajera: ha llegado para quedarse entre públicos ávidos de expandir su experiencia con los productos audiovisuales, en este caso en lo que a la narrativa afecta, ya acostumbrados a navegar y consumir contenidos entre y en diferentes pantallas. La expansión que la narrativa transmedia está viviendo no es ajena al cambio de modelo audiovisual, en donde prima la convergencia multimedia, la hibridación de géneros y formatos, la distribución multiplataforma, la multiplicación de los dispositivos y las aplicaciones móviles, entre otros rasgos distintivos.

Ante este panorama cobra relevancia el análisis de un caso reciente en el ámbito español como es *Víctor Ros*, publicitado como narrativa transmedia, tras la actividad pionera llevada a cabo por la serie *Águila Roja* (TVE, 2009-). La serie protagonizada por el inspector Ros ha sido creada por Javier Olivares a partir de las novelas de Jerónimo Tristante; Olivares es responsable igualmente de otros productos como *Isabel* (TVE, 2012-2014), que ha explorado las segundas pantallas, y *El ministerio del tiempo* (TVE, 2015-), un universo transmedia de mayor envergadura del que es aquí objeto de análisis.

Lo que hace único a *Víctor Ros* como proyecto transmedia es el empleo de una cuenta en *Twitter* (@VictorRos_tve), a través de la cual el inspector de policía habla en primera persona de sucesos anteriores al punto de partida de la serie como personaje ya adulto; es decir, comenta y rememora hechos previos a su regreso a Madrid en 1895. De esta manera, aporta a los seguidores en esta red social una visión más poliédrica del personaje dentro de su contexto histórico, el de la España de finales del siglo XIX. Su perfil en *Twitter* permite además la interactividad con sus seguidores, lo que supone una importante baza de fidelización de la audiencia más activa en las redes sociales. La expansión del universo narrativo de Víctor Ros a través de ello no entra en conflicto con los seis episodios que conforman la serie, como es propio de la narrativa transmedia, de manera que queda en manos de su audiencia conocer de forma más personal las experiencias y facetas del personaje protagonista o, por otra parte, quedarse con la vivencia aportada por el seguimiento en la primera pantalla, la del televisor. Para poder profundizar en este camino tan delimitado que toma la narrativa de la serie de TVE, se analiza la actividad llevada a cabo en la cuenta oficial del personaje, tanto en lo que respecta a *tweets* e interactividad, como el material audiovisual (fotos y vídeos) que son subidos a la red social.

Palabras clave: Víctor Ros – Transmedia – *Twitter* – TVE - Interactividad

LA SEGUNDA PANTALLA COMO JUEGO: EL CASO DE LAS APPS DE TVE

AUTORA

Mónica Barrientos Bueno
Universidad de Sevilla (España)
mbarrientos@us.es

En un entorno audiovisual marcado por la convergencia, los dispositivos móviles se han convertido en el soporte privilegiado de la segunda pantalla televisiva. Tabletas y *smartphones* se han integrado en el entorno doméstico y comparten espacio y tiempo de ocio con el televisor. El medio televisivo convencional lucha por concentrar la atención del espectador, mientras éste cada vez dedica más esfuerzos a visionar de forma compartida entre pantallas los contenidos de la primera. Los últimos estudios apuntan al afianzamiento de una tendencia en la que los usuarios y espectadores consumen contenidos audiovisuales al mismo tiempo que comentan en redes sociales o acceden a aplicaciones específicas desarrolladas para completar la experiencia televisiva, aspectos que están siendo aprovechados por las cadenas de televisión para, a través de las *second screen apps*, fidelizar la audiencia.

En este sentido, las *apps* de RTVE forman una gran familia que se ajusta a los gustos y necesidades de todo tipo de espectador de sus canales: *Clan* para el público infantil, *Master Chef* para los adultos aficionados a la cocina, *+TVE* para el seguimiento y comentario de los contenidos emitidos, *El tiempo en RTVE.es* para los interesados en la información meteorológica, entre otras. En este universo de aplicaciones también hay sitio para los juegos, vinculados directamente con series y programas, como los dedicados a *Los misterios de Laura* y *Saber y ganar*. Dejando al margen la evidencia del carácter lúdico de estos últimos, se propone un acercamiento a los rasgos propios de juego presentes en *apps* que no son juegos y tienen diferentes usos de segunda pantalla.

Para ello se parte del hecho de que la pantalla dual no deja de ser una expansión lúdica de la primera pantalla, donde las actividades multitarea propuestas al espectador televisivo a través de la aplicación se aproximan a las fronteras de la gamificación. Se trata de un concepto que ha ganado visibilidad e importancia en el ámbito académico a partir del estudio de las nuevas dinámicas tecnológicas y audiovisuales, en las que se integran también la televisión social y las narrativas transmedia. La metodología de análisis escogida ha supuesto emplear como base teórica las tres categorías de elementos de juego definidas por Werbach y Hunter (2012), en su publicación de referencia respecto a lo que a gamificación se refiere (*For the Win. How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*), que permiten definir a un sistema o aplicación como gamificado, aunque hay referencias anteriores al término en 1980 por parte de Richard Bartle. El trío de categorías empleadas para el análisis se compone, por tanto, de dinámicas, mecánicas y componentes. Los resultados han hecho posible desvelar los rasgos de juego presentes en las *apps* de TVE, lo que apunta a conocer las aplicaciones de segunda pantalla desde una perspectiva novedosa, abriendo así una vía de comunicación con los estudios académicos sobre videojuegos.

Palabras clave: Aplicación – Segunda pantalla – TVE – Gamificación – Interactividad

EL CINE COMO HERRAMIENTA PARA EL ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL BAILE ESPAÑOL: *EL AMOR BRUJO* REPRESENTADO POR FRANCISCO ROVIRA-BELETA

AUTORA

Maria Jesús Barrios Peralbo
Universidad de Málaga (España)
mariaperalbo@gmail.com

Desde que la danza adquiere su reconocimiento en el marco de estudios superiores impartidos en los Conservatorios Superiores de Danza de nuestro país a partir del año 2001, se hace necesario dotar a dichos centros de los recursos y materiales oportunos para el estudio. Si bien la ley impulsa la fundamentación teórica y la investigación en materia de danza, la realidad es que no se dota de lo medios necesarios para afrontar los nuevos retos académicos. La falta de interés en España por parte de las instituciones públicas hacia la edición de ballets españoles que coreografiaron los primeros representantes de la danza española de principios del siglo XX (Antonia Mercé, Pilar López, Encarnación López, Rosario, Antonio “el bailarín”, Alberto Lorca, Mariemma, entre otros), cierra las puertas al conocimiento de un momento crucial y glorioso del baile español en nuestro país, al mismo tiempo que se impide la divulgación del patrimonio dancístico español y se dificulta en el ámbito académico hacia tareas de investigación y de docencia.

Por tanto, es imprescindible recurrir al cine como valiosa herramienta que puede proporcionar al investigador información relevante en materia de danza, y en este caso concreto, sobre la danza española. A través del cine, que ofrece la imagen en movimiento, y en sus distintos géneros, se pueden apreciar aspectos como la estética del baile, la composición de la obra o de la pieza coreográfica, el carácter de los bailarines e intérpretes, la dramaturgia de la danza, etc., aspectos que contribuyen al conocimiento y descubrimiento de la evolución del baile español.

Nos centramos en este artículo en el estudio y análisis de la coreografía que se inserta en el film de *El amor brujo* (1967) del cineasta Francisco Rovira-Beleta; con este título se hace referencia al primer ballet español representado en el Teatro Lara de Madrid en 1915, y a una de las primeras obras del repertorio de la danza española. Proponemos, por tanto, realizar un estudio comparativo entre el ballet propiamente dicho y el representado en el film de Rovira-Beleta.

Palabras clave: Ballet Español - Cine español - Análisis coreográfico - Realismo

EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN EL ANÁLISIS Y MEJORA DE LA COMUNICACIÓN DE LA RSC DE LAS EMPRESAS

AUTORES

Ángel Bartolomé Muñoz de Luna, Mónica Viñarás Abad y Henar Alonso Mosquera

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

abartolome@ceu.es , monica.vinarasabad@ceu.es y henar.marketing@ceu.es

El valor de la responsabilidad social corporativa (RSC) que las empresas aportan a la economía, al medio ambiente, a la ciudad y a toda la sociedad es incuestionable. Sin embargo la comunicación que la empresas realizan en la difusión de sus proyectos suele ser discreta. Muchas veces mal entendida la difusión de la RSC como un acto de vanidad, evitar conflictos o críticas provenientes de grupos de interés, que han cuestionado la praxis de la RSC, o la falta de reflexión sobre los mecanismos de comunicación para dar a conocer las iniciativas, acciones y consecuencias de la RSC de forma eficaz.

La vida de la RSC en la práctica empresarial explica lo que podríamos llamar un periodo de comunicación extremista, desde apenas informar, a hacerlo desmesuradamente en torno a una cuestionable RSC. Posiblemente, esto es debido a que en esta fase la RSC pugnaba por la búsqueda de su identidad fuera y dentro de la empresa, paralela a delimitaciones con otras disciplinas, como el marketing social.

Hoy, la RSC goza del reconocimiento que merece. Sin embargo, distintos estudios reflejan que el ejercicio de la RSC se comunica poco, a grupos de interés muy concretos, en formatos y canales no siempre adecuados, y sin adaptar el código a cada público.

El objeto de estudio es la comunicación de la RSC en España. Concretamente, su relevancia en el propio ejercicio de la RSC y el papel de cada elemento del proceso.

La Universidad CEU San Pablo en colaboración con la empresa Medialuna crea el grupo de investigación OCARE, en un estudio en el que se han identificado todos los agentes implicados en el ejercicio de la RSC administraciones públicas, asociaciones profesionales, asociaciones empresariales, universidades, fundaciones y medios de comunicación. Todos ellos representan a la economía, la política y la sociedad, y por lo tanto, el entorno sistémico en el que se desarrolla la RSC.

Palabras clave: OCARE - RSC - Observatorio - Comunicación - Universidad - Empresa

DIFERENCIAS EN LA HUELLA DE MEMORIA SOBRE COMPETENCIAS Y DESTREZAS OBSTÉTRICAS ADQUIRIDAS MEDIANTE METODOLOGÍA VIRTUAL VERSUS PRESENCIAL

AUTORES

María Estefanía Bautista Valarezo, Katty Michelle Briceño y Byron Bustamante

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mebautista@utpl.edu.ec, kmbriceno@utpl.edu.ec y bustamante@utpl.edu.ec

Con la innovación tecnológica surgen nuevas metodologías de aprendizaje que van de la mano con la implementación de nuevos escenarios de aprendizaje en los que se incluyen recursos educativos online; estas tienen un impacto tanto en la forma de impartir los conocimientos, como en el desarrollo de competencias en la formación de profesionales de todas las ramas incluida la medicina y en este estudio puntual; es necesario evaluar si las metodologías virtual es o no mejor que la tradicional a través del rendimiento académico de los estudiantes; es por ello que se ha planteado como objetivos:(i) Identificar cuál es la mejor metodología (virtual o tradicional) para la adquisición de competencias obstétricas; (ii) Determinar el impacto que tienen las dos metodologías en la huella de memoria de los talleres Obstétricos medidas en dos momentos (Evaluación inmediata del taller y Evaluación tres meses después).

Métodos: Es un estudio transversal, en el que se diferencian dos grupos sometidos a distintas metodologías de aprendizaje y en dos momentos separados por tres meses el uno del otro que permitirá evaluar la huella memoria. La muestra de estudio está compuesta por 60 estudiantes de quinto año de medicina, que fueron seleccionados aleatoriamente para participar en dos metodologías de enseñanza que se aplicaron previo al desarrollo de diez talleres obstétricos: (1) Monitoreo fetal, (2) fórceps, (3) distocia de hombros, (4) episiotomía, (5) metrorragia del primer trimestre, (6) metrorragia del segundo trimestre, (7) metrorragia intraparto, (8) patologías prevalentes, (9) puerperio y (10) partograma; que forman parte del componente “Obstetricia” de su malla curricular. Previo a cada taller de simulación, el primer grupo utilizaba la estrategia de aprendizaje de conocimientos previos a través de recursos virtuales (Paper, videos) y su aprendizaje era de tipo autónomo; mientras que el segundo grupo recibía una clase magistral por parte del docente. Al finalizar cada taller se medía el desarrollo de las competencias obstétricas a través de Examen de Competencias Objetivo y Estructurado (ECO), y luego de tres meses se reevaluó el aprendizaje a través de esta misma herramienta. Para el análisis estadístico, se aplicaron pruebas de comparación de medias tanto para muestras independientes (Según la metodología), como para muestras relacionadas (Según el tiempo del ECOE)

Resultados: en el primer momento, los puntajes promedio de los ECOE fueron estadísticamente superiores en los estudiantes que utilizaron la metodología virtual en los siguientes talleres: monitoreo fetal, distocia de hombro, patología prevalente, puerperio, metrorragias del primer y segundo trimestre, y solamente fue superior la metodología presencial en el taller de partograma. En la reevaluación que determina la huella de memoria, los talleres en los que hay diferencias significativas solo son cinco de diez, uno se mantiene con puntaje superior para la metodología virtual (Forceps), y todos los tres talleres de metrorragia presentan medias superiores en los alumnos que recibieron las clases tradicionales. En síntesis para la evaluación inmediata de un taller la metodología virtual presenta más beneficios en la mayoría de talleres, pero en la evaluación a largo plazo hay superioridad de la metodología tradicional.

Palabras clave: Metodologías de aprendizaje - Talleres de obstetricia - Virtual y presencial

INDICADORES TÉCNICOS DE DESEMPEÑO COMO VARIABLES COMUNICACIONALES EN EL DESARROLLO DE MÉTODOS DE ANÁLISIS QUÍMICO

AUTORES

Roberto Bauza Fermín, Desiree Sánchez y Jhoan Mavárez
Universidad del Zulia y Universidad Rafael Bellosó Chacín (Venezuela)
robauza@fec.luz.edu.ve

Desde un punto de vista de la gerencia, todo indicador es un medidor de un desempeño, pero también es una variable comunicacional cuando intenta: informar, alertar y convencer. En este trabajo se presenta una propuesta “comunicacional” al proponer propiedades intrínsecas y deseables en el desarrollo métodos de análisis químico.

En este trabajo se estudiaron las propiedades referidas como “propiedades de méritos”, propuestas por normas internacionales de acreditación técnica como ISO 17025. El objetivo es convertir estas propiedades, a través de un estudio métrico (medible), en variables que puedan comunicar a los usuarios o “clientes” el desempeño de las etapas del método de análisis. Este enfoque se aplicó a un método para la determinación de metales en hojas de una planta llamada *Moringa oleifera*. Se empleó un esquema de proceso para las etapas del método (Proceso analítico) y se modularon las etapas claves del mismo asignando “propiedades” o variables comunicacionales para tener una idea del potencial del método. Para ello se emplearon las propiedades de méritos siguientes: Selectividad, especificidad, recuperación (de los metales desde la matriz o muestra que la contiene), número de muestra/tiempo, concentración (mínima detectable de los metales) y rango dinámico. Se jerarquizaron estas variables comunicacionales en función de los objetivos estratégicos de los usuarios o clientes del método.

Los resultados de este enfoque indican que la aplicación de un proceso analítico al método permite disgregar de manera estratégica las propiedades o variables comunicacionales de dicho método. Así, con una jerarquización apropiada de dichas propiedades, se puede comunicar, de una manera métrica, si un método es altamente selectivo y esta selectiva alinearla al objetivo estratégico del “cliente”. Por otro lado, resultó que un método altamente selectivo podría no tener interés las variables concentración o recuperación, si éstas propiedades no están acorde a los objetivos previos fijados por la necesidad o exigencia del “cliente”.

Palabras clave: Indicador – Desarrollo – Métodos – Análisis químico – Variable comunicacional

ERRORES GRAMATICALES Y DE TRADUCCIÓN COMUNES EN LA PRENSA ÁRABE. REFLEXIONES Y CONSIDERACIONES PRÁCTICAS

AUTOR

Moulay-Lahssan Baya Essayahi
Universidad de Granada (España)
baya@ugr.es

La comunicación, que aspiro a presentar en esta nueva edición de CUICID, se enmarca dentro de una de las líneas de investigación que llevo desarrollando en los últimos años, centrada básicamente en la traducción periodística y los errores gramaticales en la prensa árabe, con un estudio pormenorizado, comparativo y cuantitativo. El medio escogido para el estudio y análisis de los errores gramaticales y de traducción seleccionados será el periódico londinense árabe *Al-Hayāt*.

Sin ánimo de ofrecer un estudio teórico sobre la traducción periodística o los errores gramaticales, se expondrá en este estudio reflexiones y consideraciones prácticas sobre ambas cuestiones y se intentará identificar el hilo conductor que une ambos conceptos, partiendo de la idea de que un texto periodístico, en sus diferentes géneros informativos o formatos textuales, suele tener su origen en una noticia “traducida”, enviada o comentada, según el medio, por un corresponsal en un país extranjero. Este profesional del periodismo, para realizar su trabajo, recurre, a menudo, a los servicios de otra persona autóctona o conocedora de la lengua en cuestión, que puede ser un traductor.

Al ser un trabajo destinado, muy especialmente, a alumnos y/o estudiosos de la traducción en la combinación lingüística en cuestión, pretendemos ofrecer una metodología sencilla y útil, enfocada a la traducción periodística en el contexto del periodismo árabe y español contemporáneos.

El trabajo constará de dos partes bien diferenciadas: en la primera, ofreceremos una breve reflexión sobre aspectos afines a la traducción periodística para el caso de la combinación español-árabe, y nos centraremos en los llamados errores o *descuidos* gramaticales más comunes en la prensa árabe. En la segunda, se llevará a cabo un estudio pormenorizado de ejemplos prácticos extraídos del periódico objeto de estudio, tras justificar la elección de dicho rotativo. Algunas de las expresiones o términos estudiados en este trabajo son errores gramaticales que están directamente relacionados con la traducción periodística, mientras que otros son pura y llanamente errores gramaticales frecuentes y comunes en la prensa árabe.

Para la realización de este trabajo se tendrán en cuenta aspectos muy variables, tales como el corpus seleccionado, el período de estudio, el tipo de géneros periodísticos escogidos y por qué, o la inclusión o no de otros corpus de referencia para su comparación.

Palabras clave: Traducción periodística - Español/árabe - Prensa árabe - Errores gramaticales - Géneros periodísticos

LAS TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA Y SU USO EN LAS NOTICIAS EXPOSITIVAS

AUTORES

Moulay-Lahssan Baya E. y Hussein al-Duweiri

Universidad Granada (España) y The University of Jordan (Jordania)

baya@ugr.es h.duweiri@ju.edu.jo

La ponencia que presentamos conjuntamente en este congreso, tiene como tema principal la traducción periodística en la combinación lingüística español-árabe, y en ella abordaremos esta cuestión desde dos puntos de vista.

En la primera parte, intentaremos ofrecer una visión general de la traducción del texto periodístico, el marco que regula este campo de traducción, los géneros periodísticos, tanto argumentativos como expositivos, y nos centraremos en estos últimos para nuestro trabajo de campo. La noticia de carácter informativo/expositivo, como es sabido, posee, características muy específicas y por lo tanto, las estrategias de traducción deben ser también muy específicas, adaptadas a la naturaleza misma de esta tipología textual.

Para la realización de este trabajo y, por ende, la consecución de los objetivos del mismo, se tendrán en cuenta aspectos muy variables, que marcarán la metodología adaptada, tales como el corpus escogido, el período de estudio, el género periodístico en cuestión, la inclusión de una sección o más secciones o la incorporación de otros corpus de referencia para su comparación.

En la segunda parte, tras exponer, definir y contextualizar el texto periodístico de carácter expositivo, pasaremos a estudiar, analizar y aplicar las técnicas específicas de traducción periodística, a saber, la ampliación, la compresión y la elisión, básicamente.

El estudio del caso se centrará en algunas agencias internacionales de noticias, que cuentan con servicios y plantillas de traductores ya consolidados. Para ello, realizaremos, en una primera fase, una selección exhaustiva de noticias de tipo informativo-expositivo, siguiendo unos parámetros de búsqueda y localización previamente establecidos. Dichas noticias se extraerán de algunas de las secciones más visitadas y representativas de las páginas web correspondientes, y se analizará la técnica específica de traducción aplicada por cada uno de estos medios a la noticia en cuestión, y se ofrecerá el correspondiente comentario en cada caso.

Palabras clave: Traducción periodística – Español/árabe – Texto expositivo – Técnicas Traducción – Agencias noticias

CUANDO LA MARCA ES VULNERABLE: LA PUBLICIDAD EXTERIOR VANDALIZADA

AUTORA

Rosana Bazaga Sanz

Universidad de Málaga (España)

r.bazagasanz@gmail.com

En plena era digital, conceptos como la generación de contenidos por parte de los usuarios parecen propiedad exclusiva de formatos publicitarios novedosos, propios de plataformas *online* como las apps o las redes sociales. Sin embargo, asistimos a un tipo de creación de contenido *offline* que recurre a técnicas analógicas y manuales para establecer diálogos con las marcas, sintonizando además con la realidad social más inmediata. Hablamos de las interacciones intencionadas que se producen entre el receptor y la publicidad exterior y que encontramos en los espacios públicos urbanos. Estas *conversaciones* lejos de seguir el tono comunicacional propuesto por el anunciante suponen un choque dialéctico que las sitúa dentro del movimiento del *culture jamming* o sabotaje cultural, un movimiento de resistencia a la comercialización de la sociedad mediante acciones de guerrilla (Pachecho, 2009).

En este artículo reflexionaremos sobre el concepto de *publicidad vandalizada*, haciendo hincapié en las connotaciones semánticas y en sus implicaciones sociales. Nos centraremos en aquellos casos en los que no se anule por completo el mensaje de marca ya que nos interesa la hibridación producida por un diálogo no planificado que hace virar el mensaje del discurso comercial hacia la protesta social, la expresión artística o el humor. Enmarcaremos el fenómeno dentro la contrapublicidad o *subvertising* y analizaremos algunos de los ejemplos de mayor repercusión mediática.

Palabras clave: Publicidad exterior - Publicidad vandalizada - Contrapublicidad - Comunicación social - Ciudad

DISEÑO GRÁFICO Y PATRIMONIO CULTURAL. UNA METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL ESTUDIO ICONOGRÁFICO DE LOS ÍDOLOS-PLACA IBÉRICOS Y SU POSTERIOR DIFUSIÓN

AUTORA

Rosana Bazaga Sanz

Universidad de Málaga (España)

r.bazagasanz@gmail.com

El diseño gráfico es una herramienta utilizada para la comunicación social, en este papel la disciplina es versátil y puede llegar a cumplir funciones de diferente índole (Tapia, 2004), una de ellas es la de vehículo de difusión para el patrimonio cultural. El valor simbólico de muchos elementos patrimoniales permite jugar con su significante y su significado, realizando un transvase de valores y contenidos necesario en la comunicación gráfica, que ha sido muy utilizado en binomios como el de arquitectura-publicidad (Baladrón et al., 2007).

En el caso de España y Portugal el patrimonio cultural es rico y diverso, reconocido y estudiado por grupos de expertos y de investigación, sin embargo el desconocimiento fuera del ámbito académico-científico se traduce en una ausencia de interés por parte de algunos organismos gubernamentales que no prestan atención al mantenimiento del mismo, llegando en muchos casos a permitir su deterioro y abandono. La ignorancia y olvido a la que se somete una parte importante de nuestro patrimonio supone la pérdida de parte de nuestra cultura y la eliminación de aquellos signos que constituyen nuestra identidad.

Fruto de una investigación que formará parte de una tesis doctoral, proponemos las bases de una metodología para el estudio iconográfico de una muestra de ídolos-placa hallados en la península ibérica, que forman parte de nuestro patrimonio cultural arqueológico. A través de un procedimiento paradigmático, y al amparo de las NTIC, crearemos una herramienta digital que aporte recursos al diseñador gráfico en su función como vehículo de valores culturales, promoviendo la transmisión del patrimonio y generando un interés social que afecte a la conservación del mismo.

Palabras clave: Diseño gráfico - Patrimonio cultural - Identidad - Iconografía - Comunicación

LA COMUNICACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA MIRADA CRÍTICA

AUTORA

Victoria T. Bazaine Gallegos

Universidad Complutense de Madrid (España)

vbazaine@ucm.es

Bajo el nombre de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se cobija la práctica de autodeterminación por la cual se asumen “voluntariamente” ciertos principios éticos frente a la sociedad –*vgr.* transparencia, equidad, respeto, justicia, etc.-. Sin embargo, al tiempo que toma fuerza este discurso como símbolo de nueva conciencia en los negocios, numerosas contradicciones en la actuación de corporativos compromete la credibilidad del ideario ético desatando sospechas: desde la década de los 90 en el siglo pasado y a lo largo de este segundo milenio resulta casi imposible disociar al sector privado de los escándalos donde despilfarro, fraude, corrupción o soborno son portada recurrente en medios masivos de comunicación.

La razonable duda que surge frente a este escenario es si la pretendida formulación de nuevas y mejores prácticas verdaderamente se plantea mejorar a la sociedad o sólo incrementar ganancias (por ejemplo reputación/legitimación) a cualquier precio, incluso el de engañar.

Aún no está claro si estas manifestaciones de “conciencia” son moda transitoria o parte del inicio a un proceso continuado en el tiempo; lo cierto es que la comunicación abocada a divulgar esta “filosofía responsable” comparte la indefinición, en este caso respecto a su cometido, razón de ser, funciones específicas, normas y ámbitos de influencia: a veces persuade, otras informa, algunas manipula percepciones y, generalmente, pierde identidad estableciendo relaciones simbióticas con áreas complementarias como el marketing y las relaciones públicas.

Numerosos encuentros, publicaciones y foros de discusión ceden amplios espacios al tema de la comunicación de la RSC y, sin embargo, sus igualmente numerosos preceptores difícilmente ofrecen una panorámica esclarecedora de sus compromisos al frente de la tarea de producir mensajes. Con un protagonismo indudable en tiempos donde identidad, imagen corporativa y RSC son inseparables, la comunicación parece estar atrapada entre contradicciones y usos instrumentales.

En este artículo se pretende exponer una serie de elementos de reflexión en torno a la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial. Desde una mirada crítica se pondrá el foco de atención en su papel como elemento imprescindible en el tejido de nuevas relaciones entre empresa-sociedad y la importancia que ese diálogo tiene para la construcción de entornos más justos, sostenibles y humanizados.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa - Responsabilidad Social Empresarial - Comunicación - Empresa - Reputación

MEJORA DE COMPETENCIAS BÁSICAS EN ESTUDIANTES ADOLESCENTES MEDIANTE UN SOFTWARE LIBRE EDUCATIVO

AUTORES

Mayte Bejarano Franco, Antonio Mateos Jiménez y Beatriz García Fernández

Universidad Castilla La Mancha (España)

mariateresa.bejarano@uclm.es, antonio.mateos@uclm.es y beatriz.garcia@uclm.es

El empleo educativo de los mapas conceptuales ha sido descrito en la bibliografía desde hace años (Ruiz-Primo & Shavelson, 1996; Novak & Gowin, 1988; Yin et al., 2005; Miller & Carballeda, 2008). Sin embargo, son escasos los trabajos que analizan su aplicación y resultados en poblaciones con bajo rendimiento académico.

Este trabajo presenta una investigación centrada en el uso de mapas conceptuales mediante un software libre (CmapTools) con una población adolescente que precisa apoyo educativo. El objetivo de la investigación es la adquisición de competencias básicas que mejoren sus procesos de aprendizaje. Los alumnos escogidos en la investigación pertenecen a dos Institutos de Educación Secundaria de Ciudad Real (España). Dichos centros imparten formación integrada dentro del Programa de Cualificación Profesional Inicial (PCPI). Los destinatarios son jóvenes que cuentan con una dilatada trayectoria de fracasos escolares y que precisan un tratamiento educativo alternativo que les posibilite acceder al ámbito laboral o bien adquirir las competencias básicas para el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria o proseguir estudios posteriores.

El empleo de esta herramienta informática, con colectivos enmarcados dentro de la atención a la diversidad, constituye una de las principales innovaciones de la investigación. El trabajo metodológico con CmapTools se llevó a cabo en los ámbitos sociolingüístico y científico-tecnológico del PCPI durante un curso académico. El alumnado representó conocimientos teórico-prácticos a partir de los distintos mapas con diferentes diseños ofrecidos por la herramienta.

El análisis de las producciones del alumnado revela un fortalecimiento de la competencia de Tratamiento de la Información y Competencia Digital entre los participantes. También muestra un mayor compromiso de los estudiantes con su propio aprendizaje. Se identifica un aumento de habilidades respecto a la competencia de Aprender a Aprender, muy poco adquirida entre éstos jóvenes que participaron en la investigación. Finalmente, la aplicación de esta estrategia advierte avances a destacar en cuanto al trabajo colaborativo entre iguales.

Palabras clave: Educación-tecnología - Estrategia educativa - Competencias Básicas - *Software* libre - Aprendizaje Colaborativo

OBSTÁCULOS EPISTEMOLÓGICOS EN LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS UNIVERSITARIOS

AUTORAS

Olga Belletich Ruiz y Maider Pérez de Villarreal Zufiaurre

Universidad Pública de Navarra

Olga.belletich@unavarra.es y Maider.perezdevillarreal@unavarra.es

La elaboración de trabajos prácticos o de investigación, como método para la enseñanza-aprendizaje de contenidos relacionados con: la capacidad de comprender el conocimiento científico y explicarlo; el tratamiento de las fuentes de investigación científica; el dominio lingüístico de la estructura y redacción de los textos expositivos; y el manejo del lenguaje científico, etc., representan un lento proceso de aprendizaje que se trabaja paulatinamente con los estudiantes a lo largo de la carrera universitaria.

La observación empírica de este proceso, muestra una seria dificultad en los estudiantes para llegar a incorporarlo, en clave de buenas prácticas y de saber ser y hacer, en su producción académica universitaria. Incluso, en el momento de afrontar un requerimiento esencial de los planes de estudio en la formación universitaria, como son los Trabajos de Fin de Grado (TFG), considerados tanto como una asignatura con contenidos a enseñar y aprender, así como un trabajo de finalización de los estudios cursados a lo largo de la carrera, nos encontramos con un conjunto de obstáculos epistemológicos asociados a las nociones de: autoría, plagio, investigación, propuesta, que no han conseguido superar y que se han anclado en esas formas de ser y hacer de los futuros profesionales.

En este trabajo describimos los obstáculos epistemológicos más comunes encontrados en torno a esas nociones, a partir de un estudio de investigación-acción realizado con estudiantes de Grado. La fundamentación teórica del trabajo se realiza a partir de las definiciones y clasificación de obstáculos epistemológicos señalados por Bachelard (1987) en su Teoría de los Obstáculos Epistemológicos, que aplicamos a las Ciencias Sociales y en base a la Teoría de los Errores Conceptuales desarrollada por González, Morón y Novak (2001). De acuerdo a estos autores, los obstáculos se plantean como dificultades de base psicológica relacionados con saberes previos, muy ligados a la experiencia y muy resistentes a su extinción. Su tratamiento es importante por cuanto, como elementos intelectuales, dificultan la apropiación y construcción del conocimiento objetivo y, por tanto el acceso al saber científico.

En el estudio se utilizó como método de análisis y recogida de datos unos cuestionarios y parrillas de observación trabajados con estudiantes del grado de Maestro, durante la elaboración de trabajos de la carrera y TFG. Los resultados del estudio muestran el tipo de obstáculos que se hallan presentes, pero también los factores que inciden en su fijación, relacionados con el uso de las nuevas tecnologías, el manejo de los documentos de acceso abierto, el sistema de monitoreo o tutorización del proceso de elaboración, y el contrato didáctico entre docentes y estudiantes. Culminamos el estudio con la aportación de una herramienta para el profesorado, que le permita identificar los obstáculos de sus estudiantes en el aprendizaje de la elaboración de trabajos, y unas claves a tener en cuenta para el tratamiento de los mismos.

Palabras clave: Errores conceptuales - Obstáculos epistemológicos – Plagio – Trabajos de investigación - Trabajos fin de grado

ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN MATERIAL Y TÉCNICO DE LAS OBRAS DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO

AUTORA

María del Carmen Bellido Márquez

Universidad de Granada (España)

cbellido@ugr.es

El desarrollo del arte es consustancial al propio desarrollo del hombre, ya que el descubrimiento de nuevos materiales y la aplicación de nuevas técnicas han estado presentes en él desde las expresiones artísticas del Paleolítico a nuestros días. Estas manifestaciones han sido siempre reflejo del desarrollo intelectual y material del ser humano. Así es como las obras de arte se han convertido en testimonios de la propia evolución humana desde su esfera cognitiva, tecnológica y espiritual. El estudio de estas obras ha sido posible gracias a su conservación y ha permitido ampliar conocimientos en diversos campos del saber, posibilitando también el goce y disfrute de la propia experiencia estética.

Dado que las obras de arte son un legado patrimonial de incalculable valor, a pesar de que algunas presenten una difícil conservación material, se deben conservar para las generaciones futuras en el mejor estado posible, siempre que su criterio creativo pretenda su perdurabilidad. El estudio de sus materiales y técnicas, más la acertada adecuación de los criterios y actuaciones para su conservación, permitirán avanzar en esta labor.

Para ello se plantea el objetivo de estudiar cuál ha sido la evolución material y técnica de las obras de arte moderno y contemporáneo, paralelamente a su evolución conceptual, revisando los movimientos y tendencias artísticas en cuanto al uso y aplicación de la materia y considerando los criterios conservativos de sus autores.

El estudio realizado permite conocer mejor la particularidades técnicas y materiales de las obras de arte moderno y contemporáneo y facilita su comprensión y valoración por el público en general, ya que en algunos casos se analiza el concepto por encima de la materialidad de la obra y la técnica usada por el autor, cuando esto forma parte de la propia ejecución artística y su resultado final, es indivisible de ella y le aporta parte de su significación.

Palabras clave: Arte contemporáneo - Conservación – Materiales artísticos – Técnicas artísticas – Restauración

LA PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA COMO ESTRATEGÍA DE INNOVACIÓN DOCENTE Y MEJORA CURRICULAR DEL ALUMNADO

AUTORA

María del Carmen Bellido Márquez
Universidad de Granada (España)
cbellido@ugr.es

La educación universitaria tiene como meta final la formación de personas que hayan desarrollado durante su etapa de estudiantes universitarios las competencias profesionales relacionadas con su curriculum académico y que, finalmente, estén capacitados para ejercer la profesión para la que se han formado. Esto se consigue con un adecuado plan de estudios y la aplicación de una conveniente metodología educativa por parte de los formadores responsables.

En este sentido, la planificación de la docencia universitaria mediante la utilización de Guías Didácticas ayuda al alumno a tener un mejor conocimiento de los contenidos, objetivos, actividades, metodología, criterios de evaluación y otros asuntos de interés para mejorar su aprovechamiento de las clases; en especial, la planificación de actividades de aprendizaje autónomo mejoran su desarrollo reflexivo, crítico e interactivo, por ello la planificación de la docencia es una labor que requiere una mayor valoración entre las tareas del profesorado y un mejor aprovechamiento por parte del alumnado.

La puesta en práctica de una detallada planificación docente, mediante la creación de la Guía Didáctica de la asignatura de Fotografía del Grado en Bellas Artes de la Universidad de Granada, documento que es complementario de la oficial Guía Docente de la misma asignatura, ha sido una propuesta que ha favorecido los resultados académicos de los alumnos en ella matriculados durante el curso 2014-2015 y ha supuesto una aplicación metodológica de innovación docente, que ha procurado implicar a alumno en su formación desde el primer momento de la actividad, haciéndole responsable de su propio aprendizaje, y despertando en él el interés por su formación autónoma.

Palabras clave: Educación universitaria – Metodologías docente – Guías Didácticas – Planificación docente – Innovación docente

LOS CUERPOS ACADÉMICOS: EL NUEVO IMAGINARIO DEL PROFESOR UNIVERSITARIO DE MÉXICO

AUTOR

Augusto David Beltrán Poot

Universidad Autónoma de Yucatán (México)

dbeltran@uady.mx

En 1996, La Secretaría de Educación Pública de México crea un programa con la finalidad de habilitar a los docentes Universitarios, por lo que recurrió a agruparlos en cuerpos académicos y establecer un ideal de profesor. Ya ha casi veinte años de su implementación se cree conveniente investigar lo que ha sucedido al respecto. El propósito del trabajo es describir porque se considera a los cuerpos académicos y al perfil deseable como un nuevo imaginario del docente universitario en México.

El estudio es de enfoque cualitativo-fenomenológico y se recurre al análisis de documentos, observación participante y entrevistas a profundidad a profesores de una Facultad de una Universidad Pública del Sureste de México.

Los resultados manifiestan que el profesor universitario mexicano ha institucionalizado una serie de conductas y acciones que ya no son difíciles de erradicar, por lo que asume ciertas funciones de investigación, docencia, gestión y tutorías que anteriormente no poseía.

Además de volver estos grupos como elites, en los cuales el interés y el poder pudieran hacerles ir en contra de los propósitos originales del programa.

Palabras clave: Cuerpos académicos - Perfil deseable – Profesor universitario - Imaginario social

RELACIÓN ENTRE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES – PERIODISTAS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE (COLOMBIA)

AUTORA

Claudia Helena Beltrán Romero
U. Autónoma del Caribe (Colombia)
Claudia.beltran@uac.edu.co

Existe elevado consenso alrededor de que la docencia, la extensión y la investigación son funciones misionales de la universidad, fundamentales para el desarrollo de sus procesos sustantivos. A pesar de ello, no existe univocidad sobre el tipo de relación que debe establecerse entre estas funciones. Hay pues, todo un debate referido, muy particularmente, a la relación que se da y debe darse entre la docencia y la investigación, de manera que sea posible lograr la eficacia en la enseñanza y la productividad en la investigación.

Desde una mirada polarizada se distinguen dos posturas. En un extremo, se propala que más que vínculo, entre investigación y docencia hay una incompatibilidad, dado que los propósitos, los recursos y las dinámicas de la investigación son totalmente diferentes a los de la docencia. En el otro extremo se defiende la existencia de una clara relación entre docencia e investigación, invocando desde la transmisión de nuevo conocimiento a través de la docencia, hasta la investigación formativa como estrategia pedagógica que facilita el aprendizaje en los estudiantes. La existencia de estas dos posturas indica un debate inacabado. Para contribuir con nuevos elementos a la discusión, estudios como los meta-análisis realizados por Hattie & Marsh (2004) demuestran que en la práctica tales vínculos entre investigación y docencia, habitualmente no existen. Esta afirmación se fundamenta en el análisis de 498 correlaciones de la relación entre investigación y enseñanza, en las que todas arrojan resultados que se aproximan a cero (0,6).

Y tal como lo señalan estos mismos autores, hasta el momento las universidades han sobrevivido con una relación de cero. Sin embargo, en parte el concepto moderno de universidad se funda en la creencia de que, no solo existe efectivamente tal vínculo entre investigación y docencia sino que es necesario. La buena noticia es que estos resultados no indican que haya incompatibilidad entre estas dos actividades, sino que no se ha contado con las condiciones y estrategias adecuadas para lograrlo efectivamente. Tal es una decisión política que parte de la intencionalidad de lo que el sistema quiere lograr. Por tanto, a partir de las reflexiones anteriores y la experiencia vivida en el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Autónoma del Caribe (Colombia), se concibe una re-estructuración del sistema de investigación a través de la implementación de la figura de *Laboratorio*, que se configura a través de tres ejes de trabajo: un observatorio de medios y mediaciones, un centro de producción audiovisual y espacios de divulgación, diálogo y debate.

El presente trabajo propone hacer una descripción de la estrategia como una apuesta válida para avanzar en la articulación investigación – docencia para la formación de comunicadores sociales – periodistas, la cual se fundamenta en la premisa de que el fortalecimiento de la investigación redundará en un mejor ejercicio docente, y no al contrario.

Palabras clave: Investigación - Docencia - Comunicación

A GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES E A NEUROCIÊNCIA: ANÁLISE DE ALGUMAS CONTRIBUIÇÕES

AUTORAS

Alva Benfica da Silva e Iris Barbosa Goulart
Centro Universitário UNA em Belo Horizonte (Brasil)
alvabenfica@gmail.com e irisbgoulart@gmail.com

Este trabalho constitui um estudo que busca identificar contribuições da área da Neurociência para a Administração, na procura de uma visão diferenciada da gestão, que considere o ser humano capaz de construir a organização, de gerenciá-la através de seu pensamento e ação e, sobretudo, de trazer sua contribuição para uma sociedade melhor.

Busca explorar algumas descobertas da Neurociência que convergem para a Administração, especialmente na área de gestão de pessoas, destacando o papel do cérebro no comportamento e na natureza humanos, que podem proporcionar *insights* a um novo modelo de gestão, que priorize o potencial humano, a criatividade, o respeito pelas limitações humanas. Faz-se uma apresentação do conceito de Neurociência, cita-se estudos e pesquisas recentes relacionados ao funcionamento cerebral, à relação entre processos cerebrais e comportamento humano.

Aborda temas como ritmos circadianos, importância da respiração, do sono, do relaxamento, da meditação, das pausas e do ócio criativo, largamente pesquisados nos últimos anos pela Neurociência, na busca de entendimento do ser humano. A análise desses temas sugere a possibilidade de aproveitamento das conclusões dos estudiosos da Neurociência para otimizar procedimentos, com uma combinação de esforços de “cientistas” e “homens de negócios” para inovar a gestão organizacional.

Na trajetória metodológica, foi feito o levantamento da produção científica disponível em livros, periódicos e sites na internet, como Scielo, Capes, Google acadêmico na busca de consolidação do conteúdo abordado no referencial teórico.

Palabras clave: Gestão organizacional - Comportamento organizacional - Gestão de pessoas - Neurociência

DISEÑO DE ILUMINACIÓN PARA CONSERVACIÓN DE OBRAS DE ARTE. EL CASO DEL PROYECTO ZEUS

AUTORES

Anto J. Benítez, Daniel Vázquez Moliní y Antonio Álvarez Fernández -Balbuena
 Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Complutense de Madrid (España)
abenitez@hum.uc3m.es, dvazquez@ucm.es y antonioa@ucm.es

El Proyecto ZEUS, Sistema de caracterización y proyección de iluminación espectro espacial en obras de arte, está financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (HAR2012-31929).

La exposición a la radiación, incluida la radiación lumínica, deteriora las obras de arte. El diseño de iluminación para la exposición de las obras de arte pertenecientes al patrimonio cultural de una comunidad debería cumplir dos funciones esenciales: crear la atmósfera adecuada para poder contemplar la obra en las mejores condiciones y tratar de minimizar los daños potenciales para los materiales que la componen, aplazando su deterioro y ampliando al máximo sus plazos de conservación. Para conseguirlo, habría que contar con luminarias capaces de iluminar una obra de forma inteligente, evitando las longitudes de onda más dañinas en cada punto de su superficie.

El proyecto integra a instituciones implicadas en la conservación y difusión del patrimonio cultural (Instituto del Patrimonio Cultural Español, Centro Nacional de Arte Museo Reina Sofía, Universidad Complutense de Madrid) y a investigadores en Comunicación y Tecnología Audiovisual (Universidad Carlos III), trata de encontrar soluciones válidas a esta dicotomía entre exhibición y conservación. El Equipo de Iluminación y Color del Grupo Complutense de Óptica Aplicada de la Escuela de Óptica de la Universidad Complutense de Madrid ha desarrollado el conocimiento y los procesos técnicos necesarios conseguir estas metas. Han trabajado en importantes obras como son El Pórtico de la Gloria de la Catedral de Santiago de Compostela, la Sala de Polícromos de la Cueva de Altamira o el Guernica de Pablo Picasso.

En estas líneas se exponen los fundamentos teóricos y el estado actual del proceso del proyecto ZEUS, con referencia a los retos alcanzados y los futuros. También se hace una revisión de la literatura que relaciona el cuidadoso control sobre la iluminación –tradicionalmente, tarea también desempeñada por los directores de fotografía e iluminadores en los medios audiovisuales- y la conservación del patrimonio.

Las herramientas que están en desarrollo por el proyecto pretenden responder simultáneamente a las necesidades de la funcionalidad y de la optimización de las condiciones de conservación. El proceso comienza con la recogida de datos a partir de un sencillo sistema de medida con imágenes multispectrales. Este diagnóstico, singular para cada obra, permite conocer con certeza la paleta de colores utilizada por los artistas y dar información a los conservadores acerca de los distintos repintes y barnizados o, en general, las modificaciones a partir de la obra original. Además, también posibilita calcular y proyectar sobre cada punto de su superficie una cantidad de luz restringida a las longitudes de onda que interactuarán efectivamente para su contemplación, sustrayendo por lo tanto aquellas que se absorben por los pigmentos o materiales de las obras.

Palabras clave: Iluminación – Conservación del Patrimonio – Tecnología Audiovisual – Óptica

ESTUDIO EXPLORATORIO DE FAMILIAS CON HIJOS/AS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA

AUTORAS

Elena Benito Lara y Carmen Carpio de los Pinos

Universidad de Castilla la Mancha (España)

elenabela200@yahoo.es y carmen.carpio@uclm.es

A través de métodos de investigación empírica se van a indagar formas de evaluación de familias con un miembro con discapacidad, en concreto y para delimitar el foco de estudio, algún hijo/a con trastorno del espectro autista (TEA). La familia como núcleo primario de relaciones está teniendo transformaciones de estructura, valoración, misión y desempeño. Dada su importancia en la asistencia y educación de los seres humanos en todo el ciclo vital, se hace necesario un conocimiento más profundo de las claves de su funcionamiento óptimo. Uno de los pilares de la educación es atender a las necesidades familiares, pues repercute directamente en la calidad de vida de los niños/as.

Se estudian las prioridades, necesidades y recursos utilizados por las familias con hijos/as con Trastorno del Espectro Autista. Se trata de una exploración preliminar para planificar futuras intervenciones basadas en el enfoque centrado en la familia y la calidad de vida, tendencias de próxima implantación. Se ha explorado mediante la Escala de Calidad de Vida Familiar adaptación para Colombia (Córdoba, Verdugo y Gómez, 2011), Cuestionario de Crianza Parental para Padres (ECP-P) y Cuestionario de Opinión de la Calidad de los Servicios Recibidos (The Arc. Texas, Proyecto de apoyo a la familia) La muestra consta de 12 familias voluntarias. Se ha utilizado una metodología correlacional y descriptiva entre las diversas dimensiones de las pruebas utilizadas.

Entre los resultados a destacar, mostraban mayor insatisfacción en las dimensiones de recursos generales de la familia y apoyo a la persona con discapacidad, y daban mayor importancia a las dimensiones de apoyo a la discapacidad e interacción familiar. Se encontró que a mayor importancia y satisfacción en las diferentes dimensiones de la escala de calidad de vida de la familia (interacción familiar, rol parental, recursos familiares, salud y seguridad y apoyos a la persona con discapacidad) mayor valor de calidad de vida perciben las mismas, obviamente.

Respecto a los servicios recibidos, se constata que a mayor disponibilidad percibida de los servicios, mayor implicación escolar por parte de los progenitores. Otro resultado fue que a mayor dedicación personal y ocio compartido con los hijos/as se percibe una mayor información y planificación por parte de los servicios recibidos. Respecto a la percepción de competencia parental se encuentra una correlación significativa entre importancia que dan a la calidad de vida familiar y la asunción del rol de ser padre. Por último, se observa una tendencia de dar una mayor importancia a la calidad de vida familiar durante la edad escolar, respecto a la edad adulta.

Los métodos de evaluación empleados han servido para explorar las necesidades y constatar la importancia de la percepción en la calidad de vida familiar, que tiene que ver con los servicios recibidos y de si resuelven la problemática del hijo/a. A partir de los resultados, en las futuras intervenciones, habrá que mejorar los apoyos directos a los escolares con TEA y otros específicos para familias, ayudando a asumir el rol de paternidad.

Palabras clave: Autismo - Calidad de Vida - Relaciones Familiares - Diagnóstico - Método Empírico

DIVERSIDAD LINGÜÍSTICA Y CULTURAL EN EL MARCO ESCOLAR: EL PAPEL DE LA LENGUA MATERNA

AUTORA

Naiara Berasategui Sancho

Universidad del País Vasco (España)

naiara.berasategi@ehu.es

En la actualidad se constata la presencia, numéricamente relevante, de alumnado de origen inmigrante en los centros educativos como consecuencia de la llegada de personas y familias que provienen de otros países. Esta nueva situación requiere una atención especial por parte de la sociedad de acogida, tanto en el ámbito legal como en el ámbito social y cultural. Una apertura hacia los nuevos espacios de diversidad y nuevas maneras de abordar las diferencias lingüísticas y culturales, donde se le da cabida a las lenguas del alumnado inmigrante, constituyen valores imprescindibles para afrontar las situaciones de inmigración como retos enriquecedores para todas las sociedades (Coelho, 2015; Bebauer, Zaunenbauer & Moller, 2012; Horst et al. 2010; Broeder & Mijares, 2003, Extra & Yagmur, 2004; Pedersen, 2002, Luctenberg, 2002; Cummins, 2001; 1979; Vila, 2000).

En este contexto, el desarrollo de niveles de competencia lingüística suficientes para poder seguir la escolaridad es uno de los elementos que genera una mayor preocupación en la escuela. En este sentido diferentes investigaciones llevadas a cabo en países con larga tradición en la acogida de escolares inmigrantes, así como en las investigaciones realizadas en España, nos muestran la complejidad del proceso de enseñanza-aprendizaje de una nueva lengua y, ligado a ello, en qué medida el fracaso escolar afecta a este colectivo (Navarro & Huguet, 2010; Huguet, 2008; Oller & Vila, 2008; Vila, 2008; Huguet & Navarro, 2006; Hakuta, Butler & Witt, 2000; Gándara, 1999; Thomas & Collier, 1997; Ramírez, 1992; Collier, 1987). En el ámbito del País Vasco, donde se ha desarrollado este trabajo doctoral, el tratamiento lingüístico en la escuela tiene especial relevancia al tratarse de un sistema educativo organizado bajo los parámetros de la educación bilingüe y el sistema educativo está haciendo un esfuerzo importante para diseñar y desarrollar contextos que faciliten el aprendizaje de las dos lenguas oficiales al alumnado de incorporación tardía al sistema educativo (Etxague, Cenoz & Uria, 2010).

Con este marco de fondo, a partir de una muestra de 145 alumnos inmigrantes que fueron comparados con 832 alumnos autóctonos adolescentes de 13 a 16 años ($M=14,5$ $DT=0,69$), escolarizados en segundo y cuarto de Educación Secundaria Obligatoria en las escuelas de Bilbao, el estudio analiza cuáles son las lenguas que se detectan en la escuela, así como el conocimiento y uso de las lenguas de dichos centros. El estudio utilizó una metodología descriptiva y correlacional. Los resultados apuntan que aunque la diversidad de L1 es grande en los escolares, sin embargo, dichas lenguas no tienen reflejo en la escuela y en la mayoría de los casos la utilización de estas lenguas se reduce al ámbito familiar. En cuanto a las lenguas de instrucción, los datos resultantes de testar dicha competencia, contrastada con sus iguales autóctonos, muestran diferencias significativas a favor de estos últimos. Finalmente, se abordan las nuevas necesidades de los sistemas educativos en relación con alguno de los retos que planteaba la educación intercultural y se enfatiza la importancia de la práctica educativa y el papel de la L1 para encontrar soluciones a los problemas que se derivan de la nueva situación escolar.

Palabras clave: Diversidad lingüística y cultural- Escolares inmigrantes- Conocimiento lingüístico - Educación Secundaria Obligatoria

LA PIZARRA DIGITAL EN LA CLASE DE LENGUAJE MUSICAL. NUEVOS USOS PARA EL APRENDIZAJE DE LOS CONTENIDOS DE ARMONÍA Y ANÁLISIS

AUTORES

María del Mar Bernabé Villodre y José Manuel Azorín Delegido

Universidad Católica de Murcia (España)

mdmbernabe@ucam.edu y jmazorin@ucam.edu

Las PDI son una herramienta didáctica cada vez más extendida que permite proyectar contenidos digitales en gran formato facilitando así su visionado, además de que permite la manipulación de manera sencilla y en el acto de lo proyectado en el aula (Sánchez, 2013).

En este sentido de inmediatez, los contenidos de Armonía y Análisis incluidos en la legislación vigente para la asignatura de Lenguaje Musical de las Enseñanzas Profesionales de Música, se ven favorecidos por el uso de la PDI. La explicación de las estructuras características del Análisis musical tales como células o motivos, se ve favorecida si se cuenta con una partitura proyectada sobre la que se puede ir señalando elementos, rehaciendo sin perder la partitura original, etc., posibilidades que ofrece la PDI y que el encerado tradicional, no. También, el hecho de poder incorporar los sonidos concretos a cada acorde con un simple click y sin tener que repetir-cortar pistas de un disco compacto, siempre facilita la explicación del contenido armónico.

En esta comunicación, se parte de una experiencia práctica en un centro de la Comunidad Valenciana, para presentar toda una estructuración didáctica de estos dos contenidos (Armonía y Análisis) para la clase de Lenguaje Musical de primer y segundo curso de Enseñanzas Elementales de Música. Además de que se comentan las facilidades que tuvo para la interacción del alumnado en el proceso de enseñanza/aprendizaje en una asignatura asociada tradicionalmente a una actitud más pasiva por su parte.

Los centros de Enseñanzas de Régimen Especial son los que más retrasos presentan respecto a la incorporación de las nuevas tecnologías, aunque la experiencia que se narra en esta comunicación es una excepción a dicha situación. No obstante, no bastaría con incorporar una PDI en el aula, sino que sería imprescindible agregar otras facilidades tecnológicas como ordenadores para el alumnado, acceso a internet y materiales y recursos para trabajar con estas herramientas, lo que llevaría a completar lo que se conoce como aula 2.0 (Domingo y Marqués, 2011), que debería ser una realidad también para los conservatorios musicales.

Palabras clave: Enseñanzas Profesionales de Música - PDI - Lenguaje Musical - Armonía - Análisis

DETERIORO DE LA IDENTIDAD DE MARCA: CAMBIO DE IMAGEN DE MARCA, PASOS A UNA REVOLUCION CORPORTIVA. CASO: CALZADO DEPORTIVO KELME

AUTOR

Amanda Bernabel Dicient

Universidad Camilo José Cela (España)

adamesnisa@gmail.com

El ser humano se rige por la percepción que tiene de las cosas, situaciones y actividades, esta a su vez se convierte en la imagen que se tiene de ellas, dando paso a una reacción favorable o desfavorablemente que hace que se actué de determinada manera frente a las cosas. Este circuito afecta también las marcas, la misma que era considerada sólo para reconocer una propiedad pero que hoy día ha llegado a considerarse como un verdadero fenómeno social (Costa 2004).

En esta dinámica entre percepción e imagen existe un factor preponderante; la sobreoferta de información que enfrenta un consumidor a la hora de elegir un producto que cambia de manera trascendental las reglas del juego selectivo. Frente a la catarata de oportunidades de información, aún el consumidor más avisado necesita realizar un trabajo de administración, un recorte del universo disponible y un sistema de resúmenes útiles al momento de adoptar una decisión; esa es la razón y el valor de las marcas, así como la importancia de crear una identidad fuerte (Vexina, 2002). Identidad que llega al consumidor por medio de un mensaje o línea comunicacional que se proyecta en la imagen que posee la marca o servicio, una estrategia de asociaciones que crean su esencia, la que permitirá diferenciar e identificar a esa marca del resto (Martin 2012), dando paso a que el mercado conozca la apuesta estratégica que hace una empresa para que sus marcas sean percibidas de una manera determinada.

Pero ¿que ocurre cuando ese mercado al transcurrir del tiempo pierde los intereses o ya no reconoce entonces esa marca como antes, puede haber un deterioro en ella, en el mensaje o en la línea de comunicación? Partiendo de todas estas interrogantes esta investigación analiza la Marca Deportiva *Kelme*, una marca española que en la actualidad pareciera no presentar el repunte que tuvo décadas atrás. Basándola en 14 entrevistas a profundidad del mundo deportivo y la publicidad, además de una auditoria de imagen de la marca *Kelme versus* su competencia, cuyos resultados fueron evaluados sobre el Análisis de Contenido para conocer si la marca de calzado deportivo *Kelme* tiene un deterioro de su imagen de marca, contrastándolo con una evaluación de su posicionamiento actual y aplicando las técnicas de reposicionamiento de marca para dar paso a analizar si es posible otorgarle, al menos desde el punto de vista comunicacional, una mejor imagen de marca de necesitarla.

Palabras Claves: Identidad - Imagen - Deterioro de marca - Marca deporte - Reposicionamiento

LAS RELACIONES FAMILIA-ESCUELA: EL PUNTO DE VISTA DE LOS FUTUROS DOCENTES

AUTORA

Olga Bernad Caveró

Universidad de Lleida (España)

olga@geosoc.udl.cat

Hoy en día queda fuera de toda duda la importancia de establecer unas buenas relaciones familia-escuela. La literatura señala que la participación de las familias revierte positivamente en el centro escolar, en el éxito educativo de los alumnos y alumnas y en las propias familias, aumentando su capital social. Pero la realidad diaria de nuestros centros nos habla a veces de fronteras y malentendidos, barreras que enturbian la relación y dificultan la participación de los padres y madres.

Esta comunicación explora las percepciones de los alumnos y alumnas de la modalidad de alternancia (formación dual) del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Lleida, sobre las relaciones familia-escuela y la participación de los padres y madres en la educación de sus hijos e hijas, a través del análisis de sus diarios etnográficos, donde plasmaban las observaciones e intervenciones realizadas durante las prácticas en los centros escolares.

Palabras Clave: Relación familia-escuela - Participación de las familias - Educación primaria - Formación inicial docentes

EL RÉGIMEN JURÍDICO SOBRE LA PUBLICIDAD COMPARATIVA EN EL DERECHO ESPAÑOL. ESTUDIO DE CASOS CONCRETOS

AUTORAS

Estela Bernad Monferrer y Zeynep Arda

Universitat Jaume I de Castellón (España) e Izmir University of Economics (Turquía)

bernad@uji.es y zeynep.arda@ieu.edu.tr

El régimen jurídico español de la publicidad comparativa ha sufrido importantes modificaciones como consecuencia de la transposición de distintas Directivas (Directiva 97/55/CE, de 6 de Octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo de 6 de octubre de 1997 por la que se modifica la Directiva 84/450/CEE sobre publicidad engañosa, a fin de incluir en la misma la publicidad comparativa) que llevaron la revisión de la LGP de 11 de noviembre de 1988, cristalizando en variadas normas que han visto la luz en los últimos tiempos, especialmente, en la última década.

Debido a ello, en estos años, hemos podido observar como particularmente la doctrina ha ido plasmando un régimen propio para la publicidad comparativa, que ha pasado a ser contemplada como un instrumento muy útil mientras se realice de forma correcta y lícita. De esta forma, la tradición que comportaba la casi erradicación de la publicidad comparativa por considerarla denigratoria o desleal, ha sido sustituida por la implementación en nuestro sistema legislativo de la legislación comunitaria al respecto, permitiendo un cambio de planteamiento que ha comportado la aceptación de esta técnica publicitaria.

Los cambios legislativos se vieron plasmados en primer lugar, por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios, y entre ellas la Directiva sobre publicidad engañosa y comparativa, que modificó el artículo 6 y el artículo 6 bis de la LGP. Posteriormente, esta norma volvió a ser modificada por la Ley 29/2009 (de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios).

Todo este desarrollo legislativo derivado de la necesaria implementación del derecho comunitario a nuestro derecho interno, en algunos momentos ha llevado a que se produzcan situaciones de solapamiento e incomprensión con relación a la publicidad comparativa, que ha sido solventado tras la última modificación por la Ley 29/2009.

Con este trabajo, pretendemos analizar el recorrido de la figura de la publicidad comparativa partiendo de los ejemplos que se han producido en los últimos tiempos, sopesando la evolución producida en estos años, tomando la definición de esta técnica publicitaria para justificar la razón de ser de la misma que fundamenta su necesaria existencia, para poder facilitarnos una adecuada interpretación de su normativa reguladora.

Palabras clave: Publicidad comparativa – Publicidad ilícita – Ley General de la Publicidad – Ley de Competencia Desleal – Autorregulación

MAESTROS Y DISCÍPULOS: REFLEXIONES SOBRE EDUCACIÓN EN TORNO AL PENSAMIENTO DE BYUNG-CHUL HAN

AUTOR

José Bernardo San Juan

Centro Universitario Villanueva (España)

jbernardos@villanueva.edu

Desde hace al menos dos años la obra del coreano Byung-Chul Han ha conocido un ‘boom’ en España. Prueba de ello es la traducción y reedición de todos sus textos así como la proliferación de entrevistas y artículos en los suplementos de cultura de los periódicos nacionales. La obra de este pensador es de amplio espectro y por tanto recorre un vasto conjunto de intereses pero hay algunas ideas que vertebran su pensamiento. Una de ellas es la descripción de las relaciones personales en el mundo posmoderno. Una relación que siempre tiene algo de encuentro amoroso. Ya Steiner definió que la relación que se establece en toda educación entre maestro y discípulo es una peculiar forma de relación en la que el Eros tiene un rol importante.

La aplicación del pensamiento del autor coreano a la relación entre maestro-discípulo permite elaborar toda una teoría de la educación. En esta comunicación se exponen los principios de esa teoría educativa y se proponen acciones concretas -innovadoras- que habría que poner en marcha para que se llevara a cabo.

Palabras clave: Byung-Chul Han - Educación personalizada - Maestros y discípulos - George Steiner - Teoría de la educación

LAS MEDIACIONES SOCIALES EN LA OBRA DE MANUEL MARTÍN SERRANO

AUTORES

Francisco Bernete y Daniel Franco

Universidad Complutense de Madrid (España)

fbernete@ucm.es y dfrancor@ucm.es

La ponencia analiza la producción intelectual de Manuel Martín Serrano referida a las mediaciones sociales. En el contexto de los debates sobre el papel de las tecnologías comunicativas en la transformación del capitalismo industrial, Martín Serrano planteó a mediados de los años setenta el paradigma de la mediación, una propuesta teórica-metodológica para estudiar la comunicación como una actividad mediadora.

El autor dio a conocer su propuesta en *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977). Un libro que sigue siendo su obra de referencia en este ámbito y que situó el estudio de la comunicación en una perspectiva sociohistórica y macrosociológica que permite esclarecer cómo interviene lo comunicativo en los cambios históricos y en la reproducción de las sociedades.

En concreto, el paradigma mediacional centra su interés en analizar cómo la comunicación participa en la construcción de las visiones del mundo compartidas que contribuyen a generar los consensos que facilitan la cohesión social. Martín Serrano señala que esos modelos del mundo se vehiculan principalmente a través de los códigos que organizan los relatos y sólo secundariamente a través de sus contenidos explícitos. Propone, en consecuencia, que el análisis de la influencia de la comunicación se traslade de los contenidos a los códigos y aporta, para ello, nuevas metodologías de naturaleza lógica.

En su momento, estos planteamientos ofrecieron una nueva orientación para la investigación de la comunicación y, desde los años setenta, sirven a estudiosos de Europa y de América Latina de marco común para el análisis de los vínculos entre los cambios sociales y las transformaciones comunicativas.

El propio Martín Serrano ha dedicado buena parte de su obra –que abarca un abanico muy amplio de temas– al desarrollo del paradigma de la mediación. Desde sus formulaciones iniciales, ha seguido actualizando y ampliando sus categorías y metodologías en sucesivas investigaciones y publicaciones.

En esta ponencia se hace un recorrido por el conjunto de esas aportaciones. Se acude, para ello, a los textos originales del autor y se repasan y analizan los fundamentos teóricos que sustentan su propuesta, los métodos que ha creado para el estudio de las mediaciones y la abundante evidencia empírica que ha ido acumulando a lo largo de cuatro décadas y que ha servido para contrastar su validez.

Palabras clave: Cambio social – Comunicación – Manuel Martín Serrano – Mediación – Reproducción social

LA GESTIÓN DE EVENTOS COMO MEJORA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA EN INSTITUCIONES Y EMPRESAS

AUTORA

Jara Bernués Oliván

Universidad Complutense de Madrid (España)

jara@comunicacionyprotocolo.com

La noción de gestión se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto, a la vez que supone la dirección o administración de una compañía o institución. El objetivo de este artículo es reflexionar sobre la importancia de la gestión de un evento como fórmula para mejorar la imagen corporativa de empresas e instituciones.

Conseguir aumentar los resultados óptimos es el objetivo de la gestión, que depende de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas.

El primer pilar es la estrategia. Es decir, el conjunto de líneas y objetivos que se deben llevar a cabo para consolidar las acciones y hacerlas efectivas. El segundo es la cultura como grupo de acciones para promover los valores de la empresa o institución en cuestión. En tercer lugar, la estructura como conjunto de actuaciones para promover la cooperación, compartir el conocimiento y situar al frente de las iniciativas a las personas mejor cualificadas. Por último la ejecución. Tomar las decisiones adecuadas, fomentar la mejora de la productividad y satisfacer las necesidades de los consumidores.

En esta ponencia se reivindica la necesidad de integral la gestión como fórmula para el desarrollo de un evento.

La gestión de eventos en la empresa, en definitiva, supone un compendio de la gestión social, de proyectos y del conocimiento, en el que interactúan todos los factores para llevar a cabo una correcta producción de un acto.. Un buen gestor, a través de un buen acto, representará una buena imagen.

En la línea de algunos autores, una buena imagen atrae a la gente necesaria para el éxito: analistas, inversores, clientes, socios y empleados, o ciudadanos respecto a una institución. La investigación de la imagen de la empresa requiere situarse en las necesidades de acción estratégica de comunicación de la compañía y, a partir de ahí, abordar un proceso metodológico de descubrimiento y análisis de los diferentes aspectos requeridos, para asociar a la identidad de la empresa, institución u organismo de que se trate la valoración positiva de reputación

La imagen corporativa es la impresión que se genera en la mente del público. En realidad no podemos hablar estrictamente de imagen corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas.

Organizar un evento gestionando eficazmente los recursos que tengamos a nuestro alcance, valorando la innovación, la creatividad y el respeto a las tradiciones, es la herramienta más eficaz para mejorar la reputación corporativa.

Palabras clave: Gestión - Reputación corporativa- Eventos - Imagen - Institución

LA IDENTIFICACIÓN CON LA MARCA: DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN

AUTOR

Arturo Berrozpe Martínez
Universidad Carlos III (España)
aberrozpe@yahoo.es

El concepto de identificación de marca es un concepto relativamente reciente para la disciplina de marketing cuya definición, componentes, límites, antecedentes y consecuencias no han sido aún satisfactoriamente resueltos.

La literatura acerca de la materia señala que es un área de la gestión de la marca en la que no se ha profundizado suficientemente, pero con una alta relevancia para el avance del conocimiento y la mejora de los resultados empresariales. Diversos autores aportan que la Teoría de la Identidad Social, clave dentro de la identificación, ha tenido poca aplicación dentro del área de marketing, aunque sí mucha dentro del área de la psicología y del comportamiento organizacional.

El objetivo del presente trabajo es analizar y delimitar el concepto de identificación entre una marca y un consumidor. La cuestión concreta a solucionar es cuál es el significado de la identificación de los consumidores con sus marcas favoritas y cuáles son las consecuencias e implicaciones que se derivan de todo ello. También se facilitan orientaciones para su creación y comunicación desde la perspectiva empresarial.

Palabras clave: Identificación con la marca - Marketing – Identidad Social - Co-creación - Comunicación

¿ES IBIZA UNA MARCA? LA COMUNICACIÓN COMO INSTRUMENTO DE FOMENTO DE LA MARCA DE DESTINO TURÍSTICO

AUTOR

Arturo Berrozpe Martínez

Universidad Autónoma de Madrid y Universidad Carlos III (España)

aberrozpe@yahoo.es

A la hora de analizar un destino turístico surge, en ocasiones, el interrogante de si tal localización tiene la suficiente entidad como para constituir o no una marca de destino turístico. No todos los emplazamientos tienen la sustantividad y potencia suficiente como para poseer una identidad de marca coherente, única y fuerte a través de la que se pueda producir un posicionamiento de marca ventajoso frente a la competencia.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el caso de estudio de la isla mediterránea de Ibiza (España) para investigar si la misma constituye o no una marca de destino turístico.

Las conclusiones obtenidas corroboran que Ibiza es una marca turística de primer orden con unas connotaciones adicionales que van mucho más allá de lo que su propio término y ámbito territorial pueden indicar. Para finalizar, se ofrecen caminos creativos y fórmulas de comunicación para aumentar la identificación de los turistas con la marca de destino.

A través de este proceso de identificación con la marca se conseguirá un amplio abanico de efectos positivos para los gestores del destino turístico. Entre otros destacarán una mayor tasa de revisita, una mayor recomendación a terceros, o la compra de productos y servicios relacionados con la isla.

Palabras clave: Ibiza – Marca de destino – Comunicación – Caminos creativos – Identificación con la marca

EROTISMO Y CRÍTICA SOCIAL EN EL GÉNERO SICALÍPTICO: “LA CORTE DE FARAÓN” EN EL CINE

AUTORES

José Salvador Blasco Magraner y Francisco Carlos Bueno Camejo

Universitat de València (España)

Jsbm_34@yahoo.es y Francisco.Bueno@uv.es

El presente artículo analiza la trascendencia cinematográfica de la opereta de Vicente Lleó "*La corte de faraón*". Esta obra lírica obtuvo un total de 772 representaciones seguidas desde el día de su estreno, el 21 de enero de 1908 en el teatro Eslava de Madrid.

Desde la aparición de esta opereta, la revista sicalíptica fue sustituida por una fina pícaro insinuación, unida a un rasgo muy característico de la opereta francesa: la cómica ridiculización de figuras legendarias.

Este último aspecto lo aprovecharon de forma magistral los cineastas para ridiculizar la dictadura de Franco en España.

Palabras clave: Cine - Vicente Lleó - La corte de Faraón - Ridicularización

SISTEMA DE PROYECCIÓN DE DEMANDA. CASO PRÁCTICO DE PREDICCIÓN AUTOMATIZADA EN EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

AUTOR

Antonio Boada

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

antonioboada@usb.ve

La modernización y globalización de los mercados ha llevado a las empresas a mejorar continuamente los procesos y técnicas de estimación y predicción de productos en el tiempo. El comportamiento de los productos, las ofertas aplicadas, y la efectividad de la valoración del impacto en la demanda según los diferentes instrumentos mercadotécnicos utilizados es fundamental para realizar actividades de aprendizaje organizacional y generar planes que permitan ganar participación, principalmente en países con economías emergentes. El conocimiento del mercado se puede segmentar según dos posibilidades: Los Océanos Rojos, o sectores en donde radica el nivel de competencia, el cual evoluciona y se intensifica con la evolución de los mercados; y los Océanos Azules, donde se exponen los nichos de mercado no explotados.

Se procedió a realizar un proyecto estadístico académico-industrial, con la finalidad de analizar estadísticamente la función de demanda (Océanos Rojos) en los productos de una empresa manufacturera con estilo de venta directa (venta por catálogo), infiriendo el comportamiento de los artículos (con o sin ofertas puntuales) durante el transcurso del tiempo en compañías como Avon Cosmetics, Tupperware, entre otras. Mediante un estudio completo de las variables causales, impulsadoras e inhibidoras de la demanda, se desarrolló un modelo estadístico exponencial multivariante, con ajuste bayesiano, que fuera consistente en el tiempo, y que permitiera posteriormente el diseño de un software denominado: Sistema de Proyección sobre la Demanda, como herramienta automatizada de valoración de dichas variables cualitativas y cuantitativas sobre el comportamiento de la demanda futura de productos.

Primeramente, dichas empresas deben registrar desde su etapa de planificación futura, la información de todas las variables causales, a fin de que un sistema de proyección tome y valore los impactos de estas variables según el comportamiento histórico de referencias similares. El uso de árboles de categorías, para estructurar de manera descriptiva el producto y sus estrategias desde etapas previas es fundamental, para un correcto uso de un sistema que permita valorar y simular escenarios en el tiempo. De esta manera, un producto, debe tener previamente información registrada de: Precio, Tipo de Producto, Tonalidad, Zona de Uso, Ubicación en el Catálogo, Tamaño de la Imagen, Peso, Dimensiones, Talla, Número de Componentes, entre otros. Así como también variables binarias, como: Presencia de Información Educativa, Dispositivo Especial, Impulso Especial de Ventas, entre otros.

Una vez se garantice el correcto registro histórico y futuro de dicha información, en las herramientas automatizadas tradicionales de mercadeo, se procede a la creación de Modelos Estadísticos Multivariantes, suavizados logarítmicamente, en donde sus variables causales son cuantificadas mediante tablas de promedio diseñadas en consonancia a un Modelo Lineal Dinámico Bayesiano de Orden 1, que garantice su continua actualización y robustez en el tiempo (R cuadrado de 75% en promedio). Así, las predicciones son realizadas en base a una Tasa de Inflación y Número de Vendedoras estimadas; empero, la aplicación automatizada actualiza la información en la estimación, para mantener comunicación entre todos los departamentos asociados.

Palabras clave: Predicciones de Ventas - Sistema de Proyección - Regresión Multivariada - Técnicas Bayesianas

PROCEDIMIENTO AUTOMATIZADO DE ORIENTACIÓN MASIVA APTITUDINAL – VOCACIONAL PARA BACHILLERES

AUTOR

Antonio Boada

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

antonioboada@usb.ve

Se expone al lector un procedimiento de orientación masiva y automatizada para bachilleres, aspirantes a ingresar en cualquier institución educativa a nivel superior. El bachiller, inicialmente presenta una prueba diagnóstica aptitudinal–vocacional en la institución educativa donde desea estudiar; esta prueba contempla la valoración simultánea de los aspirantes tanto a nivel Aptitudinal (Habilidades Verbales, Numéricas y Lógico–Abstractas), como a nivel Vocacional (Virtudes y Fortalezas del Carácter Humano). Posterior a esto, la institución ejecuta un procedimiento automatizado de valoración y creación de perfiles aptitudinal–vocacional por individuo, realizando comparativos con los perfiles criterio de exigencia de los programas de estudio de la universidad.

Este proceso de valoración, jerarquización y comparación se fundamentó en un análisis estadístico No Paramétrico, en donde el estudiante era medido según las capacidades aptitudinales de los otros aspirantes del Núcleo–Extensión donde presentó, mientras que su nivel vocacional era medido de forma interna–individual. Gracias a esto, fue posible establecer por núcleo (de forma descentralizada), distintos niveles de clasificación según los tópicos manejados por cada habilidad, identificando aquellos donde los aspirantes presentan mayores niveles de eficiencia y fallas; generando posteriormente porcentajes de ajuste, que son finalmente jerarquizados y expuestos en el portal web a cada estudiante. Todo ello, con el objetivo que el mismo individuo se oriente y concientice de forma masiva y a nivel nacional sobre sus resultados, y en un mismo período de tiempo.

A nivel estructural, el proceso diagnóstico implementado, maneja los aspectos de la conducta del estudiante, enmarcado en “Aspiración” (seleccionada voluntariamente por el aspirante cuando selecciona las carreras que desea estudiar en la institución educativa), “Aptitud” (valorada en el test mediante las habilidades verbal, numérica y lógico abstracta) y “Vocación” (valorada sobre la base de seis (6) virtudes que agrupan 24 fortalezas del carácter de acuerdo con el modelo teórico de Sigman y Perterson (2005), las cuales son: Sabiduría y Conocimiento, Valor - Coraje, Humanidad, Justicia, Templanza y Trascendencia). Este proceso de valoración individual se realizó sobre cada aspirante que presentó la prueba, creando un Perfil Individual aptitudinal-vocacional, que finalmente sería comparado efectivamente de manera automatizada el Perfil Criterio de exigencias mínimas de cada carrera, el cual se realizó en función al pensum de estudio manejado y aprobado por la institución educativa (cada carrera expone en su pensum, según las asignaturas, los requerimientos mínimos de exigencia a nivel aptitudinal y vocacional de fortaleza del carácter). Por ejemplo, un estudiante con excelentes resultados en las habilidades verbal, numérica y lógico–abstracta, puede tener su aspecto diferenciador en las dimensiones vocacionales según su fortaleza del carácter (Sabiduría y Conocimiento, Valor–Coraje, Humanidad, Justicia, Templanza y Trascendencia); entonces, por ejemplo, si dicho estudiante posee alto el nivel de Trascendencia, cuya definición es: Capacidad para forjar conexiones con una idea abstracta que le proporcione un significado a la existencia y a la propia vida, es un aspirante ideal para el área de la Salud. Aspecto que sería ideal exponer para su valoración interna como individuo y eventual orientación.

Palabras clave: Orientación Masiva, Valoración Aptitudinal – Vocacional - Valoración de bachilleres, Orientación Automatizada

LUDIFICACIÓN PARA FOMENTAR COMPETENCIAS CREATIVAS EN EL AULA UNIVERSITARIA

AUTOR

Alejandro Bonilla González

Universidad San Jorge de Zaragoza (España)

abonilla@usj.es

En la actualidad vivimos inmersos en un entorno cambiante, saturado y caracterizado por un contexto de convergencia tecnológica. Es necesaria una educación para fomentar competencias transversales como la creatividad y la innovación, ya que los alumnos deben ser capaces de dar con soluciones diferenciadoras y creativas para los problemas a los que se van a enfrentar tanto en el ámbito académico como en el profesional. Una formación universitaria enfocada a esas capacidades es pertinente, más aún cuando las empresas están demandando este tipo de destrezas. La educación superior tradicional no está enfocada a este tipo de competencias y se ha centrado más en los contenidos que en las formas. Se debe considerar dar el paso definitivo hacia una formación enriquecedora, autónoma y centrada en competencias basadas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), sin dejar de lado los contenidos pero dejando atrás el conocimiento selectivo para alcanzar un escenario de aprendizaje interactivo.

Diversas investigaciones respaldan que el uso de videojuegos está directamente relacionado con la motivación intrínseca de los usuarios y alumnos, y a su vez, este tipo de motivación tiene una relación directamente proporcional con la resolución creativa de problemas. Si somos capaces de extraer los elementos motivadores de los videojuegos y aplicarlos en el aula universitaria, quizás consigamos mejorar los resultados creativos de los alumnos. Por tanto, nuestro objetivo es favorecer el pensamiento creativo en el aula y evaluar la eficacia del uso de mecánicas propias de los juegos y videojuegos, llamadas en los últimos años gamificación o ludificación.

Mediante el presente estudio queremos conocer las posibilidades de integración en el aula de esta técnica innovadora, de tal forma que catalicemos la motivación de los alumnos y su compromiso en un entorno no lúdico como el de la formación universitaria. Para ello realizamos una práctica en un aula universitaria de creatividad publicitaria, dividiendo a los alumnos en dos grupos aplicando a uno de ellos motivadores característicos de los videojuegos, y al otro, recompensas clásicas presentes en el ámbito académico como calificaciones numéricas. Para la evaluación de los resultados utilizamos una serie de ítems contrastados y verificados que nos permiten comparar y analizar los datos obtenidos, basándonos en un sistema de valoración planteado por Torrance en su Test de Pensamiento Creativo. Como veremos, el uso de dichas mecánicas permite la generación de mayor número de soluciones creativas y que éstas sean más arriesgadas, mientras que las recompensas clásicas, en este caso, limitan la originalidad de las propuestas siendo más conservadoras.

Palabras clave: Ludificación – Creatividad – Videojuegos – TIC – Innovación Docente

SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO CONTRADICTORIO

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La sociedad contemporánea se enfrenta con perplejidad a la falta de soluciones fundamentales en la actual crisis de sostenibilidad, en el contexto de incrementar las desigualdades sociales y económicas en vez de expandir y profundizar en un mercado lógico a escala global, sin precedentes en la historia de la humanidad. Esto ha desafiado no solo nuestras percepciones sobre los beneficios de crecimiento económico y capitalismo, sino que también en la capacidad del planeta en absorber el daño causado por la humanidad “la huella ecológica”.

En las últimas décadas, varios debates sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible han ido progresando, pero finalmente fallaron cuando se direccionaban hacia el problema de sostenibilidad desde una perspectiva holística y orgánica. Un acercamiento alternativo a permitido la caracterización de la (falta de) sostenibilidad como un fenómeno estructural histórico que se opone a la sociedad por completo en un sistema basado en una desenfadada actividad del beneficio.

Palabras clave: Crisis - Sostenibilidad - Ecología - Desigualdad - Capitalismo

LA PERCEPCIÓN AUDITIVA Y VISUAL. UN ENFOQUE INNOVADOR EN LA DIDÁCTICA DEL PAISAJE BASADO EN TIC

AUTORAS

Ana M^a Botella Nicolás y Amparo Hurtado Soler
Universidad Valencia (España)
ana.maria.botella@uv.es y amparo.hurtado@uv.es

La presente experiencia se enmarca dentro del trabajo conjunto de dos proyectos de innovación educativa de la Universitat de València: L'HORT 2.0 (UV-SFPIE_DOCE14-223306) y IEDUCARTS (UV-SFPIE_DOCE14-222755).

El primero, utiliza el huerto escolar para aproximar al alumnado a su entorno natural a través del diseño de experiencias dirigidas a la comprensión de las relaciones y dependencias que tenemos con él fomentando actitudes de compromiso socioambiental. En el ámbito universitario facilita el aprendizaje cooperativo y la adquisición de habilidades sociales de integración, igualdad y solidaridad siendo un excelente recurso didáctico para las áreas de las Ciencias Experimentales y Sociales (física, química, biología, matemáticas, geografía, medioambiente, tecnología agraria) y las áreas de Lingüística y Expresión Plástica y Musical. El segundo, trabaja las artes visuales y la música a través de la percepción. Se trata de hacer entender las artes como una única realidad y crear un espacio de reflexión y debate sobre las distintas posibilidades de trabajo que ofrece la educación artística en consonancia con otros lenguajes.

El objetivo principal consiste en trabajar el medio natural y los sentidos desde el punto de vista auditivo y visual, así como el entorno acústico y el paisaje sonoro. Los alumnos han elaborado material educativo interrelacionando las áreas de Didáctica de las ciencias experimentales y Didáctica de la expresión plástica musical.

La metodología se ha basado fundamentalmente en el trabajo cooperativo-colaborativo, activo y participativo ya que los estudiantes han tenido que preparar y estructurar en un entorno web, sus actividades, abarcando las áreas temáticas mencionadas anteriormente. También se lleva a cabo una evaluación y exposición en clase de los todos los trabajos realizados a través del formato Pechakucha 20 x 20, en el cual se expone un trabajo de manera sencilla e informal mediante 20 diapositivas mostradas durante 20 segundos cada una.

Los resultados consisten básicamente en: construcción de una página web sobre el paisaje sonoro en las diferentes artes (música y artes visuales) con actividades interactivas para poder realizar con el alumnado o autónomamente; la producción de diferentes vídeos y/o textos con las propuestas del el alumnado tanto en los talleres multidisciplinares como en las asignaturas que colaboran y la presentación de los resultados del trabajo en unas jornadas de innovación.

Esta propuesta educativa fomenta el aprendizaje cooperativo de los estudiantes y su implicación en la elaboración de proyectos y materiales docentes desarrollados en el aula que están alojados en un entorno web para su difusión. Por otra parte, el aprendizaje colaborativo ayudará a practicar estrategias diferenciadas de la clase magistral puramente expositiva. Así, la asignatura no sólo se convierte en el lugar de trasvase de conocimiento sino también en el lugar ideal donde intercambiar experiencias relacionadas con la docencia y en un foro de debate centrado en la educación.

Palabras clave: Huerto escolar - Educación Artística - Innovación Educativa - TIC - Enseñanza

IMPACTO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 EN LA EDUCACIÓN COLOMBIANA

AUTORES

Óscar Boude Figueredo y Andrea Sarmiento Hernández

Universidad de La Sabana de Chía (Colombia)

oscarbf@unisabana.edu.co y jenny.sarmiento@unisabana.edu.co

Se presentan los resultados preliminares de una investigación que se está desarrollando en la Universidad de la Sabana desde principios de 2015, cuyo objetivo principal es determinar el impacto que ha tenido la integración de las TIC, en especial de las herramientas Web 2.0, en la educación colombiana a partir de una revisión sistemática de la literatura científica reportada, por investigadores, docentes y demás actores de la Informática Educativa de Colombia. Para esto, se utilizó un diseño mixto, con un alcance descriptivo. A nivel cualitativo se estableció un diseño de 4 fases partiendo de la identificación de todas las fuentes documentales arbitradas existentes en los últimos 10 años que reportaran proyectos educativos, experiencias e investigaciones realizadas en Colombia. A partir de esta identificación, se realizó un proceso de documentación de aquellas que se ajustaban a los parámetros del estudio.

En la siguiente fase se determinaron las variables a utilizar en el estudio Cuantitativo y se caracterizaron los diferentes usos dados a las TIC para apoyar el proceso de formación de los estudiantes Colombianos. Para finalizar, se identificarán las fortalezas, limitaciones y necesidades asociadas tanto a la inclusión de las TIC en la educación como a la investigación en este mismo campo. A partir de la identificación de las principales variables asociadas a la incorporación de las TIC al proceso de formación, se realizará un estudio correlacional que permita identificar las relaciones existentes entre las diferentes variables identificadas.

Particularmente en este texto, se reportarán los hallazgos preliminares relacionados con el impacto que han tenido el uso de herramientas web 2.0 en la formación de los estudiantes Colombianos. Al respecto, luego de finalizar las dos primeras fases del estudio y documentar cerca de 400 textos, se ha encontrado que un alto porcentaje de estudios reportan un efecto positivo del uso de las herramientas web 2.0 en los contextos educativos como herramienta de apoyo a la educación presencial, a educación virtual o *blended*; de igual manera destacan algunas limitaciones de orden logístico, social y económico en la inclusión de las herramientas web 2.0 en los diferentes contextos escolares. En el mismo sentido, se observan con preocupación una pequeña proporción de reportes acerca de uso de TIC en educación de población con Necesidades educativas especiales, y formación de población rural involucrando tales herramientas.

Asimismo, se observa una tendencia al uso de herramientas como wikis, blogs y redes sociales para la ejecución de las diferentes tareas propuestas, versus una pequeña fracción de uso de herramientas web 2.0 en las que los estudiantes desarrollan sus habilidades de pensamiento de orden superior, tales como los Meta grafos. Para finalizar, la mayoría de textos reportados están orientados a estudiantes y docentes vinculados a programas de pregrado, y, en menor cuantía, a estudiantes de básica primaria, secundaria y población rural.

Palabras clave: Herramientas web 2.0 – TIC – Proceso de Formación – Innovación educativa

DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN MANEJO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE JUEGOS SERIOS

AUTOR

Óscar Boude Figueredo

Universidad de La Sabana (Colombia)

oscarbf@unisabana.edu.co

Este texto tiene como fin presentar a la comunidad académica uno de los productos generados dentro de una investigación desarrollada en la Universidad de La Sabana, desde el segundo semestre de 2013, que trazó como objetivo principal identificar cómo un ambiente ubicuo de aprendizaje con el uso de dispositivos móviles, contribuye al desarrollo de competencias en manejo de información (CMI) en estudiantes de educación media. Utilizó un estudio de corte cualitativo con alcance exploratorio, pues aún son escasos los estudios realizados hasta el momento que integren el uso de dispositivos móviles para desarrollar CMI.

Particularmente en Colombia, el desarrollo de estas competencias es una de las grandes necesidades del país; reportes como el desarrollado por la OECD en el *International Student Assessment* declaran que solo uno entre mil estudiantes colombianos son capaces de localizar información relevante en Internet y evaluar su utilidad en contextos no conocidos (OECD, 2012), lo que implica un gran riesgo para el país, pues con el tiempo la brecha digital del país seguirá aumentando y disminuirán las oportunidades laborales para los estudiantes.

Uno de los principales resultados obtenidos en la investigación, es el desarrollo de un juego serio denominado *Infomaster*, elaborado para dispositivos móviles y Web, que puede ser utilizado por los estudiantes en cualquier momento o lugar, para desarrollar sus competencias en manejo de información. Así como, por parte de los docentes como parte de su práctica docente, como un recurso educativo o como una estrategia didáctica. El video juego está fundamentado en los pasos necesarios establecidos en el Modelo Gavilán para desarrollar este tipo de competencia.

En el mismo sentido, para desarrollar las competencias, *Infomaster* se propone a los jugadores que se enfrenten a solucionar un problema de información en cada una de las seis categorías con las que cuenta el video juego, para esto, el estudiante debe plantear sus preguntas iniciales y secundarias y realizar un proceso de investigación que le permita enfrentar el reto que hay detrás de cada categoría, No hay límite de tiempo establecido, sin embargo, cada jugador tiene claro que entre más rápido se documente de forma adecuada y enfrente el reto, mayores serán sus posibilidades de obtener los mejores puntajes y aparecer en el cuarto de trofeos.

Ahora bien, el fin de este documento es presentar en detalle el proceso que se siguió para la concepción, diseño y desarrollo de este juego serio, así como, aquellos aspectos encontrados en la investigación que permiten indicar que el mismo, contribuyó al desarrollo de las competencias en manejo de información por parte de estudiantes de séptimo grado de colegios oficiales del Municipio de Chía (Cundinamara), Colombia. Asimismo, dejar a la comunidad académica la discusión acerca de los posibles usos que podría tener este tipo de recurso educativo dentro del proceso de formación.

Palabras clave: Competencias en Manejo de Información - Contenidos Educativos - Juegos Serios - Modelo Gavilán - Innovación educativa

APROXIMACIÓN A LA PUBLICIDAD EXTERIOR DESDE LA NEUROCIENCIA: PUNTOS DE CONFLUENCIA

AUTORAS

Eva Brea Franch y Magdalena Mut Camacho

Universitat Jaume I de Castellón (España)

franch@uji.es y mcamacho@uji.es

Existen espacios urbanos donde la presencia de la publicidad exterior ha ido conformando estéticas particulares que, en algunos casos, se han convertido en marcas icónicas de la ciudad. Algunos autores afirman que la historia de la publicidad está ligada a la historia de las ciudades y que la ciudad y su realidad son la razón de ser de la publicidad. Se puede encontrar bibliografía científica que reflexiona sobre la dimensión estética y la percepción del paisaje urbano desde la combinación armónica, donde existen cada vez más evidencias científicas sobre la importancia del ambiente urbano en la calidad de vida de los ciudadanos.

Por otra parte, hay un campo de estudio llamado neuroarquitectura en el que las neurociencias y los estudios de la psicología ambiental demuestran que determinados espacios ayudan en la edad adulta a la producción de nuevas células nerviosas (Eriksson et al, 1998) o que el diseño de los espacios arquitectónicos influyen en los estados emocionales y el comportamiento de los individuos (Bell et al, 2001). La combinación de las neurociencias y la psicología ambiental está permitiendo dar respuesta a preguntas nuevas y a formular otras en las que se introduzcan nuevos campos investigadores.

El objeto de este trabajo es plantear una revisión bibliográfica a todo lo escrito sobre la neuroarquitectura que sirva para construir conocimiento sobre la publicidad exterior. Esta investigación forma parte de una más amplia en la que la unión de publicidad exterior y neurociencia nos aportará soluciones de comunicación que mejoren la calidad del paisaje urbano y la eficacia en la inversión publicitaria de las marcas.

Palabras claves: Publicidad exterior - Ciudad - Neuroarquitectura

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN DE DOCENTES PARA LA INNOVACIÓN EDUCATIVA EN EL USO DE LAS TIC PARA MEJORAR EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COLOMBIA

AUTORES

John Jairo Briceño Martínez y Martha Patricia Castellanos Saavedra
Computadores para Educar del Ministerio de TIC (Colombia)
jhonjairobriceno@gmail.com y mcastellanos75@yahoo.co.uk

Se presenta la estrategia de formación de docentes de Computadores para Educar con la que se formarán el 100% de los maestros colombianos de básica y media del 2015 al 2018. Esta formación se construyó con el Ministerio de Educación Nacional y se alimenta de las recomendaciones que el centro Nacional de Consultoría estableció en el 2015, cuando realizó la evaluación de impacto de la estrategia de formación de docentes de los autores Briceño, Gonzalez, Mosquera y Castellanos (2012) con la que se formaron alrededor de 130.000 docentes (40% de los maestros del país) durante el 2012 al 2014. Las conclusiones del estudio mencionado, indican por un lado, que es necesario comenzar a evaluar el cambio de las prácticas de enseñanza con base en la mejora de los resultados de aprendizaje de los estudiantes, y por otro, que para que estos progresos puedan verse en los alumnos, es indispensable que los docentes realicen proyectos educativos con uso de TIC en el aula, y que estos, a su vez, se basen en la resolución de problemas reales y cercanos al estudiante.

Palabras clave: Desarrollo Profesional Docente - Competencias Docentes en TIC - Proyectos Educativos en TIC - Aprendizaje con uso de TIC

INTEGRACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN NUEVOS ENTORNOS TECNOLÓGICOS

AUTORES

F. Brocal Fernández y Miguel Ángel Sebastián Pérez

Universidad de Alicante y Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

francisco.brocal@ua.es y msebastian@ind.uned.es

El empleo de nuevas tecnologías en los entornos laborales con carácter general y en los entornos industriales de forma particular, además de generar riesgos laborales tradicionales pueden generar otros denominados por la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el Trabajo (European Agency for Safety and Health at Work, EU-OSHA) como riesgos nuevos y emergentes (New and Emerging Risks, NER).

En este contexto, investigaciones ligadas a una reciente Tesis Doctoral demuestran que la utilización directa de dichos NER en los procedimientos de evaluación de riesgos laborales aplicados a los nuevos entornos tecnológicos, puede dar como resultado la identificación de riesgos laborales tradicionales en lugar de NER, debido principalmente a que los mismos se han definido sin seguir un modelo de riesgo de referencia.

Para corregir dicho problema de carácter estructural, con la citada Tesis Doctoral se ha desarrollado un modelo de riesgo que resuelve la necesidad actual de un modelo de riesgo de referencia. Sin embargo, para la integración de dicho modelo en los nuevos entornos industriales caracterizados por el empleo de tecnologías avanzadas, es necesario diseñar mecanismos que permitan ampliar el conocimiento científico-tecnológico de los NER en base a dicho modelo.

Entre dichos mecanismos se encuentran los de divulgación científica, especialmente orientados hacia la comprensión multidisciplinar del nuevo modelo de riesgo propuesto como principal estrategia integradora, siendo este aspecto divulgativo el que caracteriza al presente trabajo.

Palabras claves: Riesgos laborales - Entornos tecnológicos - NER

EL DIBUJO Y LA TEORÍA DEL BIG BANG

AUTOR

Manuel Bru Serrano
Universidad de Granada (España)
bru@ugr.es

En astrofísica, la teoría del *Big bang* supone la hipótesis más aceptada sobre el origen y evolución del universo. De acuerdo con ella, nuestro universo surgió a partir de un gran estallido consecuencia de un estado inicial donde la densidad y temperatura eran infinitas. Un momento al que los matemáticos llaman singularidad y que dio pie a la explosión de materia que constituyó un universo todavía en expansión.

Esta ponencia deriva de los estudios que estoy llevando a cabo en la tesis doctoral “Acercamiento a la etapa final del proceso creativo del Dibujo” (cuyo título aún es provisional). Una investigación sobre el devenir de la actividad creadora que sitúa al dibujar como una acción en constante movimiento. Aunque en ella profundice en la concepción del final de la obra, las series de dibujos que la acompañan, y que han servido para afrontar parte de la investigación desde el propio campo del arte, comparten un leiv motiv: la importancia del inicio. Todas las obras pertenecen a un mismo proceso creativo en el que establezco un paralelismo con el *Big bang* como suceso astronómico, pues me interesa esa primera energía que te permite lanzarte al vacío del papel esperando a ver qué sorpresa encuentras y poder observar cómo va surgiendo todo poco a poco sin tener previsto un resultado concreto. De este modo, el dibujar se posiciona como un presente continuo en una explosión de trazos y manchas que se encaminan hacia el equilibrio.

“El dibujo y la teoría del *Big bang*” supone un estudio sobre el dibujar basado en la práctica artística y la investigación en arte a través del trabajo de artistas y teóricos. Una ponencia donde presento una serie de trabajos personales y unas conclusiones que pretenden aportar una visión concreta de la problemática existente en torno al inicio y final de una obra.

Palabras clave: Dibujo - *Big bang* - Proceso - Principio - Final

ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LOS PLANES FORMATIVOS DEL PROFESORADO PARA INCORPORAR NUEVOS DISPOSITIVOS DIGITALES EN EL AULA

AUTOR

Jon Bustillo Bayón
Universidad País Vasco (España)
jon.bustillo@ehu.eus

Tanto el fomento del uso de dispositivos digitales con baja barrera de entrada como los esfuerzos destinados al desarrollo de habilidades vinculadas a la computación, la robótica o la electrónica gozan de gran popularidad en el sistema educativa actual. Estas iniciativas favorecen el diseño y desarrollo de numerosas acciones formativas orientadas a fomentar la incorporación de nuevas prácticas educativas dentro de contextos escolares diversos.

Sin embargo, el gran número de talleres formativos para docentes y estudiantes de diferentes edades basados en el desarrollo del pensamiento computacional a través de la programación y de la electrónica, no han logrado la transferencia de las competencias adquiridas a los distintos contextos del aula.

En este sentido, este trabajo persigue dos objetivos:

1. Comprender las causas que condicionan el escaso impacto en las instituciones educativas del trabajo en las aulas de contenidos computacionales, electrónicos y de programación.
2. Proponer un conjunto de criterios que provoquen un aumento del número y de la calidad de las transferencias de conocimiento entre los talleres formativos y el aula de clase vinculadas a la computación, la robótica y la electrónica

La investigación planteada posee un carácter interpretativo. En ella se hace uso de una metodología mixta, que combina la implementación de diferentes técnicas tales como las entrevistas en profundidad y los cuestionarios en línea. Los datos obtenidos se analizan a nivel cuantitativo y cualitativo. En este último caso, se establecen dimensiones, categorías y subcategorías, que ayudan a delimitar tanto las circunstancias que actúan como favorecedoras y obstaculizadoras de la incorporación de contenidos centrados en la computación, la robótica y la electrónica, como las temáticas que influyen en el desarrollo de nuevos planteamientos metodológicos en el aula y en la adquisición de competencias asociadas al pensamiento computacional.

El análisis de estos resultados nos permite sugerir un marco de actuación que ayude a superar el modelo actual de integración, co-construcción y trabajo de las habilidades de pensamiento computacionales en las prácticas educativas del aula.

Palabras clave: Impacto educativo - Formación del profesorado - Pensamiento computacional - Programación - Transferencia del conocimiento

LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO SANITARIO. ESTADO DE LA CUESTIÓN

AUTORA

Lorena Busto Salinas
Universidad de Burgos (España)
lbusto@ubu.es

La inclinación por las informaciones acerca de la medicina y la salud ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Así, se han multiplicado los departamentos de comunicación en las instituciones sanitarias y el número de esta clase de informaciones en los medios de comunicación. Además, los pacientes se informan más acerca de sus necesidades y juegan un papel más activo en las decisiones relacionadas con su salud.

Todo esto no implica necesariamente que la calidad de las informaciones haya aumentado y, visto el interés que la población tiene por estos asuntos, parece evidente que las organizaciones sanitarias necesitan incorporar funciones de relaciones públicas en su actividad diaria.

En consecuencia, este artículo repasa el estado de la cuestión de las relaciones públicas en el terreno sanitario. Para ello, se ha hecho una revisión bibliográfica, incidiendo en varios aspectos de esta disciplina, como los roles y modelos adoptados, los conocimientos estratégicos y de investigación de los comunicadores, la gestión de conflictos potenciales y crisis, la relación con la dirección, la importancia a las diferentes etapas de un programa de relaciones públicas, etc.

Entre los resultados obtenidos se observa que, para empezar, existe muy poca bibliografía sobre relaciones públicas en el ámbito sanitario en comparación con otros campos. Pese a ello, de las pocas indagaciones realizadas hasta la fecha se constata que la mayoría de los comunicadores del ámbito de la salud adoptan un rol técnico frente a uno directivo y emplean normalmente modelos unidireccionales en vez de bidireccionales. Además, en general, aún no hacen un uso estratégico de la comunicación ni participan en la toma de decisiones de las entidades. Tampoco abundan los conocimientos sobre investigación ni se tiende a utilizar con eficacia las nuevas tecnologías. Por el contrario, en ocasiones forman parte de la dirección y muy a menudo dependen de gerencia; además, consideran que tienen bastante poder. En cuanto a la gestión de conflictos potenciales y crisis, se constata que la mortificación (una de las posibles respuestas ante una crisis, aparte de la negación, la distancia, congraciarse y el sufrimiento) se usa cada vez más.

Al igual que sucede con el resto de elementos estudiados, existen muy pocos estudios que analicen las fases de un programa de relaciones públicas (investigación, planificación, comunicación y evaluación) en el campo de la salud. Salvo casos concretos, los comunicadores sanitarios no otorgan demasiada importancia a las dos primeras etapas y suelen centrarse en la comunicación. En cuanto a la evaluación, hay diversidad de opiniones, pero la mayor parte de los estudios concluyen que no hay demasiada.

Palabras clave: Relaciones públicas – Comunicación sanitaria – Gestión de crisis – Nuevas tecnologías

IMAGEN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: ESTUDIO DE LAS IMÁGENES PUBLICADAS EN TWITTER POR LOS PARTIDOS Y LÍDERES POLÍTICOS DURANTE LAS ELECCIONES A LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE 2015

AUTORES

Javier Bustos Díaz y Francisco Javier Ruiz del Olmo

Universidad de Málaga (España)

Bustos090@gmail.com y fjruiz@uma.es

Las campañas electorales, como proceso de comunicación política pública y el debate político en general están cada vez más ligadas a las prácticas de red social Twitter; de hecho, hoy en día es muy difícil imaginar un partido o candidato sin un perfil en este medio, al menos durante el periodo electoral.

Sin embargo, una cuestión diferente es estar presente en Twitter y otra la capacidad de proyectar una imagen correcta y acorde a los objetivos comunicativos que se pretenden conseguir, haciendo un buen uso de las imágenes y vídeos que comparten por los partidos y candidatos a través de dicha red social. Debido al auge actual de partidos de nuevo cuño como Podemos y Ciudadanos, el artículo no se ciñe solo al Partido Popular de Andalucía y al Partido Socialista de Andalucía, sino que además incluye a los nuevos partidos mencionados y a sus candidatos. También se ha tenido en cuenta para el análisis el perfil de Izquierda Unida, que además, previamente a los comicios formaba parte del Gobierno de la Junta de Andalucía.

Con el objeto de analizar la imagen resultante que proyectan los partidos y candidatos a través de sus perfiles durante el periodo de la campaña electoral, el presente estudio ha analizado todas las imágenes difundidas por los principales partidos y candidatos a través de la red social Twitter en Andalucía. A nivel metodológico, este texto realiza un análisis de contenido que tiene como objeto las imágenes publicadas en la red social Twitter por los partidos y candidatos andaluces ya descritos, durante la campaña electoral andaluza que transcurrió entre el 6 de marzo y el 20 de marzo de 2015, excluyéndose del análisis el día de reflexión y propio día de las elecciones.

Para lograr este objetivo se manejaron categorías cualitativas diseñadas *a priori* y también in vivo, empleando como software de ayuda una herramienta CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software); en este caso se optó por Atlas.ti, que permite una eficaz gestión de todas las imágenes recolectadas de la web, estableciéndose éstas como Unidad Hermenéutica. Las conclusiones evidencian la atención y el cuidado que los partidos prestan a las imágenes, donde la comunicación política explora nuevos contenidos e ideas fuerza, especialmente en las formaciones emergentes.

Palabras clave: Comunicación política – Elecciones Andalucía - Twitter – Imagen

LOS JUEGOS DE PALABRAS EN EL HUMOR DE LAS VIÑETAS DE O CARRABOUXO

AUTOR

Félix Caballero Wangüemert
Universidad de Vigo (España)
felixcaballero@hotmail.com

Xosé Lois González Vázquez (Ourense, 1949), más conocido como Xosé Lois u O Carrabouxo, por su popular personaje, es uno de los humoristas gráficos gallegos más importantes de los últimos 40 años. Comenzó dibujando en el histórico semanario nacionalista *A Nosa Terra*, donde creó el personaje de Sabeliña en 1979 y colaboró de manera continuada hasta el cierre de la publicación en 2011, pero debe su fama fundamentalmente al personaje de O Carrabouxo, al que da vida a diario en *La Región* de Ourense desde 1982, hace más de 30 años. Es el único humorista gráfico que ha recibido la Medalla Castelao, creada por la Xunta de Galicia para mantener viva la memoria del insigne político, dibujante y escritor galleguista, y premiar a aquellas personas que se han significado por su trayectoria al servicio de Galicia en los más variados campos.

O Carrabouxo es un personaje extraordinariamente popular, con el que Xosé Lois ha conseguido establecer una estrecha empatía con el público. Prueba de esta gran popularidad es que sus viñetas decoran las paredes de tabernas y lugares de trabajo, ha sido protagonista de una serie de animación de 26 capítulos, se le ha erigido una estatua en el Parque de San Lázaro de la ciudad natal del dibujante y la Diputación de Ourense ha editado siete libros con lo mejor de sus viñetas.

O Carrabouxo es un hombre joven, con un estilo irónico, cierto aire pasota y un permanente pitillo en los labios. Sus comentarios sobre la actualidad informativa están llenos de una comicidad en la que alcanzan un gran peso los juegos de palabras, para los que el autor demuestra una asombrosa facilidad. El objeto de esta comunicación es, precisamente, analizar este aspecto: cómo utiliza el personaje el lenguaje, como lo distorsiona para conseguir el efecto humorístico. Se trata, en definitiva, de llevar a cabo un acercamiento cualitativo a los juegos de palabras de la serie. Se espera que los resultados que se obtengan confirmen la hipótesis de la importancia de los juegos de palabras en las viñetas de O Carrabouxo y aporten luz sobre su tipología y los mecanismos de construcción.

Para ello se han seleccionado 30 viñetas del personaje en las que los juegos de palabras juegan un papel determinante. Las viñetas han sido escogidas entre las últimas publicadas por el autor en la web del personaje (www.carrabouxo.es), a la que Xosé Lois viene subiendo todas las viñetas que dibuja a diario en *La Región*. La web recoge más de 1.500 viñetas desde el 18 de abril de 2011, hace más de cuatro años.

Palabras clave: Humor gráfico – Juegos de palabras – Xosé Lois – O Carrabouxo - Galicia

“IMAGEN POLÍTICA DE OLLANTA HUMALA EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES 2006 – 2011”

AUTORA

Ymelda Cabanillas García

Universidad Complutense de Madrid (España)

ymelcaba@gmail.com

Después del golpe de estado fallido para alcanzar el poder, Ollanta Humala Tasso funda el Partido Nacionalista Peruano, con el objetivo de presentarse a las elecciones generales del año 2006 de la mano del partido Unión por el Perú liderado por Javier Pérez de Cuellar, ex Secretario General de las Naciones Unidas. En mencionadas elecciones el PNP, no alcanzó el 50% más uno de los votos, por tal motivo se celebró una segunda vuelta saliendo vencedor el candidato Alan García Pérez quien representaba al Partido Aprista Peruano.

Tras la derrota electoral el candidato nacionalista realiza un cambio de imagen política para presentarse como un líder renovado en las elecciones presidenciales del año 2011, dejando atrás el discurso populista radical que en algunas oportunidades fue comparado por políticos y diversos medios de comunicación, con el presidente Hugo Chávez y su revolución bolivariana, que lejos de favorecerle, restaba votos principalmente en la capital y ciudades más importantes de la costa peruana.

Este estudio tiene como objetivo conocer los detalles de la evolución de la imagen del líder Ollanta Humala, durante sus épocas de candidato a la presidencia de la República del Perú y dar a conocer el cambio de imagen que fue necesario realizar para la aceptación del líder populista.

La investigación se centra en el pensamiento nacionalista expuesto en los carteles de ambas campañas electorales 2006 y 2011, para ello hemos recurrido a las investigaciones de la Psicología Social especialmente estudios sobre la imagen del líder político de los años 60 (Berlo, Lamert, Metz, 1966; Carrera 1980) quienes llegan a la conclusión que la imagen política se compone de tres factores fundamentales: la credibilidad, la atractividad y el poder de la fuente, a su vez cada atribución se subdividen en tres características que en su conjunto permite que se logre el objetivo.

Además de un análisis de los carteles más representativos de cada campaña, también se ha realizado un breve análisis comparativo de otros elementos persuasivos como son: el símbolo, el vestuario y la gestualidad, que fueron afinados para captar un público costeño, teniendo como objetivo principal atraer los votos de la capital que representa la tercera parte del total de votos del país.

Palabras clave: Imagen política – Nacionalismo – Elementos persuasivos – Ollanta Humala

RETOS ACTUALES DE LA COMUNICACIÓN: LA *AUCTORITAS* DOMÉSTICA *VERSUS* EL EMPORAMIENTO DIGITAL JUVENIL

AUTORES

Francisco Cabezuelo Lorenzo y Teresa Torrecillas Lacave
Universidad de Valladolid y Universidad San Pablo CEU (España)
cabezuelo@hmca.uva.es y teresat@ceu.es

Este trabajo parte de una hipótesis que ilustra perfectamente uno de los retos de la comunicación en nuestros días. Los padres se hallan en una situación de desventaja cognoscitiva y práctica antes sus hijos. Esta realidad puede dificultar las relaciones entre los diferentes miembros del entorno familiar. Cuantas más competencias digitales adquiera el niño, más compleja y difícil puede llegar a ser la “*auctóritas*” o espontánea adhesión filial a la función paterna de tutela, cuidado y vigilancia. Del mismo modo, más necesaria será la inclusión de los diferentes miembros que forman el hogar en un entorno digital compartido.

En este contexto, y desde una aproximación teórica, este trabajo tiene como objetivos principales los siguientes. En primer lugar, pretende analizar en qué medida el desnivel de competencia entre padres e hijos incide en la “*auctoritas*”. Del mismo modo, busca conocer cuáles son las consecuencias de la brecha digital en el hogar así como saber cómo afectan a la “*auctoritas*” los distintos grados de competencia digital existentes en el seno de una misma unidad familiar. Como segundo gran objetivo, este trabajo desea promover la educomunicación, conforme a los principios del Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Innovación, Investigación y Docencia (CUICIID).

Para ello, mostrará una propuesta concreta: la comunidad intergeneracional de aprendizaje y el Programa Familias On-line, desarrollados dentro del programa “*Auctoritas*” doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados” (CSO 2013-42166-R) del Ministerio de Economía y Competitividad, liderado por los investigadores principales Dr. Luis Núñez Ladevèze y Dra. Teresa Torrecillas Lacave, de la Universidad San Pablo CEU de Madrid, y de cuyo equipo de investigación forma parte el autor de esta comunicación.

Palabras clave: Autoridad - Educación - Comunicación - Redes sociales

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS PARA LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

AUTOR

Francisco Cabezuelo Lorenzo
Universidad de Valladolid (España)
cabezuelo@hmca.uva.es

La ética, la cultura, el gobierno transparente y la construcción de un nuevo espacio público abierto al debate y al progreso son algunos de los retos de la nueva sociedad digital o cibernsiedad en el que las redes sociales juegan un papel vital. Este trabajo quiere sentar las bases para el estudio de la comunicación pública y la gestión transparente de los gobiernos públicos, que debe fundamentarse en la transparencia y la innovación.

Tiene como objetivo la obtención de información comparable y la elaboración de una serie de propuestas concretas para la mejora del buen gobierno. El resultado que persigue este trabajo es la continuación del trabajo realizado mediante la incorporación de herramientas que promueven la participación ciudadana en el sistema democrático.

La oportunidad de la investigación encuentra acomodo en la doctrina del constitucional española sobre la libertad de información indica con vehemencia su especial importancia en la medida en que condiciona el estado de la opinión pública. Por ese motivo, es necesario que el ciudadano pueda conocer cómo actúan los poderes públicos, qué responsabilidades tienen en el ejercicio de dicho poder, pueda preguntar libremente sobre aquello que le parezca oportuno y pueda formarse su propia opinión.

En una sociedad de creciente complejidad, el ejercicio de la libertad de expresión requiere más acceso a los datos y fuentes. Esta dimensión se comprende aún mejor empezando por la gestión de la comunicación local, ya que son los asuntos propios de la vida cotidiana los que se resuelven en esa esfera de decisiones más próxima, en relación con los asuntos nacionales e internacionales.

La idea que se plantea en esta comunicación no es otra que la de ofrecer un punto de partida para el estudio o investigación universitaria en este tema. Este trabajo resume la propuesta metodológica e innovadora de un proyecto en activo de carácter nacional financiado en concurrencia competitiva por el Ministerio de Economía y Competitividad perteneciente al *Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los Retos de la Sociedad* en su convocatoria de 2013 y con extensión hasta el año 2015 cuya referencia es CSO2013-46997-R, liderado por el profesor Dr. Juan Luis Manfredi Sánchez, y del que el autor de esta comunicación es miembro activo como investigador del equipo de trabajo principal.

Palabras clave: Redes sociales - Transparencia - Gobierno - Comunicación

VISIBILIDAD DE RECURSOS ACADÉMICOS A TRAVÉS DE TECNOLOGÍAS SEMÁNTICAS Y *LINKED DATA*

AUTORES

María del Carmen Cabrera Loayza y René Rolando Elizalde Solano

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mccabrerax@utpl.edu.ec y rrelizalde@utpl.edu.ec

Actualmente, en el contexto global de la Educación Abierta mediada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, un vértice fundamental que se debe potenciar es el acceso a los recursos académicos que se generan en diferentes instancias del proceso educativo, desde registros bibliotecarios hasta los trabajos académicos que se generan en aulas de clase con los estudiantes.

Los diferentes modelos y formatos de representación, estándares, y herramientas de publicación, hacen compleja, imprecisa y poco eficiente la tarea de búsqueda y recuperación de éstos recursos; en grandes colecciones de recursos, la heterogeneidad dificulta la capacidad en localización y descubrimiento de estos materiales. De aquí nace la importancia y la necesidad de dar un giro en la forma como se debe representar, procesar y publicar los recursos académicos, de manera que éstos sean visibles y sus atributos sean entendibles para las máquinas.

Para abordar el problema del acceso, integración y visibilidad de recursos Web se están adoptando enfoques de publicación de datos basados en tecnologías de la Web Semántica. Las Tecnologías Semánticas, posibilita que las máquinas puedan procesar “inteligentemente” la descripción de los recursos digitales mediante esquemas de metadatos abiertos y concensuados, facilitando la interoperabilidad semántica de los elementos descritos y contribuyendo a mejorar el acceso y uso de los recursos académicos que se generan en las diferentes instituciones.

En este sentido, mediante la incorporación metodológica de *Linked Data*, los recursos académicos entran a un proceso de identificación, conceptualización, curación, desambiguación, mezcla y estandarización de los datos, lo que conlleva a mejorar los servicios de búsqueda y recuperación de información considerando una arquitectura de información basada en datos semánticamente representados y vinculados con otras fuentes de información.

La idea fundamental es contribuir a crear una red de conocimiento, como parte de la iniciativa *Linked Open Data*, que permita a través de una estructura semántica compartir y vincular recursos académicos tales como: recursos bibliográficos, recursos educativos abiertos, MOOCs, etc., que aporten tanto a profesores y aprendices de procesos educativos formales o informales a mejorar el acceso de los materiales bibliográficos con una amplia diversidad en contenidos, rompiendo las barreras de los formatos, idioma, organización, etc.

En la era actual de la sociedad del conocimiento, la gente se interesa por aprender utilizando, principalmente, fuentes de información online; en este sentido, y desde un enfoque tecnológico, el presente trabajo explica el proceso de publicación de datos enlazados de recursos bibliográficos, mediante la aplicación de Tecnologías Semánticas y el ciclo de publicación de *Linked Data*. Con el objetivo de dar visibilidad a los datos de recursos bibliográficos, además de, optimizar y enriquecer las búsquedas con la vinculación a otros repositorios digitales de diferentes instituciones educativas.

Palabras clave: Web Semántica – Linked Data – Recursos bibliográficos – Educación

EDUCAÇÃO HÍBRIDA: REFLEXÕES PARA A INOVAÇÃO

AUTORES

Marcos Jolbert C. Azambuja, José Aquiles B. Grimoni y Lucilene Cury
Universidade de São Paulo (Brasil)
mjca@usp.br, aquiles@pea.usp.br y lucilene@usp.br

A Educação Híbrida é uma tendência inovadora e promissora para a Educação, pelo ensino-aprendizagem, pela sua flexibilidade, pelo seu acesso e ainda mais pela otimização de recursos. Ela tem o potencial de melhorar e transformar a Educação, tendo como um de seus objetivos a aproximação do conhecimento no “status extramuros” para dentro da universidade, ela ajuda a fornecer letramentos digitais para o graduando e para o trabalhador global do conhecimento. Se por um lado a educação convencional sempre fez uso de atividades não presenciais como parte de seu programa, por outro lado é cada vez mais comum a experiência de encontros presenciais virtuais em cursos que se denominam a distância. Além disso, com a ajuda das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), as tecnologias interativas em atividades virtuais estão conseguindo aumentar as sensações de proximidade interativa e espacial entre professor/aluno, aluno/aluno e aluno/conteúdo.

Em vista disso, a partir dos estudos do tráfego global de dados, o presente artigo tem por objetivo apresentar reflexões e perspectiva para o uso da Educação Híbrida na Educação. As reflexões obtidas por meio dessa pesquisa podem auxiliar no desenvolvimento de propostas para a Educação Híbrida no ensino. A metodologia abrange: revisão de literatura, análise do tráfego global de dados da Cisco, diretrizes para o uso da Educação Híbrida; e ao final será apresentado, resultados e conclusões que possam revelar uma série de atividades de Educação Híbrida para a Educação.

Palavras chaves: Educação híbrida - Inovação - Tráfego de Dados Globais

POLÍTICAS PÚBLICAS EN INNOVACIÓN SOCIAL: PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO ENDÓGENO

AUTORAS

África del Valle Calánchez y Teresa de Jesús Ayala
Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (Venezuela)
braherna@gmail.com

En Venezuela, la formulación del Plan Nacional de Ciencia y Tecnología 2005-2030 se concibió como una investigación colectiva, dirigida a captar la opinión de la diversidad de actores que hacen parte del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), para lo cual se utilizaron diferentes técnicas de recolección de información para obtener una visión amplia del camino a seguir para lograr el desarrollo endógeno, sustentable y humano del país.

Este modelo de desarrollo propone la participación de las comunidades, instituciones educativas, instituciones privadas y gobierno en todos los niveles, en la construcción conjunta de iniciativas de solución de los problemas éticos, sociales, educativos, económicos, ambientales, entre otros.

La Innovación social según la CEPAL (2008) son nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía; es entonces la innovación social vista como un proceso en el cual se crean valores agregados a las ideas y soluciones de los colectivos en las comunidades para satisfacer las necesidades, aprovechando las oportunidades en el camino al resolver problemáticas existentes; las cuales pueden generar cambios profundos en los comportamientos y actitudes de los actores que en todos los ámbitos, incluyendo el quehacer científico y tecnológico en Venezuela.

El empoderamiento de las comunidades cumple un papel fundamental en las innovaciones sociales, puesto que conducen a propiciar espacios cónsonos para el desarrollo endógeno del país; es por esta razón, que debe surgir de acciones endógenas de sus colectivos y para sus colectivos. Es necesario enmarcar estas acciones en la formulación y ejecución a través de las políticas públicas que guardan concordancia con el enfoque de innovación en todas las dimensiones.

Igualmente para poder hablar de innovación social como un contexto donde se propicien espacios para que las experiencias se difundan, apropien, transfieran, divulguen. Por lo antes expuesto la presente investigación versa sobre los aspectos más relevantes del proceso de innovación social y la formulación de las políticas pública en el contexto del desarrollo endógeno enmarcado en políticas públicas que fortalezcan las iniciativas colectivas desde las bases sociales. El estudio es de tipo descriptivo y documental para lo cual se utilizaron técnicas de revisión de bases teóricas y conceptuales, relacionadas con los temas en cuestión.

Palabras clave: Innovación social – Desarrollo Endógeno – Comunidad – Políticas Publicas

EMPRENDEDORES SOCIALES Y SU PAPEL EN EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA COMUNIDAD

AUTORAS

África del Valle Calánchez y Teresa Mezher G.

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

braherna@gmail.com y teresamezher@hotmail.com

Los procesos de cambio en las comunidades requieren de la participación comunitaria, la cual pueda llevar a transformar la realidad; basando en actividades de emprendimiento social, solucionando así las necesidades colectivas de su entorno. Los voceros y voceras de los consejos comunales en Venezuela asumen su papel protagónico como “instancias de participación, articulación e integración entre los ciudadanos, ciudadanas y las diversas organizaciones comunitarias, movimientos sociales y populares” LOCC (2012:1).

Es por lo antes expuesto por lo que el presente artículo expresa el papel de los voceros y voceras como emprendedores sociales y su contribución en el desarrollo integral de la comunidad. Es a través de la ejecución de diferentes proyectos como el Plan de Formación y Capacitación de los Consejos Comunales, Huertos Urbanos y Periurbanos, que la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” y el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno han realizado a través de investigaciones e indagaciones relacionadas con emprendimiento social y el empoderamiento en las comunidades.

La aplicación de la metodología investigación acción ha permitido la sistematización de experiencias logrando así determinar ¿Qué es un emprendedor social?, ¿Cuáles han sido las formas de emprendimiento social en los consejos comunales? ¿En qué consiste el empoderamiento comunal? y ¿Cómo es el plan comunitario de desarrollo integral?

En este estudio los investigadores e investigadoras intercambiaron saberes en pro del bienestar de un colectivo, integrándose de manera permanente a los procesos de participación y de construcción de respuestas a través de proyectos comunitarios que vayan en consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación y el Plan de Desarrollo Comunal.

Palabras clave: Emprendedor social – Desarrollo integral – Comunidad – Empoderamiento comunal

IDENTIDADES SEXUALES Y DIGITALES: LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL COMO MARCO METODOLÓGICO PARA ANALIZAR LAS RELACIONES EMOCIONALES ENTRE PERSONAS JÓVENES

AUTORA

Soraya Calvo González
Universidad de Oviedo (España)
calvosoraya@uniovi.es

Este artículo va encaminado a describir principales decisiones y dilemas metodológicos que se han ido conjugando para poner en marcha un proyecto de investigación dirigido al análisis de las identidades digitales y sus interacciones en la juventud a partir de las relaciones interpersonales, afectivas y emocionales que son establecidas, usando como herramienta de comunicación las TIC y poniendo el foco en la expresión de las vivencias de la propia sexualidad. De esta manera, se pretenden derivar conocimientos significativos que permitan describir distintos modelos relacionales en torno al concepto de “pareja” y de “amor” que tienen los y las jóvenes de Asturias (España). El estudio pretende adentrarse en la configuración de las identidades sexuales y digitales personales en un entorno 2.0: factores de fuerza, intencionalidades, estereotipos, poder de la imagen, influencias, “memes”, rasgos homogeneizantes y diversificadores, etc., para sentar las bases que permitan desarrollar una propuesta global de intervención en la Educación Secundaria desde el prisma de la educación mediática y la sexología.

Para conseguir los propósitos de la investigación es necesario profundizar en la forma en que los espacios y las plataformas de comunicación “on – line” (principalmente redes sociales como Instagram y Twitter, y mensajería instantánea como WhatsApp) favorecen la perpetuación, actualización o cuestionamiento de estereotipos que intervienen en los modelos relacionales tradicionales a partir de los cuales se establecen las interacciones entre iguales. Se busca también comprender de qué maneras son utilizadas estas herramientas para gestionar conflictos íntimos, propiciar encuentros, situarse en torno al concepto de “deseante” o “deseado” y, en definitiva, construir una identidad icónica y simbólica para presentarse ante los y las demás. La muestra seleccionada para la investigación está conformada por alumnado que cursa durante el curso 2014-2015 4º año de E.S.O. (Educación Secundaria Obligatoria) en centros públicos y concertados adheridos al programa institucional de educación sexual “Ni Ogros Ni Princesas”.

En este marco, proponemos un diseño emergente eminentemente cualitativo basado en la etnografía virtual, a través de un enfoque metodológico que incluye la participación y la observación de la investigadora en el campo a partir de su intervención en el aula para trabajar, con diferentes técnicas de intervención, conceptos relacionados con el ámbito de la sexualidad y las TIC. Para ello se crea un entorno digital de encuentro y toma de datos a partir de una cuenta de Instagram y otra de Twitter desde la que poder acceder a los perfiles personales de la muestra estudiada. A su vez, consideramos importante poner en marcha estrategias de recogida de información que nos aporten diferentes visiones de una misma realidad, dando voz a diversos actores de la comunidad educativa. Así, el modelo se complementa con grupos focales y entrevistas abiertas e informales con profesorado y profesionales de la orientación educativa de los centros educativos participantes; así como con un gran grupo focal formado por el alumnado del Máster Oficial en Sexología de la Universidad Camilo José Cela.

Palabras clave: Educación Sexual - Educomunicación - Etnografía virtual - Redes Sociales

ENTRE EXPEDIENTES, CÁMARAS Y POSTEOS. HACIA UNA NOTICIA POLICIAL 2.0

AUTORA

Mercedes Celina Calzado

CONICIT, Instituto de Investigaciones Gino Germani y U. de Buenos Aires (Argentina)

mcalzado@sociales.uba.ar

A mediados de los noventa la seguridad ingresa con fuerza en las agendas periodísticas, políticas y electorales y se convierte en un eje central de difusión de una comunicación política asociada a la violencia urbana. No sólo esto se debió a la ampliación del problema del delito en la calle basado en la profundización de los índices de denuncias sobre crímenes. También las discusiones políticas alrededor de la seguridad en la Ciudad de Buenos Aires incorporaron un nuevo matiz.

A la vez, los últimos diez años exhibieron un cambio central en el escenario tecnológico mundial, regional y local. Facebook se creó en febrero de 2004 y tardó algún tiempo en colar sus primeros usuarios en Argentina. Twitter se creó en 2006 y tiene en el mundo 200 millones de usuarios activos. Argentina está —según la empresa del pajarito— en el puesto 17 de este ranking. También las cámaras de video vigilancia transformaron el espacio público latinoamericano, miles de cámaras fueron instaladas en las grandes ciudades para prevenir el crimen.

Los cambios tecnológicos producen una nueva forma de producir ciertos contenidos de la información en torno de la inseguridad. Redes sociales y cámaras de seguridad modificaron el modo de contar las noticias policiales y las historias comienzan a producirse con nuevas versiones (extraídas de las redes sociales) y con nuevas imágenes (relevadas tanto de las redes como de las cámaras de seguridad).

Para ubicar este análisis nos proponemos trabajar en torno de un caso paradigmático ocurrido en 2013 en la Ciudad de Buenos Aires, el caso de la muerte de la joven Ángeles Rawson, una adolescente asesinada presuntamente por el encargado del edificio en el que vivía. A través de un corpus de noticias de medios gráficos y audiovisuales, así como un seguimiento de publicaciones en las redes sociales y testimonios de algunos protagonistas del armado de la noticia, realizamos un minucioso análisis de los cambios del último período en el modo de narrar la inseguridad y de conformar los perfiles de víctimas y victimarios.

Palabras clave: Inseguridad – Construcción de la noticia – Información policial – Redes sociales – Videovigilancia

MODELO DE VINCULACIÓN ENTRE LA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y EL SECTOR DE SERVICIOS

AUTORES

Crystal Esther Camacho Bobadilla, Claudia Érika Martínez Espinoza, Carlos Ubaldo Mendivil Gastélum y Javier Alejandro Santana Martínez

Instituto Tecnológico de Sonora (México)

crystal.camacho@itson.edu.mx, claudia.martinez@itson.edu.mx, carlos.mendivil@itson.edu.mx
y javier.santana@itson.edu.mx

Las exigencias laborales y sociales, demandan distintas competencias en los egresados universitarios. Las Universidades deben orientar acciones que permitan vincular los contenidos vistos en el aula para aplicarlos en escenarios reales.

En el año 2009 el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), contempla en su oferta educativa la inserción de prácticas profesionales en la parte media y final del plan de estudios. El proceso de aprendizaje está basado en un enfoque por competencias; en cada curso de prácticas profesionales se proporciona al estudiante la oportunidad de implementar lo aprendido a través de un modelo de vinculación que incluye las fases: investigación, análisis y ejecución; lo que se busca es dar respuesta a un problema, necesidad o área de oportunidad detectada en el sector productivo, privado y social; respectivamente.

La Licenciatura en Diseño Gráfico del ITSON, aplica este nuevo modelo en el 2013 con el objetivo de que el estudiante pueda emplear sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores a un contexto real. La relación de colaboración desarrollada en los últimos años con el sector de servicios ha contribuido a la formación integral del estudiante de LDG, fortaleciendo los nexos Universidad-Empresa, propiciando intercambio de opiniones y retroalimentación, para conocer si como Institución se está cumpliendo con las tendencias y requerimientos del entorno.

Uno de los retos a los que se enfrenta la Educación Superior en materia de nuevas formas de enseñanza, es vincularse con los distintos sectores. En la Licenciatura en Diseño Gráfico se ha tratado de impulsar esta acción, cuyo fin siempre será la formación completa del estudiante. Los cursos de prácticas profesionales, han mostrado claramente las fortalezas y debilidades que como programa académico se tienen, el esfuerzo por establecer lazos de cooperación entre las empresas y la Universidad puede ayudar a que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea medido por los empleadores. Evaluando los contenidos curriculares, prácticas docentes y el desempeño académico.

El modelo de vinculación permite tener una visión en tiempo real de lo que sucede fuera del aula. Tomar acciones, elevar los parámetros de exigencia, asegurar la pertinencia y competitividad de los alumnos. Dicho modelo se debe ir consolidando, desde el 2013 a la fecha se han observado áreas de oportunidad, las cuales deben potencializarse, también se han detectado amenazas; de ahí el alcance que tiene evaluar las estrategias y acciones, con una mirada crítica que permita cuestionar lo establecido para reinventar lo que se enseña y la manera en que se lleva a cabo, actualizar los contenidos curriculares que sean necesarios; logrando trascender la barrera de solo formar diseñadores con visión estética-funcional, sino que trabajen con un enfoque de diseño estratégico, aportando mayor valor a las empresas y a la sociedad en general.

Palabras clave: Vinculación - Universidad - Empresa - Formación - Diseño

LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA A TRAVÉS DE LOS SITIOS WEB Y SU USO EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE CTI

AUTOR

Benjamín Camacho Vega

Universidad Federal da Bahia (Brasil) y Universidad Autónoma de Querétaro (México)

bennev_23@hotmail.com

La transición de los medios de comunicación tradicionales a los nuevos medios de comunicación digitales es una característica de los primeros años del siglo XXI, todo gracias al vertiginoso desarrollo en las tecnologías de información y comunicación (TIC) y a la influencia que ejerce internet en los individuos. En este esquema mediático, los sitios noticiosos producen una cantidad inmensa de información en la red al alcance de cualquier persona, de ahí la importancia que tienen en nuestros días y, en gran parte, la popularización del concepto de “sociedad de la información” que proviene del trabajo que ellos realizan; sin embargo es por todos conocido que en este tipo de medios prevalecen las noticias de poca trascendencia sobre la información científica a pesar de la relevancia que este campo representa para el avance de la sociedad.

A pesar de esto, los temas de ciencia, tecnología e innovación (CTI), despiertan un interés particular en la ciudadanía por la oportunidad que les ofrece de estar bien informados al momento de tomar decisiones en su vida diaria y permitir que los individuos estén conscientes tanto de los avances, como de las mudanzas que acontecen a su alrededor.

La importancia que tiene la divulgación científica a través de los medios de comunicación se debe a la dinámica que se genera para crear una mayor producción, ya que no solo permite que los propios científicos estén enterados de las últimas noticias en su campo y continúen trabajando en nuevos proyectos, sino que además hace llegar esta información a los profesores para que la conozcan y la transmitan a los estudiantes que están instruyendo, y con ello formar toda una cultura de enseñanza para la ciencia tanto en los diversos niveles académicos como profesionales y periodísticos, lo cual finalmente beneficiará en una masificación de las áreas científicas.

Una de las piezas clave dentro de esta “dinámica de la cultura científica”, son los profesores universitarios, ya que ellos son los encargados de despertar el interés en las nuevas generaciones, por lo cual es necesario que estén informados sobre los más recientes avances científicos en diversas áreas, no solo en aquella en la que son especialistas, y que se mantengan actualizados constantemente para guiar de manera adecuada a los alumnos en sus investigaciones.

El papel que desempeñan los sitios noticiosos en este sentido es relevante debido al alcance que tienen dentro de la comunidad académica, ya que gracias al potencial de internet, son una de las principales fuentes informativas para los profesores, y para la sociedad en general, por ello muchos departamentos universitarios, museos, centros de investigación e instituciones ligadas a la ciencia, exponen sus resultados a través de este tipo de sitios.

Por lo tanto, los medios electrónicos de comunicación, y en especial los sitios noticiosos, son un excelente formato para diseminar rápida y masivamente la información científica, lo que propicia una alfabetización cultural de la población y colabora en la enseñanza formal e informal de los nuevos investigadores.

Palabras clave: Información científica – Sitios noticiosos – Difusión

LA CIUDAD COMO RECURSO PARA LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LA FORMACIÓN DE MAESTROS DE GRADO DE PRIMARIA

AUTORA

María de la Encarnación Cambil Hernández

Universidad de Granada (España)

ncambil@ugr.es

La enseñanza del patrimonio cultural, en la formación de los maestros de Grado de Educación Primaria, ha pasado de ser considerada un recurso a adquirir la categoría de fuente primaria para la enseñanza-aprendizaje de las diferentes disciplinas que conforman las Ciencias Sociales, Historia, Geografía e Historia del Arte..., ya que a través de él podemos enseñar los diferentes aspectos espaciales, históricos, sociales, artísticos etc., que han conformado nuestro entorno y nuestra cultura y por tanto nuestro patrimonio cultural, todo ello avalado por las modernas teorías psicológicas del aprendizaje.

Dentro del patrimonio cultural, la ciudad es en sí misma, un recurso para la enseñanza-aprendizaje del patrimonio, ya que como sistema vivo y en continuo cambio se ido conformando a lo largo del tiempo con elementos que hoy forman parte del patrimonio inmueble, mueble e inmaterial a través de los cuales se puede leer su configuración y evolución, así como, apreciar los diferentes elementos que conforman la idiosincrasia específica de cada ciudad. El estudio del patrimonio a través de ella, desde una perspectiva multidisciplinar y transversal, facilita que los maestros en formación cumplan con sus objetivos de aprendizaje en esta materia, adquieran las competencias, tanto básicas como específicas, necesarias en su formación, aborden su estudio, tanto desde los contenidos del currículo, como desde conceptos como cultura, tradición, patrimonio, identidad, bien cultural etc.

Por todo ello la utilización de la ciudad como recurso didáctico para la enseñanza-aprendizaje del patrimonio cultural en la formación de maestros de educación primaria, se convierte en una metodología mediante la cual se favorece la investigación, la innovación, el trabajo colaborativo presente en la elaboración de materiales didácticos, así como que los alumnos construyan su propio conocimiento de una forma lúdica y cooperativa que les facilita el aprendizaje.

Palabras clave: Educación Primaria - Patrimonio cultural - Innovación - Materiales didácticos - Didáctica del Patrimonio - Didáctica de las Ciencias Sociales

HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE SOBRE EMPRESA Y EMPRENDIMIENTO EN TITULACIONES DE INGENIERÍAS VERDES

AUTORAS

María Piedad Campelo Rodríguez y Rita Robles Robles

Universidad de León (España)

mpcamr@unileon.es y rmrobr@unileon.es

En los últimos años, de forma general en las sociedades europeas y particularmente en determinados ámbitos como el universitario, se observa un creciente desarrollo de acciones orientadas hacia la promoción del emprendimiento. En este sentido, cuanto mayor sea el conocimiento disponible acerca de los factores que condicionan cualquier iniciativa emergente y su éxito posterior, mejor podrá ser su contribución a dichos resultados. Así, teniendo en cuenta que las instituciones universitarias pueden desempeñar un papel relevante en el fomento del espíritu emprendedor de su alumnado, resulta de interés definir y conocer cuál es el perfil de éste desde el punto de vista de la dinamización económica y de creación de empresas. Por otro lado, para mejorar la empleabilidad de los egresados debe proporcionarse a los estudiantes conocimientos del mundo empresarial en el que van a integrarse, incorporando en los planes de estudio de competencias de este ámbito, y fomentarse la realización de prácticas en empresas, actividad generalmente muy bien acogida evaluada por los agentes implicados (estudiantes y tutores académicos y de empresa).

Este trabajo presenta una serie de innovaciones docentes en estos dos ámbitos en titulaciones de grado y máster impartidas en la Escuela Superior y Técnica de Ingeniería Agraria de la Universidad de León (ESTIA). Se trata de aprovechar los recursos disponibles y las fuentes de conocimiento generadas por diversos agentes para crear una comunidad de aprendizaje sobre empresa y emprendimiento en la que interactúen estudiantes-profesores-empresas-sociedad. Para ello, se diseñan una serie de acciones formativas e informativas sobre creación (emprendimiento) y gestión de empresa (conferencias, talleres, actividades grupales), se implementan sistemas para canalizar mejor la información en relación con las prácticas externas (jornadas, web institucional y redes sociales) y se definen nuevos métodos de evaluación del aprendizaje para el caso de estas actividades de tipo curricular.

El desarrollo óptimo de la propuesta implica el trabajo conjunto de un grupo de profesores de esta universidad y la colaboración de miembros del equipo directivo de la ESTIA, junto con la participación puntual de otros formadores, egresados o empresarios. La utilidad de las experiencias puede evaluarse empleando diversos indicadores, tomados a lo largo de la ejecución de las actividades innovadoras, que miden la evolución del aprendizaje y, en algunos casos, la interrelación de las competencias adquiridas con las demandadas por el mercado laboral actual.

Palabras clave: Comunidad de aprendizaje – Empleabilidad – Emprendimiento – Empresa – Ingenierías Verdes

LOS EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE MARKETING EXPERIENCIAL. ANÁLISIS DE CASO: PREMIOS EVENTO PLUS (2010- 2015)

AUTORAS

Concepción Campillo Alhama y Laura Herrero Ruiz

Universidad de Alicante (España)

concepcion.campillo@ua.es y lhr8@alu.ua.es

En el actual contexto social y económico, el marketing experiencial ha adquirido una gran relevancia para las organizaciones y las marcas empresariales. Las nuevas demandas sociales y el nuevo perfil del consumidor ponen de manifiesto la necesidad de contar con este nuevo tipo de iniciativas para potenciar el *engagement* con los públicos. El marketing experiencial surge como respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores que reclaman contenidos de calidad y relaciones emocionales con las organizaciones empresariales.

El consumidor se encuentra saturado de los impactos de los medios convencionales y reclama acciones creativas e innovadoras que generen vínculos con las marcas. En este sentido, los eventos se han convertido en una verdadera experiencia donde los públicos se identifican con la propia marca generadora del evento y obtienen una imagen positiva o negativa de la misma. Tal es así, que los eventos se erigen en el ámbito de la comunicación como verdaderas herramientas de marketing experiencial, ya que generan en el público sensaciones y emociones que a medio y largo plazo supondrán el recuerdo del mismo y, por tanto, de los valores que identifican la personalidad de la marca. Los eventos experienciales son un elemento diferenciador que las organizaciones utilizan para crear, generar y potenciar la relación entre marcas y públicos.

En este artículo se analizan los eventos premiados entre los años 2010 y 2015, en uno de los acontecimientos de reconocimiento más importantes a nivel nacional en el sector de la organización de eventos: los Premios Evento Plus. El objetivo es identificar y analizar los eventos que han sido premiados en la categoría Gran Premio del Jurado, detectando los sectores y las características principales que definen el formato y los objetivos de dichos eventos como instrumentos fundamentales en la estrategia relacional de las organizaciones empresariales.

Palabras clave: Marketing experiencial - Eventos - Consumidor - Experiencia - Marca

LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN COMUNICACIÓN PÚBLICA

AUTORA

Concepción Campillo Alhama
Universidad de Alicante (España)
concepcion.campillo@ua.es

En esta contribución se plantea una revisión terminológica de diversas acepciones que se utilizan frecuentemente y de manera indistinta para designar la interacción comunicativa y relacional que se manifiesta entre administración y ciudadanía, en el ejercicio de competencias y funciones propias. Una delimitación conceptual de este fenómeno nos permitirá aproximarnos a la política de comunicación desarrollada por cualquier organismo público que se materializa en estrategias perfectamente definidas a través de procesos de comunicación social sinérgicos y simultáneos.

Una de las principales dificultades que nos encontramos cuando nos planteamos abordar el estudio de la comunicación pública en el contexto académico es su gran incertidumbre terminológica; una incertidumbre provocada por la polisemia que caracteriza la mayoría de los términos relativos o relacionados con tal tipo de comunicación.

Esta pluralidad de significados es un fenómeno recurrente que podemos observar tanto en la literatura jurídica administrativa como en diversos estudios o aportaciones procedentes de las CC. de la Comunicación; en este sentido, hemos hallado distintas contribuciones que atribuyen a un mismo término un significado variable, en función del contexto particular en que se utilice, o que se refieren a una misma realidad con infinidad de términos diferentes.

De entrada, la duda inicial a la que nos enfrentamos consiste en si todas y cada una de estas expresiones se refieren a procesos de comunicación de naturaleza diversa (aunque sea parcialmente) o, por el contrario, tal diversidad terminológica sólo incita a crear una gran confusión en torno a este fenómeno que estamos tratando de delimitar. Se impone, en consecuencia, una depuración terminológica previa, afrontada a partir de la clarificación del valor semántico atribuido a cada uno de los términos apuntados, que nos permita establecer, posteriormente, una conceptualización rigurosa de la comunicación pública y de su tipología.

Consideramos que para cualquier proyecto de investigación sobre comunicación pública, dicha revisión podría servir para identificar referencias iniciales que permitirían establecer futuros planteamientos de hipótesis y objetivos de investigación relacionados con este ámbito.

Palabras clave: Comunicación pública - Interacción relacional - Investigación - Ciudadanía - Administración

INTEGRANDO LAS TIC: EL TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA EL TFG

AUTORA

Desirée Camús Jorques

Universidad de Valencia (España)

desiree.camus@uv.es

Introducción. La realización del trabajo final de grado (TFG) en equipo, supone un reto innovador en la carrera universitaria de enfermería. Podemos decir que el trabajo en equipo (TE) implica una interdependencia activa, compartiendo y asumiendo una misión de trabajo todos los integrantes del grupo, “capaces de dar respuesta a diversas necesidades, tales como las de integración y especialización, estructuras flexibles y organización del saber” (IPEE-UNESCO, 2004:12). Las tutorías grupales suponen ofrecer acompañamiento y seguridad durante todo el proceso, optimizando el tiempo del tutor, generando colaboración y responsabilidad. Además, el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) ayudan al grupo de trabajo a elaborar el TFG favoreciendo el aprendizaje y la conexión (Boude y Ruiz, 2009).

Objetivo. Aplicar el TE como modelo de interacción, colaboración y solidaridad entre los miembros, realizando el TFG a través de tutorías grupales y el uso de TIC, favoreciendo el aprendizaje.

Métodos. Participación de 8 estudiantes de Enfermería de la Universidad de Valencia de cuarto curso. Se recurrió a las entrevistas semiestructuradas.

Resultados. Tutorías grupales septiembre 2013/14 - junio 2014/15. La duración es de 3h y cada 15 días. 5 sesiones grupales y 2 individuales. Uso de TIC: aula virtual, correo electrónico, *dropbox* y *washapp*. Pre-sesión. Envío de referencias bibliográficas sobre investigación y emergencias extrahospitalarias. Tareas: elección del tema, título, breve revisión bibliográfica y propósito del estudio. Sesión 1. Elección tema de investigación entre dos alternativas. Explicación estructura de un TFG. Sesión 2. Exposición grupal: título, tipo de estudio, objetivos, variables, muestra, herramienta de recogida de datos y palabras clave. Explicación búsquedas bibliográficas y presentación de TFG años anteriores. Sesión 3. Presentación Índice, marco teórico, muestra, hipótesis o preguntas de investigación. Explicación uso de normas Vancouver o APA y realización TFG según guía docente. Sesión 4. Presentación encuestas/entrevistas como herramienta de recogida de datos y validación informal grupal. Explicación de metodología cuantitativa y cualitativa. Uso de programas de análisis: SPSS/ATLAS.ti. Redacción de resultados, discusión y conclusiones. Sesión 5. Guía de presentación oral. Exposición grupal *power-point* de cada TFG.

Discusión. Entre las principales potencialidades que ofrece el TE es que produce una potente red de relaciones e interacciones que termina consolidando un liderazgo colectivo con responsabilidad y compromiso. El TE supone una herramienta que persigue facilitar la elaboración del TFG individual, a través de las tutorías grupales. Además supone una buen instrumento de gestión de conflictos a los largo de la elaboración del TFG, ayudando a los alumnos a construir su investigación de una manera sencilla y viable. Asimismo, el tutor actúa de líder y asesor, optimizando su tiempo y obteniendo unos resultados exitosos. Para concluir, podemos decir que el TE y el uso de TIC favorece la elaboración de los TFG, promoviendo el aprendizaje, la interacción y solidaridad entre los alumnos.

Palabras clave: TIC - Estudiantes de Enfermería - TFG - Trabajo en equipo

ESTUDIO SOBRE LAS FUENTES DE REFERENCIA EN LOS TRABAJOS FIN DE GRADO EN UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS Y MEXICANAS

AUTORAS

Mercedes Cancelo Sanmartín y Ana Almansa Martínez

Universidad de Málaga (España)

cancelo@uma.es y anaalmansa@uma.es

El Trabajo Fin de Grado (TFG) es, para la mayoría de los estudiantes universitarios, la primera investigación que llevan a cabo y el primer texto en formato científico que realizan. Por primera vez se enfrentan a complejos sistemas de citas y a fuentes diversas a las que deben referenciar correctamente, además de la dificultad que conlleva el no saber discriminar qué fuentes son científicas y cuáles no.

En la mayoría de las universidades, cada estudiante dispone de un tutor para realizar el TFG. Un trabajo, el del docente, que no siempre es reconocido y que, en el mejor de los casos, apenas se le reconocen unas cuantas horas, tiempo a todas luces insuficiente para realizar la tarea de supervisión. Con este panorama y la escasa o nula experiencia investigadora de los estudiantes, queremos estudiar las fuentes de referencia y su uso en los TFG, para descubrir aciertos y también errores frecuentes.

En este estudio se ha realizado análisis de contenido de 15 TFG presentados en universidades de México y 15 TFG presentados en universidades españolas. La investigación se realiza en dos países para poder hacer análisis comparativo que vaya más allá de nuestras fronteras.

En esta investigación se analizan cuáles son las fuentes más empleadas por los jóvenes estudiantes cuando están a punto de egresar, si recurren únicamente a fuentes científicas o a cualquiera a la que tengan acceso, por ejemplo Wikipedia. Asimismo, se analiza si son más dados al uso de fuentes hemerográficas, bibliográficas o a fuentes electrónicas.

La forma de citar y referenciar es también objeto de estudio. De esta manera, comprobamos qué modelo de citas siguen, qué sistema de referencias y si lo hacen correctamente.

Con este estudio, se descubren los errores más frecuentes cometidos por los universitarios, lo que nos permitirá inducir cuáles son sus necesidades formativas en esta materia. A partir del estudio se pretende elaborar un manual de buenas prácticas y de principales errores que pueda ser de utilidad para los universitarios cuando se enfrentan a su TFG.

Palabras clave: Referencias – Fuentes – Bibliografía – Hemerografía – Fuentes electrónicas

EL DISCURSO DEL PARTIDO POPULAR ANTE EL NUEVO ESCENARIO POLÍTICO: ESPERANZA AGUIRRE Y MANUELA CARMENA EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE MADRID (2015)

AUTORAS

Laura Candón Gautier y Carmen Delia Márquez Ruiz

Universidad de Málaga (España)

laura_cg22@hotmail.com y carmenlau4@hotmail.com

Desde su nacimiento, los procesos de comunicación política, han estado ligados a la consecución de fines estratégicos, fundamentalmente, a la consecución del voto. Una de las patas de estas estrategias se apoya en la representación de ideas mediante el discurso, creando un contexto que empieza a fraguarse en el congreso (realidad política) y que se amplifica a través de los medios de comunicación de masas (realidad mediática), cuya influencia a la hora de transmitir los temas y su caracterización es inseparable de los dos niveles de agenda. Esto, ha desembocado en que, actualmente, nos encontremos en lo que diversos autores califican como “mediocracia”, o “democracia centrada en los medios” Canel (1999), Lippmann (2003), McCombs (2006) y Swanson (1995).

En un contexto en el que la ciudadanía se encuentra en un momento especialmente sensible derivado de la crisis económica y de confianza hacia el sistema político y mediático, resulta revelador dar cuenta de las nuevas estrategias discursivas que están siguiendo los partidos para dar respuesta a un descontento que ha propiciado la aparición de nuevas formaciones en el panorama político español.

El **objetivo** del presente estudio consiste en establecer una comparativa entre la estrategia discursiva del Partido Popular y Ahora Madrid en la campaña electoral para las municipales de Madrid de 2015 para identificar los temas predominantes en ambas formaciones así como su caracterización para, posteriormente, observar su reflejo en los medios de comunicación y ver si actuaron como altavoces.

La **hipótesis** desde la que se parte es que mientras que Ahora Madrid siguió una agenda temática propia y desligada de su partido matriz (Podemos), el Partido Popular mantuvo para las elecciones municipales la misma línea discursiva que ya utilizaba en su estrategia general contra Podemos, algo que reprodujeron los medios de comunicación.

Para verificar o descartar esta idea se plantea un análisis cuantitativo y cualitativo. Primero, se analizarán las declaraciones de Esperanza Aguirre con respecto a Podemos durante el periodo electoral en "El País", "El Mundo", "Público" y "ABC" para identificar la estrategia seguida frente a dicho partido. Posteriormente, se analizará el debate que tuvo lugar entre Manuela Carmena y Esperanza Aguirre en TeleMadrid, para observar los temas tratados y la caracterización de cada uno de ellos. Finalmente, para ver hasta qué punto los medios de comunicación se hacen eco de los mismos y determinar cuál es el enfoque elegido, se analizarán los contenidos de la sección “Política”, así como los editoriales que se hayan publicado al respecto de los citados periódicos, con el objetivo de cubrir todas las orillas ideológicas del panorama mediático.

Entre los **resultados esperados**, se espera identificar los principales temas tratados por ambas formaciones, así como su caracterización para poder responder a los objetivos establecidos.

Palabras claves: Discurso político - Discurso mediático - Elecciones - Credibilidad

LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA: ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA DE AHORA MADRID EN LAS MUNICIPALES DE 2015

AUTORA

Laura Candón Gautier
Universidad de Málaga (España)
laura.c.gautier@gmail.com

En los últimos años, la utilización de herramientas digitales dentro del proceso de comunicación política ha generado una corriente de investigación académica ya consolidada y centrada en analizar el nivel de enriquecimiento del espacio público que éstas suscitan, así como el incremento de la participación de la ciudadanía en el debate político. (Valera, 2014). En este sentido la discusión académica se encuentra dividida entre la corriente que considera que se ha producido una adaptación de la estrategia offline dentro de las plataformas digitales y la que se decanta por un modelo de innovación con un sistema más horizontal, con más espacio para la participación y que se decanta por una reducción del negativismo, la personalización, etc. (Dader, Cheng, Campos, Quintana y Vizcaíno-Laorga, 2014)

En cualquier caso, los partidos políticos no son ajenos a estos cambios y ya desde la campaña de Barack Obama de 2008 y la británica de 2010, consideradas como las primeras campañas 2.0, la renovación es constante dentro de las estrategias electorales (Lira, 2013). Como señalara McLuhan (1967), "el medio es el mensaje", y los partidos se esfuerzan por seguir técnicas de marketing 2.0 y adaptar sus contenidos para cubrir las necesidades de un nuevo público que consume un gran volumen de información política ("*news junkies*") y que también se configura como fuente de contenidos ("*prosumidor*"), lo que implica, necesariamente, un cambio en las reglas de un juego en el que se buscan entornos más colaborativos. (Valera, 2014) y (Toffer, A.1980).

Así, el **objetivo** del presente estudio consiste en analizar la estrategia seguida en las plataformas digitales de Ahora Madrid durante la campaña electoral de las municipales de 2015 para identificar y clasificar la actividad generada en las mismas así como el nivel de bidireccionalidad y participación ciudadana que suscitaron.

La **hipótesis** desde la que partimos es que este partido ha seguido una estrategia eminentemente digital, basada en contenidos con capacidad para convertirse en virales y con capacidad de aprovechar los generados por los usuarios, creando así una estrategia que se retroalimenta desde ambas fuentes.

Para descartar o verificar esta idea, llevaremos a cabo un análisis cuantitativo y cualitativo de las fuentes y contenidos de las plataformas digitales utilizadas por Ahora Madrid (Facebook y su propia web) durante el periodo de campaña electoral de 2015.

Entre los resultados esperados, se espera cuantificar y analizar la presencia de recursos y secciones que susciten la participación en el caso de la web y determinar la bidireccionalidad y el carácter de los contenidos en Facebook.

Palabras clave: Comunicación política - TIC - Participación ciudadana

GUIA DE SEGUIMIENTO DE LAS PRACTICAS EXTERNAS DE ENFERMERÍA EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORAS

Olga Canet Vélez y Pilar González Gálvez

Universidad Ramon Llull (España)

olgacv@blanquerna.url.edu y pilargg@blanquerna.url.edu

En el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), el Practicum pasa a tener un papel más relevante. Las prácticas externas en la titulación de Enfermería, de igual manera que en los demás grados universitarios, se proyectan como espacio privilegiado de socialización e iniciación profesional, intersección del mundo formativo y el productivo donde el objetivo perseguido es aprender en la práctica, por transferencia de conocimientos y por inferencia de los mismos. Por ello es necesario adoptar un modelo de aprendizaje acomodado en la integración de la teórica y la práctica, que contenga unas estrategias de seguimiento efectivas y de calidad.

Esta ponencia plantea en primer lugar la conceptualización de dicho aprendizaje desde la perspectiva del seguimiento académico. La tutela durante las prácticas externas en la universidad se fundamenta en el soporte, interacción y retroalimentación constante. Ello permite respetar el ritmo individual de cada estudiante y estimular la mejora de la capacidades personales y el desarrollo competencial. La figura del tutor es clave en este aprendizaje, donde nada debe quedar al azar.

En segundo lugar se expone cómo se organiza el proceso de desarrollo y la estructura del mismo. Esta aproximación permite profundizar en diseño, así como explicitar los ejes y objetivos que orientan el seguimiento, el aprendizaje y la propia evaluación.

Esta ponencia concluye con la propuesta de una guía para el seguimiento del *Prácticum* universitario. Disponer de una guía consensuada, basada en las experiencias, los resultados de otras investigaciones y pensada para dar respuesta a las diversas fases procesuales de los diferentes periodos de prácticas ayudaría a garantizar el aprendizaje significativo de los estudiantes.

Palabras clave: Educación Superior - Enfermería - Practicas externas - Seguimiento del *Prácticum* - Función tutorial

LA PROPUESTA COMPETENCIAL EN LOS TRABAJOS DE FIN DE GRADO EN ENFERMERÍA: UNA REFLEXIÓN NECESARIA

AUTORAS

Olga Canet Vélez*, **Judith Roca Llobet** y **Silvia Gros Navés**

Universitat Ramon LLull* y Universitat de Lleida (España)

olgacv@blanquerna.url.edu; judithrl@infermeria.udl.cat y sgros@infermeria.udl.cat

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) promueve cambios de enfoque en la formación universitaria. Las políticas educativas llegaron repletas de ideas genéricas, que la universidad va concretando desde la particularidad de los diferentes contextos de cada país e instituciones, de cada titulación y cada área de conocimiento.

En primer lugar, la armonización de la educación superior plantea los cambios estructurales que contienen los estudios, y en segundo lugar señala los planteamientos didácticos que subyacen de esta renovación en las metodologías educativas como son: dar mayor protagonismo al estudiante en su formación, fomentar el trabajo colaborativo, organizar la enseñanza en función de las competencias que se deban adquirir, más potenciar la adquisición de herramientas de aprendizaje autónomo y permanente.

En este orden de ideas, en las nuevas titulaciones universitarias de Grado aparece la asignatura de Trabajo de Fin de Grado (TFG) situada en el último curso formativo, esta ofrece un espacio de aprendizaje particular que reúne gran parte de las postulaciones citadas anteriormente.

En esta ponencia se presenta el estudio realizado sobre el TFG de Enfermería en una muestra de Universidades españolas. El objetivo general perseguido es evidenciar si las propuestas de los diseños formativos por competencias en Enfermería disponen a los estudiantes hacia un aprendizaje integral que les prepare ante la complejidad de la realidad profesional a la que se han de afrontar.

El análisis se ha focalizado en diferentes dimensiones. El eje central se sitúa en las competencias seleccionadas para su desarrollo y evaluación, pero también se explora la especificidad de los resultados de aprendizaje y las peculiaridades diferenciales destacables en cuanto al proceso de enseñanza aprendizaje (metodología, evaluación, temática).

Palabras clave: TFG en enfermería - Evaluación de competencias - EEES - Política educativa

LA OPACIDAD DE LO VISIBLE. APUNTES SOBRE IMAGEN Y REALIDAD

AUTOR

Manuel Canga Sosa
Universidad de Valladolid (España)
mcangasosa@gmail.com

Esta intervención se inscribe en el contexto de unas jornadas de trabajo sobre la relación entre *Cine y Realidad*, organizadas por la Dra. Mercedes Miguel Borrás en la Universidad de Valladolid durante el otoño de 2014, y tiene por objetivo examinar, de manera esquemática, los puntos de conexión entre el proceso perceptivo y eso que denominamos *realidad*, cuyo sentido debería ser interrogado en profundidad desde un enfoque teórico. Se trata de un debate que ha provocado el desarrollo de corrientes antagónicas y cuyo referente más destacado podría ser André Bazin, que nos ilustró acerca de las dos grandes tendencias que marcaron, casi desde sus orígenes, la historia del cine: la de quienes trataban de respetar cierta idea de realidad y la de quienes pensaban que el cinematógrafo daba oportunidad de inventar nuevas realidades. Para éstos, la realidad está determinada por la existencia y el manejo del lenguaje que la hace posible, por los diferentes sistemas de representación y escritura que interpretan lo real para motivar al espectador, ya sea por vía racional o emocional.

Como ha señalado Arnheim, en la actividad artística el pensamiento está mezclado con los procesos perceptivos, que determinan el sentido de lo que vemos y escuchamos. Los filósofos y psiquiatras han demostrado que es habitual interpretar erróneamente lo percibido y que la formación de un juicio válido no está garantizada por la percepción pura y simple de los fenómenos circundantes, lo cual indica que es harto complicado comprender lo que se ve, aunque se disfrute con intensidad. La percepción humana no puede reducirse al simple registro de datos estímulares cuya lógica de funcionamiento sería análoga a la de una máquina, porque está determinada por la cultura y la sensibilidad individual.

Cuerpo y lenguaje condicionan el proceso perceptivo y nuestras reacciones ante lo que vemos, hasta el punto de que solo podemos percibir, por ejemplo, una apariencia de la tercera dimensión gracias al mecanismo de la *estereopsis*, que, según ha explicado Hubel, depende de la actuación conjunta de dos ojos. Los científicos han tratado de disipar las ilusiones ópticas para hacernos ver la realidad tal como es, y no como aparenta ser, hasta llegar a describir los movimientos de los átomos que, paradójicamente, no se pueden contemplar a simple vista.

En consecuencia, entendemos que un debate sobre las relaciones entre cine y realidad debería considerar los factores que determinan la percepción del mundo y dar cuenta de los límites que la estructura ocular impone a la creación artística. De igual modo, debería hacerse cargo de los límites del dispositivo cinematográfico, que pueden ser empleados, no obstante, para acusar la opacidad de lo real y dar forma a esa experiencia artística que es simbolizada en la mirada, sin olvidar que la experiencia misma depende del modo en que manejamos el lenguaje, que nos obliga a distinguir entre la realidad y lo real. Quizás por eso los surrealistas insistieron en la necesidad de buscar la sobre-realidad, donde se armonizan la realidad y el sueño.

Palabras clave: Cine – Fotografía – Realidad – Percepción – Representación

LAS PRODUCCIONES ESPECIALES DE FICCIÓN EN SOPORTE ELECTRÓNICO DE TVE ENTRE 1965-1969: EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y ESTILO

AUTORES

Elvira Canós Cerdá, José Martínez Sáez y Gemma Sanchís Roca
Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia (España)
elcanos@uch.ceu.es, pemartinez@uch.ceu.es y gemma@uch.ceu.es

En el momento de consolidación de TVE, y por tanto del medio televisivo en España, tras la inauguración del Centro de Producción de Programas de Prado del Rey, momento que algunos llegan a calificar como la “edad de oro” de los espacios de ficción o dramáticos, surgen las primeras producciones de ficción realizadas con unos criterios de producción y realización peculiares. Hablamos del período comprendido entre 1965 y 1969 y se trata de los programas destinados a los Festivales Internacionales de Televisión. Son producciones de prestigio ideadas para conseguir el reconocimiento exterior de TVE.

Con la presente comunicación se realizará un aproximación a su nacimiento y evolución así como un estudio de sus características diferenciales de producción y estilo de realización. La hipótesis de partida es que tanto las temáticas como el estilo visual están condicionados por el contexto socio histórico y tecnológico de la época. La investigación se adscribe dentro del paradigma fenomenológico y se sitúa dentro de los estudios sobre televisión concretamente en el enfoque *textual historicism* (Ellis (2007)), en el cual, se estudia el texto en relación con su contexto histórico teniendo en cuenta la influencia del período en el que se realizó el programa a la hora de estudiar su significado. Se recurrirá para ello al uso de un pluralismo metodológico participando del método cualitativo y del método histórico. La técnica principal a emplear es la observación documental sobre fuentes primarias audiovisuales, los programas de la época, así como sobre fuentes escritas.

Palabras clave: Ficción televisiva – Historia – TVE – Estilo visual

BRUMAS Y CLAROS EN EL DIBUJO ANIMADO

AUTORAS

Carmen Cantillo Valero y Sara Osuna Acedo

Universidad Nacional Española a Distancia (España)

carmen.cantillo@invi.uned.es y sosuna@edu.uned.es

Este artículo aborda las teorías que sustentan la percepción de la visión de una imagen en movimiento y los flujos afectivos-mágicos que convierten a sus personajes en modelos con los que identificarnos en los dibujos animados. Cuando se decidió acotar el tema y restringirlo al ámbito de unos dibujos animados concretos, las Princesas Disney, empezaron a aparecer una serie de brumas: la historia de Walt Disney y sus dibujos animados, el surgimiento del fenómeno cinematográfico, la percepción del dibujo en movimiento, etc, aspectos que inciden en la historia del cine de animación, precisan de una clarificación que aporte luz a este complejo camino que exige ser explorado.

Las imágenes en movimiento provocan un estado hipnótico capaz de activar en el público la necesidad de escapar del mundo que le rodea. El cine, con su extraordinaria cualidad comunicativa, emociona, entusiasma y enternece a todas las personas que se someten a su influencia. Las narraciones fílmicas reconstruyen una experiencia que sólo conoce nuestra imaginación y nos trasladan a un mundo mágico que seremos capaces de contemplar, sin apenas sorprendernos. Pero, este fenómeno también contiene un inmenso potencial para estandarizar nuestro pensamiento y que resulta preocupante cuando se dirige a un público infantil, carente de recursos para detectar la influencia de las imágenes que contempla.

Para conocer el poder que ejerce el lenguaje cinematográfico sobre la identidad humana es necesario entender su historia, saber cómo y por qué se originó, así como analizar su desarrollo. Por tanto, lo primero que necesitamos entender es cómo se genera la percepción de movimiento en el cine. Aunque ya el intento de demostrar la génesis de la ilusión de movimiento aparente resulta ambiguo, puesto que existen varias teorías, ahora contradictorias, sobre este principio básico. Hasta hace unos años se mantenía la teoría de la persistencia retiniana, basada en la imagen estroboscópica que muestra una serie de imágenes fijas que son percibidas por el ojo humano como un movimiento continuo, fue demostrada por Peter Mark Roget en 1824 y, posteriormente, se ha descartado por resultar fisiológicamente imposible, puesto que significaría que imagen tras imagen se irían acumulando en nuestra retina, provocando un amasijo que impediría ver con nitidez la imagen proyectada.

Recientemente, y apoyada en la neurociencia, encontramos teorías basadas en el procesamiento de las señales eléctricas procedentes de la retina que efectúa el cerebro y que serán transmitidas mediante el nervio óptico al Núcleo Geniculado Lateral y otras zonas del cerebro, donde serán procesadas.

En virtud de esto surgen dos interrogantes: ¿de qué forma estas teorías son la base de esa “fuerza bruta”, en términos de Edgar Morin, que provoca nuestra participación afectiva? y ¿cómo esas imágenes en movimiento son utilizadas por las multinacionales para influir en la cultura infantil? A todas estas cuestiones intentaremos responder en el texto de este artículo.

Palabras clave: Cultura infantil - Dibujo animado - Disney - Imagen cinematográfica - Movimiento cinematográfico

BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DE LA NEURODIDÁCTICA A LA DOCENCIA DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTOR

José Cantó Doménech
Universidad de Valencia (España)
jocando@uv.es

Este estudio ha sido financiado por el Proyecto GV/2015/042 de la Conselleria de Educación, Cultura y Deportes de la Generalitat Valenciana.

La neurociencia ha experimentado un desarrollo importante desde finales del siglo pasado gracias, sobre todo, a los avances tecnológicos que han permitido ver casi en directo la actividad cerebral. Así distintos estudios han permitido saber cómo funciona el cerebro y han demostrado una de sus características fundamentales: la plasticidad. Mediante dicha plasticidad, las redes neuronales pueden ser modificadas por las experiencias y por las respuestas concretas que se dan frente a un cierto comportamiento. Otro resultado crucial ha sido la constatación de que existen etapas en que dicha plasticidad presenta máximos y que uno de ellos coincide con el período de escolarización del segundo ciclo de Educación Infantil (EI) que va de los 3 a los 5 años.

Sin embargo, a pesar de que la neurodidáctica (neurociencia aplicada a la educación) ha investigado distintos procesos básicos cerebrales que intervienen en la docencia y ha llegado a la conclusión que la educación provoca cambios en la estructura y la organización neuronal, estos resultados no han tenido, hasta donde sabemos, ni una difusión entre los docentes, ni una aplicabilidad directa en las aulas.

Por ello, el hecho de tener en cuenta distintas estrategias a la hora de abordar la docencia en EI, pueden repercutir positivamente en el proceso de enseñanza y aprendizaje en estas edades, ya que puede ayudar a los docentes a entender no solo cómo los niños y niñas de EI aprenden conceptos y procedimientos, sino cómo enseñarles a autorregularse emocionalmente. De esta manera, tener en cuenta los resultados de la neurociencia en las prácticas docentes diarias para mejorar el proceso educativo en esta etapa, donde se ponen los cimientos de la personalidad, debería ser una práctica educativa habitual.

En esta comunicación presentamos los resultados preliminares de un proyecto de investigación que se está desarrollando con un grupo de 20 docentes en 5 escuelas públicas de la provincia de Valencia (España), sobre la aplicación práctica de los principales descubrimientos de la neurociencia, aplicada al proceso de enseñanza y aprendizaje de EI que pretende establecer, además, lazos de colaboración entre las dos instituciones implicadas en la formación de maestros (Universidad y Escuela) y que tiene una doble vertiente: formativa e investigadora. Dicho estudio ha sido realizado, posteriormente a que los maestros y maestras realizaran un período formativo, después del cual, han podido diseñar y aplicar en sus aulas, distintas estrategias docentes basadas en los resultados que nos ofrece la neurodidáctica sobre cómo funciona el cerebro. Los primeros resultados demuestran, que existen ciertas acciones didácticas y pedagógicas, que funcionan y mejoran la docencia en esta etapa educativa. Presentaremos cuáles son dichas estrategias y qué resultados ha dado su implementación en la práctica docente diaria.

Palabras clave: Neurodidáctica – Educación infantil – Formación profesorado

EL TRABAJO DE FIN DE GRADO EN LOS ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACIÓN: INTEGRACIÓN DE COMPETENCIAS, ENTORNOS PERSONALES DE APRENDIZAJE Y CONTEXTOS DE MOVILIDAD

AUTORES

Antonio Cantos Ceballos y Francisco Javier Ruiz del Olmo
Universidad de Málaga (España)
cantos@uma.es y fjruiz@uma.es

El presente trabajo se ocupa de las características, naturaleza y condicionantes del trabajo de Fin de Grado en los estudios superiores de Comunicación en España, y específicamente se refiere a Comunicación Audiovisual, donde de forma más evidente frente a otros estudios se prioriza la adquisición de competencias digitales, incluida la educación a través de dispositivos móviles, y la construcción a partir de ese nuevo paradigma competencial de los entornos personales de aprendizaje.

Se utiliza un método empírico, derivado de la práctica docente e investigadora de sus autores, junto con otro holístico, cualitativo e integrador que pone en relación los tres aspectos a los que antes se aludía: el TFG como eje en el que confluyen las Competencias, el Entorno Personal de Aprendizaje, y lo Digital y los Contextos de Movilidad.

Entre sus principales aportaciones y motivos de discusión, se encuentra la consideración, mucho más importante que los resultados reales del TFG, de los métodos y dinámicas para realizarlo; la función aquí del profesor universitario, que evoluciona de docente a mentor, y el papel autónomo y central del estudiante en su consecución. Derivado de lo anterior, se considera el Trabajo Fin de Grado como una de las primeras y relevantes prácticas de la educación a lo largo de la vida.

Palabras clave: Trabajo Fin de Grado - Competencia Digital - Entorno Personal de Aprendizaje - Contextos de Movilidad - Comunicación

LA PLANEACIÓN DE UNA CLASE DE HISTORIA POR ESTUDIANTES NORMALISTAS

AUTORES

Maricarmen Cantú Valdez y César Morado Macías

Universidad Autónoma de Nuevo León y Unidad Ajusco (México)
maricarmen.cantuvldz@uanl.edu.mx y cesarmorado614@gmail.com

La práctica de planeación de clases es una actividad común durante la formación del futuro docente de educación básica; pues a través de esta fase previa a la práctica docente, el estudiante normalista pone en juego los aspectos teóricos de la práctica docente y de la didáctica de las distintas áreas del conocimiento que ha adquirido. Luego de haber transitado 2 años de estudios de educación normal de la licenciatura en educación primaria, y cursado las tres asignaturas de la línea curricular de Historia ¿cuáles serían los elementos básicos que deben evidenciarse en una planeación de clase para educación primaria?; en especial con respecto a la enseñanza de la Historia. En los planes de estudio en la formación inicial docente, el modelo de educación histórica que se promueve se basa en la investigación histórica, la aplicación de procesos de indagación (conceptos de segundo orden) y el uso de fuentes históricas primarias con la finalidad de favorecer el desarrollo del pensamiento histórico.

A fin de identificar algunos rasgos que den cuentas de los aprendizajes que han adquirido los estudiantes normalistas se presenta un análisis de los planes de clase elaborados por estudiantes, considerando el marco de análisis de Zabala Vidiella: secuencia de actividades, organización social, organización de contenidos, materiales curriculares y criterios de evaluación. Interesa conocer desde la planeación qué elementos propios para el aprendizaje en educación básica de la disciplina incorpora el futuro docente en formación, de acuerdo a plan de estudios.

A partir de la evidencia, se establece la existencia de prácticas en el aula alejadas para favorecer el pensamiento histórico, el uso del libro de texto y de fuentes secundarias, y la ausencia de prácticas dirigidas a la investigación histórica y aplicación de los conceptos de segundo orden. Por lo que se visualiza diversos retos para los docentes normalistas. Uno de ellos, el tránsito del establecimiento de formatos para la planeación de clases donde difícilmente el estudiante normalista puede percatarse o poner en juego las diferencias didácticas para la enseñanza de las diferentes asignaturas.

Palabras clave: Formación del profesorado - Preparación de clases - Educación histórica - Educación normal

MEJORAS EN EL MÉTODO DE APRENDIZAJE EN AGRONOMÍA MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS A LOS AGRICULTORES

AUTORES

Rafael Cañero León, Francisco Javier Suárez Medina y María Dolores Suárez Medina
Universidad de Almería y Universidad de Granada (España)
rleon@ual.es, fjsuarez@ugr.es y dsuarez@ual.es

La participación activa de los alumnos en los procesos de enseñanza es necesaria para que sean capaces de afrontar dificultades y resolverlas por sí mismos, integrando conocimientos adquiridos y resolviéndolos de forma práctica. Actualmente hay múltiples recursos que pueden ser utilizados para la enseñanza y el aprendizaje. Es necesario encontrar actividades interesantes y adecuadas para utilizar en la actividad diaria de clase que proporcionen al estudiante la motivación necesaria para continuar con el estudio de las asignaturas, y al mismo tiempo permitirle poner en práctica los conocimientos y las competencias que va adquiriendo. Por otra parte, en el proceso de aprendizaje es fundamental centrarse en cuestiones próximas a nuestro entorno, basadas en datos reales, sobre situaciones de la actividad cotidiana, con el fin de facilitar una aproximación realista a la sociedad actual.

Una de las formas de llevar a cabo esta labor es la realización de encuestas a los empresarios agrarios por parte de los alumnos. Se trata de utilizar una metodología didáctica que ayude a desarrollar el pensamiento crítico, facilite la capacidad para resolver problemas y ganen autonomía al depender de ellos mismos la realización de las diferentes tareas.

En años anteriores se ha evaluado esta metodología docente con resultados positivos. Durante la realización de las encuestas los alumnos han desarrollado su espíritu crítico, que les ha permitido obtener conclusiones a partir de las encuestas. Con esta actividad se logró reducir el número de suspensos y aumentó de forma significativa el interés de los alumnos por la asignatura. Los alumnos valoraron muy positivamente este tipo de aprendizaje autónomo e independiente. Los resultados finales mostraron que habían desarrollado la capacidad de observación, razonamiento y pensamiento crítico.

Sin embargo, algunos aspectos debían ser mejorados: los alumnos debían aprender a exponer mejor los resultados y conclusiones de su trabajo. Otro problema es que en los primeros cursos todavía no se ha desarrollado bien la estrategia de trabajo en grupo. Es, por lo tanto, muy importante el trabajo de los profesores para lograr estos objetivos que en los primeros intentos no se han conseguido. Es necesario, por lo tanto, un buen asesoramiento de los alumnos para que ellos solos sean capaces de realizar el trabajo en todas sus fases; sobre todo mejorar el trabajo en equipo de los alumnos y la adecuada preparación de la exposición de sus resultados.

Palabras clave: Agricultores - Encuestas - Invernaderos - Debates - Trabajo en grupo

SOBRE LA RELEVANCIA DE LA ENSEÑANZA DE LA HISTORIA EN LAS ESCUELAS DE ARQUITECTURA, Y SU METODOLOGÍA. COMPOSICIÓN 4: UN CASO DE ESTUDIO

AUTOR

Guillem Carabí Bescós

Universitat Internacional de Catalunya en Barcelona (España)

carabi@uic.es

Desde unos tiempos en los que la inmediatez, lo estrictamente contemporáneo, lo novedoso y la velocidad del dato instantáneo bloquea en no pocas ocasiones el interés hacia el pasado, lanzar un alegato en pro del estudio de la historia, sin especificar derivadas, no es algo que debiera ser marginal sino estrictamente necesario. Una historia —múltiple, escurridiza, desarticulada por cuanto no constituye un camino interpretativo lineal— y que desea declararse en contra del *historicismo* —acumulativo, unidireccional.

Una primera observación: no existe *historia de*, sino de forma instrumental. Cualquier aproximación a *la historia* debería ser entendida en su sentido más transversal, interseccionando e interactuando con el resto de las diferentes disciplinas artísticas, técnicas, sociales, culturales, económicas, políticas, etc., para construir una historia *integral*. Una Historia del arte y la arquitectura en una escuela de arquitectura no debería sólo hablar de arquitectura sino conjugarla como moneda de cambio para construir un discurso completo.

Segundo asunto: por *integral* no debemos entender historia absoluta, sino la que se muestra capaz de recoger aquellos instantes multidisciplinares cuya narrativa son de uso imprescindible para relacionar unos hechos, siempre inestables, siempre prestos a ser motivo de duda, herramientas de quien construye en cada momento *su* historia. Decir que la historia del arte y la arquitectura es —o debería ser— únicamente transversal equivale a abandonar definitivamente —como nos recuerda Fontana a través de las palabras de Prigogine— el mito del conocimiento completo (Fontana, 1992): el movimiento ya no es unidireccional, ya no enfoca hacia un único desenlace sino que se dispara en múltiples puntos de vista que conviene recomponer. Cada *historia*, así, deberá ser parcial y subjetiva. Una historia a contrapelo.

¿Cómo afrontar, pues, esta disciplina en el marco de un grado de arquitectura, cuya dirección se cuestiona desde el momento cero de su estudio, cuyo origen es incierto, cuya dirección es errática y cuya evolución no es visible?

La comunicación tiene como objetivo, a través de un caso de estudio concreto, la asignatura de composición 4 en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universitat Internacional de Catalunya, exponer una metodología que ha tratado y trata de afrontar con eficacia la actualización de la enseñanza de la historia del arte y la arquitectura, llamada composición, con un claro objetivo: “Hay que ensayar una mirada en la que la arquitectura esté en proceso de formación, en proyecto. Mirar debe equivaler a proyectar de nuevo el edificio, sin arqueología, sino siendo un edificio de nuestro tiempo y de aquél en que fue edificado” (Quetglas, 1998).

Palabras clave: Historia – Arquitectura – Composición – Docencia - Aprendizaje

CORTOCUENTOS: NUEVAS FORMAS DE CREAR Y DE LEER.

AUTORA

Mónica Carbajosa Pérez

Centro Universitario Villanueva adscrito a la Universidad Complutense de Madrid (España)

mcarbajosa@villanueva.edu

Presentación de las conclusiones del Proyecto de creación, experimentación, innovación e investigación sobre escritura creativa y lectura denominado **Cortocuentos**. El proyecto, iniciado en el año 2012, tiene varios objetivos:

1. Investigar nuevas formas de creación en la era digital, experimentando con la escritura fuera del medio que le es propio.
2. Búsqueda de nuevos encuentros de la literatura y los medios audiovisuales. Ahora que el mundo de las fronteras es tan habitable, investigamos las posibilidades del medio audiovisual con la intención de ampliar sus contactos con la literatura.
3. Ensayar otras formas de difusión del relato breve, uniéndose así a los esfuerzos que está llevando a cabo la literatura al verse desplazada por otras maneras de entretenimiento.
4. Experimentar con otros modos de lectura convirtiendo a los lectores en lectoespectadores.

Los frutos de la investigación han sido, hasta el momento, múltiples y de distinta naturaleza. Por un lado, la obra creativa resultante: los cortocuentos *El arrendajo*, *Resiliencia*, *Detroit* y *Vasbia*. Sin espíritu combativo alguno, los relatos abandonan el papel y se trasladan a la pantalla, donde la escritura comparte espacio con otros lenguajes (sonidos, música, imágenes fijas o en movimiento), multiplicando de este modo la significación. El lector se ve así enfrentado a una nueva forma de lectura, simultánea a la de otros lectores, que exige un lectoespectador activo y atento, dispuesto a enriquecer sus experiencias lectoras. Se trata de un modo distinto de ver y de leer que refuerza el efecto del relato.

Los cortocuentos han sido proyectados en nueve ocasiones a distinto público y en distintos lugares (Centro Cultural Galileo, Madrid; Trinity College, Dublín; Casa del Lector, Matadero Madrid; Universidad Complutense de Madrid; Centro de Arte Moderno, Madrid...). En todos los casos, tras la proyección se ha mantenido un largo y enriquecedor coloquio con los asistentes.

Por otro lado, el análisis y las reflexiones que acompañaban a las distintas experiencias creativas, a lo que hay que sumar las aportaciones de los lectoespectadores tras las proyecciones, han ido conformado un cuerpo teórico que abarca distintos aspectos: el proceso creativo y los condicionamientos del medio; la formación del escritor en la era digital, nuevos conocimientos y habilidades; la contaminación de otras formas de entretenimiento, los peligros y tentaciones de la literatura digital o transmedia; de la página al clip, disposición y tiempo de exposición, transiciones, número de clips, duración limitada, blanco sobre negro; ritmo del relato y ritmo de lectura, mecanismos de control; proceso de recepción, entendimiento y significación; experiencias lectoras, de lector a lectoespectador, niveles de concentración y comprensión, tiempo de lectura, creación de imágenes mentales; interactividad y formas de difusión de los cortocuentos y de su fundamentación teórica.

Palabras clave: Creación - Relato breve - Literatura y Medios Audiovisuales - Lectura

CONTENIDOS PARA INCREMENTAR LA FIABILIDAD Y EL TRÁFICO DE LAS WEBS B2C: EL CASO DE LAS MARCAS DE COSMÉTICA SELECTIVA MASCULINA

AUTORES

Sonia Carcelén, Mónica Díaz Bustamante y María Puelles
Universidad Complutense de Madrid (España)
sonialca@ucm.es, mdiaz-bu@ucm.es, y mpuelles@ucm.es

La tasa actual de penetración de Internet entre la población mundial y la población española es del 39% y del 72% respectivamente. Teniendo en cuenta que en 1995 no llegaba al 1% en ninguno de los casos (Meeker, 2015), resulta evidente que Internet se ha convertido en un canal esencial para que empresas e individuos se comuniquen, busquen información y realicen transacciones comerciales.

En este contexto, se ha constatado que la principal ventaja para el usuario de la Web *Business to Consumer* (B2C) es la posibilidad de acceder a una información de alta calidad y bajo coste que atienda a sus necesidades en las diferentes etapas de su proceso de decisión de compra (Hasley & Gregg, 2010; Blanco, Sarasa & SanClemente, 2010). Por ejemplo, casi el 40% de los hombres estadounidenses entre 18 y 50 años utiliza Internet para buscar información sobre productos cosméticos (Statista, 2015).

Internet es hoy un medio indispensable de acceso a la información, por lo que resulta fundamental que las empresas trabajen en desarrollar contenidos que incrementen el tráfico hacia sus Webs y aseguren el éxito de éstas (Saeed, Grover & Hwang, 2005; Hasley & Gregg, 2010; Hoekstra, Huizingh, Bijmolt & Krawczyk, 2015). Sin embargo, la mayoría de los consumidores acude principalmente a las Webs de los distribuidores (y no de los fabricantes) para buscar información sobre los productos cuya compra está considerando (Edelman, 2010). Estas Webs limitan la capacidad de las marcas para diferenciarse entre sí y proyectar adecuadamente su identidad.

Por ello es preciso que las marcas reformulen los contenidos de sus Webs para asegurar su fiabilidad, adecuarlos a las verdaderas necesidades de información de los consumidores, mejorar la experiencia de éstos y el tráfico en la propia Web y, en definitiva, incrementar la satisfacción y la lealtad con la marca y sus productos.

Este trabajo presenta los resultados de un estudio centrado en analizar la fiabilidad de las distintas fuentes de información consultadas por los consumidores de productos de cosmética selectiva masculina en su proceso de decisión de compra, sus actitudes hacia la compra de dichos productos en Internet, y los contenidos demandados en las Webs de las marcas correspondientes para responder a sus necesidades de información.

Precisamente la literatura sobre la comunicación con el consumidor en general y la comunicación on-line en particular es, en dicho sector, muy reducida, a pesar del fuerte crecimiento de las ventas en los últimos años, de la creciente incorporación de nuevas marcas en la oferta comercial y del continuo desarrollo de Webs especializadas en la distribución de cosméticos. De hecho, un tercio de los hombres en USA dedica ya más de 30 minutos diarios a su cuidado personal, y se espera que este mercado continúe creciendo hasta el 2018 (Elani, 2013).

Palabras clave: Comunicación en Internet - Contenidos Web - Fiabilidad de Webs B2C - Cosmética Masculina

SITUACIÓN ACTUAL DEL *PLANNING* EN EL ÁMBITO ACADÉMICO DOMINICANO: ADAPTACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA CARRERA DE PUBLICIDAD A LAS NUEVAS NECESIDADES DEL MERCADO

AUTORAS

Wanda I. Cardenes Jiménez y Laura Melendo
Universidad Camilo José Cela (España)
wandacardenes@hotmail.com, lmelendo@ucjc.edu

A.-Objeto de estudio y contextualización

La evolución del mercado y los cambios de comportamiento que adopta el consumidor repercuten en las diferentes disciplinas, principalmente del ámbito empresarial y sus diferentes ramas, las cuales buscan mantenerse al día acorde a estos cambios. Pero esto no solo se aplica en el ámbito práctico sino que también en el académico. Esto es así, porque la enseñanza actúa como motor para incentivar los cambios. Un ejemplo, es el surgimiento del *Planning* en Reino Unido a finales de los años 60, producto de los diferentes cambios sociales y culturales. Las empresas buscaron mantenerse alineadas con el mercado, por esta razón se desarrolla el marketing y surge el *Planning* y la figura del *planner* en las agencias de publicidad. Enfocándonos en la disciplina del *Planning*, la cual una vez logra reconocimiento en Reino Unido, impulsa un movimiento en el mercado laboral para reclutar profesionales con características necesarias para ser *planner*, producto de esto las universidades toman medidas para responder a esas necesidades, empezando por adaptar el programa de la carrera de publicidad, así mismo se desarrolló una nueva oferta académica de postgrados, cursos y seminarios especializados en esta disciplina. Esto mismo ha ocurrido en países como Estados Unidos, España y Argentina, donde también se ha adoptado la disciplina y la figura del *planner*. En República Dominicana, donde el *Planning* aun se encuentra en una fase de propagación y entendimiento, el ámbito académico de esta disciplina aún está por desarrollarse. Este punto corresponde con nuestro objeto de estudio, se busca conocer su estado actual en el ámbito académico dominicano, específicamente en las universidades y la carrera de publicidad.

B.-Hipótesis y/o metodología

A través de responder la pregunta de cuáles universidades han incluido asignaturas enfocadas al *Planning* en el programa académico de la carrera de publicidad y cuáles cursos y seminarios se han desarrollado para los fines. Se buscará conocer si actualmente existe alguna asignatura que corresponda a términos relacionados con la materia. En caso de que ninguna asignatura corresponda a los términos anteriormente señalados se buscarán asignaturas con términos que correspondan a sus funciones, a través de un análisis de los programas de cada asignatura. También se indagará sobre la oferta de postgrados y seminarios enfocados al área.

C.-Conclusiones y/o propuesta de interés

Es de suma importancia que las universidades vayan acorde con las necesidades de las empresas, adaptándose a la demanda del mercado. La carrera de publicidad, por ser la más común entre los empleados de las agencias de publicidad, puede servir de punto de expansión y desarrollo de la disciplina, además de promover la cultura estratégica en el desarrollo de la publicidad dominicana.

Palabras clave: *Planning* - *Planner* - Estrategia - Universidad - Publicidad

GRADOS UNIVERSITARIOS Y FORMACIÓN PROFESIONAL. ANÁLISIS COMPARATIVO

AUTOR

Rafael Carrasco Polaino

Universidad Complutense de Madrid (España)

racarras@ucm.es

En la actualidad las altas tasas de desempleo tienen un origen que se encuentra en la falta de coordinación entre los planes universitarios desde la incorporación del denominado Plan Bolonia y las necesidades de capital humano que tienen las empresas. Muchos profesionales no encuentran empleo y, por otro lado, muchas empresas no encuentran profesionales cualificados que satisfagan sus necesidades y las ayuden a ser más productivas y crecer. Esta situación por la que un Grado universitario no garantiza acceder al mercado profesional con éxito, hace que algunos ciudadanos opten por una formación profesional.

El artículo estudia, a través de datos, la conveniencia o no de estudiar un Grado universitario o una formación profesional según el coste, el tiempo de dedicación a la formación, la remuneración futura y el desempleo del sector. El análisis se realiza en diferentes países europeos además de España, a lo largo de los últimos años, distinguiendo áreas de estudio, sexos y rangos de edad.

La conclusión del artículo lleva a mostrar qué tipos de estudios universitarios garantizan un mayor éxito profesional y cuáles pueden ser sustituidos con un mayor éxito por formación profesional.

Palabras clave: Educación y Empleo - Grados universitarios - Formación profesional - Remuneraciones - Transición a la vida activa

LAS PRODUCCIONES DE FICCIÓN DE LAS PRINCIPALES CADENAS GENERALISTAS EN ESPAÑA: DESDE ‘EL MINISTERIO DEL TIEMPO’ A ‘GALERIAS VELVET’ PASANDO POR ‘EL PRINCIPE’: ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN

AUTORA

Natividad Cristina Carreras Lario
Universidad de Sevilla (España)
crisrina@us.es

En febrero del 2015 comienza la emisión de la serie *El Ministerio del tiempo* creada por los hermanos Olivares, pocos meses después Telecinco, estrena su segunda temporada de *El Príncipe*, y en septiembre comienza la tercera temporada de *Galerias Velvet* en Antena 3.

Las tres series, en apariencia, tan distintas, sobre todo en contenidos y géneros dramáticos, tienen muchos elementos en común en cuanto al sistema de producción. Además de compartir formato, presencia en *prime time* y reforzar la marca de estilo de cada una de sus cadenas, son las tres, series de éxito en audiencia directa, en redes sociales y en distribución internacional. Han sido producidas por algunas de las productoras más relevantes del panorama español del presente, en régimen de producción financiada: *Onza Partners* y *Cliffhanger*, *Plano a Plano*, y *Bambú Producciones*.

El objetivo de este estudio es poner de manifiesto las similitudes en la forma de trabajar de todos los departamentos que participan en cada una de las producciones. En España se ha creado un método de trabajo que hace posible que la ficción televisiva de nuestro país no solo sea mucho más demandada que las series norteamericanas en televisión lineal, sino que esté compitiendo con ellas en la televisión *on demand*, como es el caso de *El Ministerio del tiempo*.

Palabras clave: Serie dramática - Televisión española - Producción de ficción - Televisión *on demand* - Cadenas generalistas

LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LA MARCA UNIVERSIDAD EN SUS SEDES WEB

AUTORAS

M^a Victoria Carrillo Durán, Ana Castillo Díaz y Tania Blanco Sánchez
Universidad de Extremadura (España)
vicduran@unex.es, acasia@alcazaba.unex.es y tania.blanco@e-campus.uab.cat

Proyecto financiado por el Gobierno de Extremadura y Fondos Feder.UE.

Justificación: Hoy en día la internacionalización es un tema esencial para las universidades españolas. La integración en el EEES, la movilidad a nivel mundial de profesores y alumnos, las becas Erasmus, la colaboración con universidades extranjeras, etc... supone un cambio estructural en las universidades. La internacionalización implica una disminución de las barreras de entrada entre instituciones educativas ofreciendo programas en los distintos países.

Así, supone una mayor concentración de la oferta universitaria, con el desarrollo de grandes universidades y de centros especializados. Por ello, las universidades españolas no deberían dejar pasar la oportunidad de atraer a través de sus sedes webs a un público que se encuentra fuera de nuestras fronteras. Por otra parte, las sedes webs adquieren gran importancia en la proyección internacional de la marca de las universidades. En este sentido, las sedes webs de las universidades son el medio por el que los públicos internacionales tienen su primer contacto con la universidad. Por ello, es fundamental que las universidades atraigan a estos públicos proyectando la marca universidad.

Objetivo: Esta investigación intenta analizar cómo las universidades españolas están comunicando su carácter internacional como rasgo básico de su marca, a través de sus sedes webs. También pretende determinar los errores y las virtudes de las universidades españolas a la hora de proyectar la internacionalización de su marca universidad.

Metodología: El método empleado es una metodología cuantitativa, a través de un análisis de los contenidos de las sedes webs de las universidades españolas en 2014. Se han analizado cada una de las sedes webs de las universidades españolas según aspectos relacionados con la internacionalidad. Para ello, se ha elaborado una ficha donde se cuantifica una variable (internacionalización) y una serie de indicadores relacionados con esta variable (existencia de mensaje, adaptación de los mensajes a los grupos de interés, traducción, y refuerzo de los contenidos de datos y audiovisuales).

Resultados: Se desarrolla un estudio descriptivo sobre como las páginas webs de las universidades españolas comunican su carácter internacional como rasgo fundamental de su marca.

Se exponen los puntos fuertes y débiles de las universidades españolas a la hora de proyectar su marca a nivel internacional a través de sus sedes webs.

Se aporta una serie de recomendaciones para que las universidades españolas corrijan y enriquezcan la transmisión a nivel internacional de las marcas universitarias españolas.

Palabras claves: Internacionalidad – Marca – Universidad española – Sede web

COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL DOCENTE DE MÚSICA: UN ESTUDIO EXPLICATIVO EN EL CONTEXTO CATALÁN

AUTORAS

Carmen Carrillo y Mercè Vilar

U. Internacional de Cataluña y U. Autónoma de Barcelona (España)

ccarrillo@uic.es y merce.vilar@uab.cat

Este trabajo debe situarse en el marco del proceso de configuración del Espacio Europeo de Educación Superior. Se planteó en el momento de revisar perfiles y competencias profesionales que pudieran contribuir a la convergencia entre los sistemas educativos superiores europeos, además de potenciar la ocupación laboral de sus graduados. En este contexto, este estudio examinó las percepciones de una muestra amplia de docentes de música catalanes de educación primaria y secundaria en torno a las competencias necesarias para el desarrollo eficaz de su profesión. Las competencias que los docentes tuvieron que valorar forman parte de una propuesta validada de 10 competencias profesionales para el profesorado de música que se organizan bajo las categorías de transversales, musicales y pedagógicas y/o didácticas (Carrillo y Vilar, 2014).

Tomando como base dicha propuesta, se elaboró un cuestionario electrónico que fue validado mediante la técnica de jueces. Siete personas expertas en los ámbitos de la investigación educativa, las competencias, la docencia de la educación musical y la inspección educativa participaron en la validación. Mediante dicho cuestionario se recogieron las opiniones de 443 docentes de música catalanes (un 13,8% de la población de estudio) acerca de la importancia de dichas competencias para el desarrollo de su profesión, su utilización en la práctica y la preparación recibida en la formación inicial para su ejercicio.

Con la ayuda del software informático SPSS versión 15.0, se llevaron a cabo dos tipos de análisis: uno de corte descriptivo y otro de carácter explicativo. Los resultados fruto del primer análisis, que permitieron examinar las competencias profesionales mayor y menor valoradas por los docentes de música participantes, fueron publicados en Carrillo y Vilar (2012). Los resultados del análisis explicativo, que vinculó las variables a explicar – es decir, las competencias – con las variables estructurales recogidas en el cuestionario, se presentan en este artículo. En él se relacionan las percepciones de la muestra en torno a las 10 competencias de la propuesta y, de forma más general, las tres categorías bajo las que se inscriben dichas competencias, con diferentes variables estructurales de carácter sociodemográfico, académico-formativo y profesional.

Los resultados que se exponen permiten considerar y explicar las similitudes y diferencias de las percepciones expresadas por la muestra – acerca de la importancia, la utilidad y la formación recibida para el ejercicio de las competencias por las que se les pregunta en el cuestionario – en función de las siguientes variables: sexo, edad, etapa de ejercicio, experiencia docente, titulación de acceso, titularidad del centro, dimensión de la población en la que se encuentra el centro, nivel socio-económico del alumnado, responsabilidades en el centro y formación permanente. Los resultados se discuten con base a sus implicaciones para la formación y la práctica profesional del docente de música de primaria y de secundaria.

Palabras clave: Competencias profesionales – Profesorado de música – Educación Musical – Educación Primaria – Educación Secundaria

CONSTRUCCIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA LA OBSERVACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN EDUCACIÓN MUSICAL

AUTORES

Albert Casals y Carmen Carrillo

Universidad Autònoma de Barcelona y Universidad Internacional de Cataluña (España)

Albert.Casals@uab.cat y ccarrillo@uic.es

Lo que aquí se presenta es fruto del trabajo del equipo dirigido por Mercè Vilar y constituido por Rita Ferrer, Rosa M. Girbau y Assumpta Valls, además de los autores.

El trabajo que se presenta forma parte de un proyecto más extenso que pretende mostrar ejemplos de buenas prácticas en educación musical a partir de la observación y análisis de clases de música. Este proyecto es novedoso en el sentido de que aporta una perspectiva empírica en relación con el estudio de las buenas prácticas en el ámbito de la educación musical y de que pretende construir puentes entre modelos teóricos y realidades profesionales que, en último término, faciliten el diálogo entre maestros e investigadores.

En esta ponencia se describe el proceso seguido para la elaboración de un instrumento de recogida de datos capaz de recopilar las prácticas musicales observadas en las aulas de los centros educativos de Cataluña. A partir de un modelo didáctico previamente consensuado, el equipo de investigadores del proyecto estableció una serie de ítems observables susceptibles de ser indicativos de buenas prácticas en la enseñanza de la educación musical en la etapa primaria. El instrumento elaborado se sometió a validación interna y externa. En primer lugar, la pauta de observación se validó a nivel interno mediante dos actuaciones consistentes en la observación directa de clases de música de primaria simultáneamente por parte de dos observadores. En segundo lugar, tres expertos que evaluaron la univocidad y pertinencia de los ítems observables actuaron como jueces en el ejercicio externo de validación.

El instrumento resultante consta de dos partes con las que se pretende recopilar datos tanto del contexto de observación como de los aspectos recogidos durante la misma. La primera parte consta de 31 ítems que tienen por objeto recoger las características del docente, del centro, del grupo-clase y del aula. La segunda incluye 99 ítems a través de los cuales se busca recopilar datos en relación con los siguientes bloques: 1) Canción, práctica instrumental y danza, 2) Lenguaje Musical, 3) Audición, y 4) Temas transversales (gestión del grupo-clase, diseño de las sesiones, enfoque del proceso de enseñanza-aprendizaje o uso de las TIC).

Los resultados del estudio se discuten, primeramente, con base a las aportaciones y las dificultades encontradas durante la construcción del instrumento como consecuencia de la metodología colaborativa empleada y de la presencia constante de referentes empíricos. Finalmente, se destaca la importancia de dicho instrumento dado el marco específico de la Didáctica de la Música, que históricamente se caracteriza por tener dificultades en concretar modelos, procesos y elementos clave en relación con la enseñanza-aprendizaje de un lenguaje de naturaleza auditiva. De hecho, este tipo de instrumento es muy poco habitual –por no decir inexistente– en la disciplina y, más allá de su interés en el marco de la investigación, se valora que debería alimentar, y sobre todo facilitar, la comunicación y la discusión entre los académicos y los profesionales implicados.

Palabras clave: Instrumento observación – Buenas prácticas – Didáctica de la Música – Educación Primaria

IDENTIDAD DIGITAL Y PRODUCCIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: ¿VIDAS PARALELAS O CONVERGENTES?

AUTORAS

Montserrat Casanovas Català y Yolanda Capdevila Tomàs
 Universidad de Lleida (España)
m.casanovas@didesp.udl.cat y y.capdevila@didesp.udl.cat

La presente contribución tiene como objetivo analizar algunos de los datos recogidos en el proyecto “Identidades y culturas digitales en la educación lingüística” (EDU2014-57677-C2-2-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, que se ocupa de la identidad digital de los estudiantes universitarios y su relación con la integración de las herramientas digitales en su producción académica.

A partir de una muestra de estudiantes universitarios, se pretende documentar de qué manera estos estudiantes manejan la tecnología, tanto en su vida diaria como en sus quehaceres académicos. Para examinar esta situación, se ha elaborado una herramienta, el cuestionario *NLits 2.0*, en la que se recogen 52 preguntas sobre, entre otras cuestiones, de qué manera los estudiantes se acercan a la tecnología en su ámbito privado y cómo emplean algunas de las herramientas, aplicaciones, etc., en las tareas académicas.

El cuestionario, validado por diferentes expertos del ámbito de la lingüística, la tecnología y la didáctica de la lengua y pilotado con diversos grupos de estudiantes de la Universidad de Lleida y de la Universidad de Murcia, indica, por un lado, que los estudiantes no son tan expertos en el aprovechamiento práctico de la tecnología en la esfera académica, pese a lo que ellos puedan pensar. Estos datos son coherentes con otros estudios realizados que apuntan que la denominada *Google Generation* —los jóvenes en la franja de edad de nuestros universitarios— necesita orientación para encontrar fuentes de información relevantes y de calidad que apoyen su aprendizaje, ya que navegan por Internet de manera ingenua sin tomar en consideración los autores o procedencia y validez de la información y no disponen de herramientas para explotar las posibilidades que ofrecen los buscadores, aunque puedan tener ciertas competencias específicas relacionadas con el ámbito privado (juegos en línea, mensajería instantánea, etc.). Actualmente se está preparando la versión 2.0 del cuestionario, además de diseñar varios grupos de discusión para obtener datos cualitativos que se puedan triangular con los resultados del cuestionario.

Por otro lado, se recogen indicios sobre los cambios que provoca la red en las prácticas de lectura y escritura en línea aporta, sobre todo por lo que se refiere la importancia de la red como fuente de información casi única o el papel de la lectura digital enfocada a la resolución de problemas o a la recopilación de datos.

El análisis cuantitativo de los resultados del cuestionario nos lleva a definir, como conclusión, una serie de perfiles, tanto tecnológicos como relacionados con la escritura académica, que dan cuenta de la forma en la que los estudiantes usan la tecnología en su vida diaria y de qué manera la integran en el ámbito académico.

Palabras clave: Identidad digital – Escritura académica – Nuevas alfabetizaciones – Perfil tecnológico – Perfil productor académico

CIBERCIUDADANÍA: COMPROMISO RESPONSABLE

AUTORES

María de la Luz Casas Pérez, Carlos Mendiola Hernández, Imelda Hernández Morales, María del Pilar Elías Salazar, Mayte Barba Abad, Magdalena Buenfil Mata y Alejandra Elvia Caballero Ramos

Tecnológico de Monterrey (México)

marilu.casas@itesm.mx, carlos.mendiola@itesm.mx, imelda.hernandez@itesm.mx,
pilar.elias@itesm.mx, mayte.barba@itesm.mx, magdalena.buenfil@itesm.mx y
alejandra.caballero@itesm.mx

La participación ciudadana en la actualidad encuentra un marco de acción diferente a causa del impacto que han tenido redes sociales en la política contemporánea, razón por la cual es importante formar a los estudiantes no sólo en su comportamiento ciudadano, en un contexto real, sino también en los espacios de la virtualidad. La estancia de los estudiantes en ambientes formativos debe ser aprovechada para promover la reflexión en torno a actitudes ciudadanas en el mundo real y el virtual.

Una ciudadanía responsable, que aprovecha las tecnologías de información y comunicación de manera responsable garantiza la participación ciudadana para hacer llegar a las autoridades y a los gobernantes aquellos asuntos de interés público que es necesario atender, solucionar problemáticas que requieran de la participación directa, la organización de grupos que hagan efectiva la democracia y el respeto de los derechos de los ciudadanos, la transparencia y la gestión de gobierno (Anaya et al, 2004).

En su faceta electrónica, la ciudadanía digital, e-ciudadanía o Ciberciudadanía, supone la comprensión de asuntos humanos, culturales y sociales relacionados con el uso de las tecnologías de información y comunicación, así como de la aplicación de conductas pertinentes relacionadas con la ética, la seguridad y responsabilidad en el uso del Internet, las redes sociales y las tecnologías disponibles (Rovira Sancho, 2012).

Desde hace aproximadamente quince años ha sido gran preocupación del Tecnológico de Monterrey fomentar, tanto de manera directa a través de cursos específicos como de forma transversal, las competencias ciudadanas dentro y fuera del salón de clase. Sobre este último punto no se puede dejar de lado el papel protagónico que la tecnología y en especial las redes sociales han tomado para la sociedad, en especial para los jóvenes, quienes redactan mensajes, que en muchas ocasiones no expresarían de manera presencial, contraviniendo con esto el bienestar de la ciudadanía. En los cursos del Tecnológico de Monterrey se promueven actividades para la formación de buenos ciudadanos que, de manera transversal, se insertan de manera directa en el apoyo a las comunidades y la solución de problemas. Muchas de estas actividades utilizan tecnologías de información y comunicación. No obstante, fuera de las actividades que se ponen en marcha durante las actividades académicas, no existe un registro u observación directa del uso de las tecnologías de información y comunicación que llevan a cabo los alumnos y si los utilizan de manera responsable para la participación ciudadana (Rodríguez Gordo, 2009).

Es por ello importante que, como parte de la formación ciudadana, se asegure que los alumnos hagan un uso responsable de las tecnologías de información ciudadana.

Palabras clave: Ciudadanía – ambientes virtuales – redes sociales – tecnologías de información - Ciberciudadanía

CREATIVIDAD Y GÉNERO EN EL VIDEOARTE INTERNACIONAL, DESDE LOS AÑOS 60 HASTA LA ACTUALIDAD

AUTOR

Xesqui Castañer López
Universitat de València (España)
xesquicastaner@hotmail.es

Los orígenes del videoarte se remontan a 1963 cuando Nam June Paik expone en la galería Parnass de Wuppertal con el título *Music Electronic Television* y Wolf Vostell en la Smollin Gallery de Nueva York. Desde el punto de vista teórico, los escritos de Marshal McLuhan, Buckminster Fuller y Claude Lévi-Strauss, desplazan los modelos tradicionales de arte, conocidos en Occidente. Desde un principio se presenta como un medio innovador y transgresor en el contexto del arte contemporáneo y bebe de las fuentes del cine experimental, la televisión, la música electrónica y el arte efímero.

Las artistas que trabajan en este medio, usan la tecnología televisiva por su rapidez en la difusión, pero al mismo tiempo pretenden crear una cultura viva frente a la industria de los medios de comunicación. En el ámbito conceptual realizan una crítica de la institución arte, para poder redefinir el sistema hasta su desaparición, y para conseguir uno de sus principales objetivos, unir arte y vida. Marta Rosler habla de dos corrientes, en los orígenes del vídeo: una proveniente del surrealismo que elabora una nueva poesía a partir del lenguaje televisivo, y otra más colectiva, desde posicionamientos políticos. Mientras que Rosalind Kraus se centra en el análisis estético, los lugares comunes y las diferencias con otros medios.

La primera generación de artistas que utilizan el video como soporte, lo hace para cuestionar la situación de la mujer en una sociedad patriarcal que la oprime y le cercena sus derechos. En esta línea se encuentran los trabajos de Dara Birnbaum, VALIE EXPORT, Lynn Hershman Lesson, Ulrike Rosenbach, Martha Rosler.

En los años ochenta se produce una redefinición de la feminidad que se escenifica en composiciones documentales y visualizaciones sin transición. En las piezas de video, producidas en estos años, se entrecruzan conceptos como ficción/realidad o parodia/ autenticidad. En ese contexto surgen las obras de Pipilotti Rist, Andrea Frazer y Vanessa Beecroft.

La utilización del televisor y su presentación en instalaciones, ha hecho posible la participación del espectador física y psíquicamente en el proceso de reconocimiento. En ese entorno de los media se desarrolla el “live-feedback”, es decir la visualización inmediata de las imágenes captadas que permite el control y la vigilancia de los individuos, a través de escenificaciones estratégicas de poder y control. Chantal Akerman, Julia Scher y Ann-Sofi Sidény Marie Jo Lafontaine, trabajan a partir de estas premisas.

En los últimos diez años del siglo XX, el vídeo adquiere plena autonomía como soporte artístico y narrativo, adquiriendo un carácter teatral, ilusionista y documental. Las narraciones se vuelven más complejas, con la inclusión de repertorios de imágenes cinematográficas y, con las ácidas críticas de los códigos culturales existentes. Todo esto desemboca en una videografía de formato documental, en la que se superponen imágenes, sonido y texto. En este contexto trabajan artistas como Monika Oechsler, Eija-Liisa Ahtila o Fiona Tan.

Palabras Clave: Género – Imagen - Nuevas tecnologías - Vídeo

PROYECTO UNIMET EN LÍNEA: PLAN ESTRATÉGICO EN LA CREACIÓN DEL CAMPUS VIRTUAL Y PRODUCCIÓN DE MOOC

AUTORAS

Natalia Castañón Octavio y María Elena Del Valle
Universidad Metropolitana (Venezuela)
ncastanon@unimet.edu.ve y mwillalba@unimet.edu.ve

En el ámbito educativo, es evidente la necesidad de responder eficientemente a las demandas de una sociedad cambiante y globalizada como la que se presenta actualmente. La formación en línea supone la creación de espacios o campus virtuales en instituciones de educación superior. Es así como la Universidad Metropolitana propone el proyecto de Unimet en Línea, es decir, la salida del campus virtual de la institución. Cuando se refiere a la creación de un campus virtual son infinitas las referencias bibliográficas e información al respecto. Sin embargo, para efectos de este artículo se abordarán dos aspectos claves: *plan estratégico*, pues indica los pasos a seguir para poder hacer realidad una idea y *campus virtuales* y *Mooc*, pues es la tendencia actual especialmente siendo una iniciativa que comenzó en Estados Unidos ganando mucha visibilidad y despertando interés en Europa.

En este sentido, el presente artículo tiene como objetivo exponer la experiencia gerencial, a través de un plan estratégico como herramienta de organización, la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana en conjunto con la producción de MOOC.

Con relación a la metodología de la investigación, se empleó una investigación descriptiva con un diseño no experimental, ya que se utilizará como herramienta el Plan Estratégico que describirá las variables del presente estudio. Las variables consideradas con relación al campus virtual y la producción de Moocs están relacionadas a los elementos de un plan estratégico: el sector, mercadeo, proceso de producción, aspectos tecnológicos, organización, viabilidad financiera y aspectos legales.

El resultado de este estudio permitió concretar el campus virtual de la Universidad Metropolitana (*Proyecto Unimet en Línea*) a través de la creación de una plataforma educativa dirigida a hispanoparlantes, ofreciendo cursos cortos, estandarizados y gratuitos: enlinea.unimet.edu.ve. En conclusión, el aporte de este estudio permitirá a otras universidades iniciar y concretar la creación de campus virtuales, lo cual responde a la tendencia mundial.

Palabras Clave: Campus Virtual – *Mooc* – *eLearning* – LMS - Plan Estratégico

LOS MOOC DESDE EL MODELO EDUCATIVO DE *UNIMET EN LÍNEA*

AUTORAS

Natalia Castañón Octavio y María Magdalena Ziegler
Universidad Metropolitana de Caracas (Venezuela)
ncastanon@unimet.edu.ve y mziegler@unimet.edu.ve

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre la naturaleza de los *Massive Open Online Courses* (Mooc) a través de la revisión de la misma desde su aparición en 2008, en términos de las corrientes educativas que les han dado cuerpo y sentido, como los xMoocs y los cMoocs, teniendo en cuenta al Conectivismo como la corriente más influyente.

Asimismo se analizará el potencial de los Moocs en el marco de estos dos modelos principales. Se expondrá además la concepción que desde *Unimet en Línea*, la plataforma de educación en línea de la Universidad Metropolitana (Caracas, Venezuela), se ha asumido en torno a los Moocs que por ella son producidos, se describirá el proceso de producción de los mismos.

Como parte de la reflexión final sobre el futuro de los Moocs se planteará el tipo de certificación ofrecida a partir de ellos por *Unimet en Línea*, completando así el proceso descriptivo de la metodología de investigación de este estudio.

Palabras clave: Mooc - *eLearning* - Cursos en línea

LA VIGENCIA EN LA COLUMNA DE GARCÍA MARTÍNEZ: PARALELISMO CON EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DE MURCIA

AUTORA

Carmen Castelo

Universidad de Murcia (España)

castelo@um.es

Se han realizado numerosos estudios sobre columnistas de ámbito nacional. Nombres como Manuel Alcántara, Francisco Umbral, Juan José Millás, Javier Marías o Carmen Rigalt son protagonistas de diversas tesis y artículos. El trabajo de los columnistas regionales y locales, sin embargo, ha pasado mucho más desapercibido, aunque hay algunos ejemplos, como el estudio sobre Pedro Lozano Bartolozzi o la tesis sobre Joaquín Romero Murube. Las razones para este olvido pueden ser varias. Una de ellas se apunta, precisamente, en la citada tesis sobre Romero Murube, cuando se señala que se suele considerar a estos periodistas menos valiosos que a los que abarcan un ámbito nacional:

“...y aunque algunos paisanos me hablaron de él, siempre lo hicieron desde una perspectiva tan localista (o así percibida por mí) que durante muchos años lo arrinconé en la inmerecida sección de los folclóricos y estrellas pueblerinas. Me equivoqué. [...] Entonces tuve la conciencia indiscutible de estar ante un escritor de magnitud universal, tanto cuando escribía sobre su pueblo natal como cuando lo hacía sobre asuntos de la más profunda raigambre humana. No hay artista más universal que el que precisamente construye ese calificativo desde lo local” (Romero Bernal, 2009, 13).

En este contexto, abordamos la figura de un columnista regional que, además, reúne unas características singulares al tratarse del único de la Región de Murcia que ha publicado una misma columna y en un mismo diario a lo largo de más de cuarenta años. Se trata del periodista José García Martínez, quien, además, lleva más de medio siglo trabajando en el mismo medio, La Verdad de Murcia.

El estudio sirve, de una parte, para llenar este vacío de investigaciones sobre columnistas locales y, de otra, para mostrar cómo las columnas de opinión de un periodista local ofrecen una visión particular e insustituible del desarrollo del territorio en el que el fija su mirada, hecho que se logra gracias a que el profesional ha sabido centrar sus columnas en temas que eran de actualidad en su momento, y de transcendencia tal para su región que pueden seguir considerándose en vigor. Gracias a una trayectoria de esta longitud y a la selección de temas de actualidad, los textos de García Martínez dibujan una historia de la Región de Murcia trazada con esa mirada característica desde la que se elabora una columna personal.

Asimismo, como objetivo más general, con este artículo se trata de reconocer la importante tarea de la figura de un columnista regional, otorgándole su lugar de importancia en el panorama periodístico nacional al considerar que sus textos recogen las historias de las comunidades autónomas, que son paralelas a la historia nacional. De esta manera, se reivindica su valor como fuente documental para los historiadores y estudiosos y se destaca la idea de que los columnistas 'de provincias' son una piedra angular en el modo en que se cuenta la historia de la comarca que observa desde su redacción.

Palabras clave: Columnista – Periodismo local - Vigencia - Actualidad

LA ADAPTACIÓN A LOS STAKEHOLDERS DE LAS EMPRESAS PORTUGUESAS DEL SECTOR DE LA MODA. EL CASO DE LAS WEBS CORPORATIVAS

AUTORAS

Ana Castillo Díaz y Ana Sofía André Bentes Marcelo

Universidad de Extremadura (España) e Instituto Politécnico de Castelo Branco (Portugal)

acasdia@alcazaba.unex.es y ana.marcelo@ipcb.pt

Proyecto financiado por el Gobierno de Extremadura y Fondos Feder de la UE

Justificación: Las estrategias de gestión de las empresas de moda son un tema de gran interés por el impacto que ejerce este sector en la economía mundial. A través de la utilización de las tecnologías de información y comunicación, las empresas del sector de la moda, siguiendo el ejemplo de otros sectores de actividad, buscan obtener una posición ventajosa en el actual contexto de la economía digital.

Los cambios acontecidos en el ámbito empresarial por la influencia de Internet y la WWW exigen una nueva postura a las empresas, en particular a aquellas que compiten en un mercado tan globalizado como es el de la moda. Estas organizaciones se encuentran ante el reto de enfocar de manera precisa las estrategias que articulen la comunicación digital con cada uno de sus interlocutores, llegando a plantearse la necesidad de establecer una comunicación realmente segmentada en función de las demandas e intereses particulares de sus *stakeholders*.

Objetivo: El presente trabajo trata de analizar el estado actual de la utilización de las web corporativas, y otros soportes de comunicación *online* oficiales de los diseñadores de moda portugueses, como instrumento estratégico de comunicación adaptado a sus diferentes públicos estratégicos.

Metodología: La investigación presenta una metodología que aúna el carácter cualitativo y cuantitativo. En un primer momento, se parte de una búsqueda bibliográfica y su respectiva revisión crítica con el objetivo de conocer el estado actual y la evolución de la investigación sobre el tema de estudio. En un segundo momento, tras la definición de una serie de parámetros e indicadores a observar, se procedió a la realización de un estudio empírico, empleando la técnica del análisis de contenidos. El estudio se centró en los datos obtenidos a través de la revisión de las páginas corporativas de veinticuatro (24) diseñadores de moda portugueses.

Resultados: A través del análisis efectuado ha sido posible determinar que los diseñadores de moda portugueses están atentos a los intereses y a las necesidades de sus públicos estratégicos, buscando establecer un diálogo con cada perfil de usuario. Esto se posibilita gracias a la presencia en las páginas webs de herramientas de contacto con el diseñador, así como de un conjunto de plataformas que permiten que la gestión de las marcas de los diseñadores de moda resulte de un proceso colaborativo, basado en una relación dialógica con los diferentes usuarios. Aunque este hecho contribuye de forma decisiva a estrechar la relación con la marca, se aprecian también indicios de que no existe un pleno aprovechamiento de las posibilidades reales que ofrece el entorno digital.

Palabras claves: Marca – Moda – Sede web – Portugal

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIALES. ANÁLISIS DEL USO DE LA COMUNICACIÓN 2.0 DE LOS *THINK TANKS* ESPAÑOLES

AUTORES

Antonio Castillo Esparcia y Emilia Smolak Lozano

Universidad de Málaga (España)

acastilloe@uma.es y emilia.smolak@gmail.com

Se persigue estudiar cómo se están aplicando estrategias 2.0 por uno de los actores políticos más desconocidos en España pero cuya influencia ha aumentando considerablemente en los últimos años, los *think tanks*. Este tipo de organizaciones poseen como principal finalidad una influencia sobre las políticas públicas a partir de sus informes, encuentros científicos e investigaciones. Y más allá de su actividad más o menos cercana a los poderes públicos y a los partidos políticos, planifican, desarrollan, ejecutan y evalúan planes de comunicación para que sus propuestas sean conocidas, debatidas, interiorizadas y asumidas por ciudadanos y organizaciones sociales.

Por ello, se hará un estudio sobre el papel que desempeña la comunicación en los principales *think tanks* de España y qué estrategias de comunicación 2.0 desarrollan para difundir sus actividades y propuestas. Así, se analizarán los siguientes *think tanks*: Real Instituto Elcano, CIDOB, Fundación Alternativas, FAES, FRIDE, FUNCAS e Instituto Juan de Mariana. Para ello, se van a desarrollar unas dimensiones de análisis de las principales redes sociales existentes en España como Facebook, Twitter y Youtube que permitirán conocer el grado de presencia, la actividad y la involucración de seguidores. Las dimensiones y sus variables serán las siguientes:

- Exposición: visibilidad en Social Media, Alcance (número de fans, de los espectadores, seguidores, suscriptores), visionados
- Influencia: influenciadores claves, influencia en Twitter (RetweetRank), ratio de seguidores en Twitter, Alcance, retuits, menciones
- Popularidad (*feedback*): nº de “me gusta”, listas *Twitter* “me gusta” y ratios en Youtube.
- Interactividad con el público: Nivel de interactividad de la organización en general, nº de respuestas en Twitter, nº de comentarios (Youtube, Facebook, *blog*), tipos de interacción (comentarios, me gusta, *retweets*, compartir, etc.) e interacción dominante en cada Red.
- Involucración del público: índice de involucración, el contenido que involucre más (formato, tema, tipo), usuarios y/o audiencias claves e influenciadores
- Actividad: tipo de actividad (tipo de publicaciones) y nivel de actividad (nº de publicaciones), Fuentes de conversaciones -sitios de social media donde aparecen-, tendencias en conversaciones y hashtags, presencia de los embajadores (los contribuidores más activos), las herramientas de comunicación interactivas, hashtags principales, número de comentarios, volumen de tuits y retuits, número de videos publicados, el mejor contenido y número y tipo de posts/ contenido publicado
- Calidad de contenido y publicaciones: formato (enlace, texto, video, foto, podcast, chat online), temas dominantes, palabras claves dominantes (en general y para cada red), frecuencia (por día y semana), idioma, media de interacción por post, el contenido con mayor impacto (mayor número de me gusta/más comentado/más visto/ más retuiteado/con mejor ranking), el objetivo de mensaje (donación, anuncio, información, análisis experta, etc.) y género del contenido (noticias, análisis, artículo científico, artículo periodístico, entrada de blog, entrevista, comunicado, evento, conferencia/congreso, rueda de prensa).

A partir de los datos comprobaremos el grado de producción documental de los *think tanks* en las Redes sociales y qué procesos de consumo, asimilación e involucración tienen con sus públicos.

Palabras clave: Comunicación 2.0 – Think tanks – Comunicación Política – Redes Sociales

¿ES ADECUADO EL ENFOQUE DE LOS LIBROS DE TEXTO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPRENSIÓN LECTORA?: ANÁLISIS CRÍTICO DE MATERIALES DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORAS

Ana Victoria Castillo López y Gracia Jiménez Fernández
Universidad de Granada (España)
anavictoriacastillo@correo.ugr.es y gracijf@ugr.es

Esta investigación ha tenido como objetivo analizar la orientación de la enseñanza de la comprensión lectora en los libros de texto de Lengua Castellana y Literatura del segundo y tercer ciclo de Educación Primaria. Tras hacer una selección representativa de diferentes libros, atendiendo a la editorial y al momento de publicación, se ha examinado cómo se produce la enseñanza de los diferentes niveles de comprensión (literal, inferencial, valorativa y metacompreensión), la tipología de textos usada (expositivos, narrativos), así como la inclusión de herramientas o estrategias que ayuden a desarrollar la comprensión de los estudiantes.

Los resultados del análisis han indicado que, a pesar de que la investigación muestra que las mayores dificultades en comprensión se relacionan con los textos expositivos y las preguntas inferencias, los libros de texto incluyen fundamentalmente textos narrativos con preguntas literales. Asimismo, es destacable el bajo porcentaje de actividades de comprensión valorativa o de estrategias de intervención de la comprensión que están incluidas en los libros de textos de Educación Primaria.

A partir de estos datos, se establecen unas conclusiones sobre las relaciones entre las dificultades en comprensión lectora de los escolares de Educación Primaria y el enfoque de enseñanza de los materiales que ofrecen las editoriales para los alumnos en esta etapa. Finalmente, se incluyen unas sugerencias de actividades que se pueden realizar para complementar la propuesta de los libros de texto y, de ese modo, facilitar a los niños la comprensión lectora a través de estas estrategias.

Palabras clave: Comprensión Lectora - Libros de texto - Educación Primaria - Lectura Comprensiva - Estrategias de Lectura

LA METODOLOGÍA FEMINISTA EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PAZ Y EL CAMBIO SOCIAL

AUTORA

Laura Castillo Mateu

Universidad Jaime I de Castelló (España)

laura.castillo@uji.es

La propuesta que esbozamos a continuación se centrará en presentar cuál ha sido la aportación de la metodología de los Estudios Feministas y de Género a los Estudios para la Paz en su vertiente comunicativa. El objetivo con el que desarrollamos el presente trabajo responde a la necesidad de renovar los Estudios de Comunicación y, con ellos, la formación de futuros y futuras profesionales de los medios. Una necesidad que se ha hecho patente a tenor de los cambios del paradigma comunicativo y político que se han desarrollado alrededor de acontecimientos sociales como el 15M, la conocida como Primavera Árabe o los movimientos *Occupy*; hitos en los cuales el feminismo ha constituido un, afortunadamente, incómodo testigo de tales procesos de “cambio” (Gámez Fuentes, 2012)

En este sentido, nuestra propuesta toma como referente la tradición académica de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz en la UJI (paraguas que acoge al Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz –IUDESP- en su sede en Castellón, además de los programas de Master y Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo), que vincula las líneas de investigación sobre “Comunicación para la Paz y la Solidaridad” con las de “Género y Ética del cuidado”. Entre ambas ramas existe una relación sinérgica que se concreta en la propuesta de “giro epistemológico” de Martínez-Guzmán (2001), en cuyos ejes destaca la necesaria incorporación de la categoría de género como instrumento de análisis discursivo para ver cuando la construcción del conocimiento “ha dejado de lado a las mujeres en nombre de la neutralidad”.

Es, precisamente, a través del análisis del discurso por donde accedemos a la doble articulación de la investigación pazológica (Martínez Guzmán, Comins Mingol y París Albert), en la que conviven y se retroalimentan, por una parte, la dimensión deconstructiva crítica y, por otra, la reconstructiva. Dicho en otras palabras: la denuncia de los diferentes tipos de violencia según Galtung (1995) –directa, estructural y cultural– y el planteamiento de alternativas que transformen los conflictos por medios pacíficos. En concreto, aquí, nos centraríamos en el nivel cultural de la violencia, o la violencia simbólica del discurso de la Modernidad que delimita los marcos de inteligibilidad dominantes (Butler, 2004).

Para ello, se traerá a colación la idea de “performatividad del discurso como expresión comunicativa de la intersubjetividad” (Martínez Guzmán, 2001). Luego, veremos cómo integramos la perspectiva de género de manera transversal en las investigaciones sobre Comunicación para el Cambio Social en aras de reconocer y poner en valor los productos de la cultura mediática representativos de una “pedagogía comunicativa” (Gámez-Fuentes y Nos-Aldás, 2012) que integra las voces y las miradas de la otredad para interpelar los imaginarios culturales dominantes y proponer maneras innovadoras de hacer, ver y conocer.

Palabras clave: Comunicación para el Cambio Social – Metodología feminista – Perspectiva de Género – Estudios para la Paz

FOROS VIRTUALES COMO MEDIO DE DISCUSIÓN: HERRAMIENTAS EVA PARA EL FOMENTO DEL APRENDIZAJE COLABORATIVO

AUTORES

Cristina Castillo Rodríguez y José María Díaz Lage
 Universidad Internacional de La Rioja (España)
cristina.castillo@unir.net y josem.diaz@unir.net

Las herramientas tecnológicas emergentes han favorecido de una forma espectacular el desarrollo del aprendizaje colaborativo en modalidad online (o lo que se viene llamando *c-learning*). Entre la tecnología emergente actual, el foro virtual despunta como herramienta tecnológica dentro de un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) que permite al usuario —en nuestro caso, estudiantes de grado— participar de forma activa en una discusión online de forma asíncrona.

El foro virtual podría definirse, en líneas generales, como aquel espacio de comunicación en torno a un tema particular en el que los participantes reflejan por escrito sus opiniones o experiencias sin necesidad de estar conectados de forma simultánea; de ahí su carácter esencialmente asíncrono.

De todos es sabido que el uso del foro virtual conlleva multitud de ventajas, entre las que podríamos resaltar, por ejemplo, el fomento del debate y la comunicación, el desarrollo de las habilidades sociales y el refuerzo y mejora del aprendizaje colaborativo, entre otros muchos beneficios. De estas ventajas se deduce que la **comunicación** es uno de los puntos clave del foro y, por ende, saber expresarse con corrección es otra de las habilidades paralelas que todo usuario debe tener en cuenta a la hora de utilizar el foro, aunque sea un espacio que no conlleva un grado extremo de formalidad. No obstante, si a estas premisas le añadimos que el foro virtual es una de las herramientas de aprendizaje y comunicación en asignaturas impartidas íntegramente en lengua extranjera, en nuestro caso, inglés —de la que los usuarios-estudiantes no son nativos—, afloran las dificultades para un uso correcto, estilísticamente hablando, de la lengua.

En este trabajo se analizará un corpus de estudiantes (*learner corpus*) compilado a partir de las producciones escritas en dos foros de la asignatura *ICT Tools Applied to the Learning of English Language* del Grado de Maestro en Educación Infantil de la Universidad Internacional de La Rioja durante los cursos 2013-2014 y 2014-2015. Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente concedido en la propia universidad que lleva por título “Análisis de patrones de errores gramaticales, estilísticos y de léxico en lengua inglesa a partir de producciones escritas de inmigrantes digitales”, y tiene dos objetivos fundamentales. En primer lugar, pretende analizar el grado de participación de los alumnos en este tipo de foros-debate creados como parte de las actividades de carácter evaluativo. Y, en segundo lugar, pretende centrarse en un aspecto muy concreto del uso del foro por parte de los estudiantes, esto es, las fórmulas convencionales de despedida (como formas de estrategias de cortesía) empleadas por los mismos, para mostrar si existe coherencia o no en la macroestructura de las intervenciones.

Palabras clave: *Learner corpus* – Lingüística de corpus – Foro – Lengua inglesa – Fórmulas de despedida

TRANSLATING TOURIST TEXTS INTO NON-MOTHER TONGUE, DOES IT REALLY EXIST?

AUTORA

Cristina Castillo Rodríguez

Universidad Internacional de La Rioja (España)

cristina.castillo@unir.net

Translation of tourist texts has not been conferred the importance it deserves today, above all, if we take into account that tourism is one of the most relevant sectors in some countries, such as Spain. Besides, if we have a look at current degrees of Translation and Interpreting in this country, we can observe that tourist translation in itself is not an independent subject as the rest of specialized translations. In fact, tourist translation is usually included under the umbrella of General Translation subjects with the main purpose of showing translation mistakes found in ‘professional’ practice nowadays. However, tourist texts from promotional material of a certain tourist service are the first impression foreign tourists have from the establishment or service they are going to acquire and enjoy. Therefore, special attention should be paid when translating this type of specialised documents into different languages. The reasons for this lack of quality lies in the fact that this discourse has not been considered specialised. Other authors, on the other hand, state that there are several mistakes in Spanish tourist texts into different languages because of a directionality criterion. Nevertheless, translating into non-mother tongue is a very common practice today, which leads us to be aware of this reality and act consequently.

In this paper, we have taken into account these premises and we have carried out an empirical study with semi-professional translators, i.e. undergraduate students finishing their degrees on Translation Studies and Interpreting at university. They have translated into English, French or Italian some paragraphs extracted from webpages of hotels offering services of wellness and beauty and without any official translations into other languages. We will, then, try to highlight the most typical mistakes, focusing on terminology, grammar and other stylistic aspects. Concretely, we will classify the mistakes as follows: grammar mistakes, spelling mistakes, concordance mistakes, sense mistakes, lack of translation mistakes, mistakes of words translated into another language, accurate mistakes, as well as (total or partial) omission mistakes.

On the other hand, after this analysis with semi-professional translators, we will assess their answers according to what they express in an online survey that these students have fulfilled once the experiment has come to an end. The main purpose of the online survey is to analyse the type of documentation they have at their disposal for their translations, and above all, for their translations into non-mother tongue. We will offer some conclusions related to the practice of translations into non-mother tongue, depending on the type of mistakes found in this corpus of semi-professional translations, and once we have contrasted them with the mistakes found in another corpus collected from other translations considered ‘professional’, that is, compiled from webpages publishing their texts into different languages.

Palabras clave: Corpus linguistics – Specialized translation – Semi-professional translators – Non-Mother tongue translations – Wellness and beauty tourism

EL MERCANTILISMO Y LA EMPRESA PERIODÍSTICA

AUTORA

Nereida Cea Esteruelas

Universitat Oberta de Catalunya (España)

nereidacea@gmail.com

Los medios de comunicación están cada vez más ligados económica y organizativamente a intereses industriales, comerciales y, en mayor medida, financieros (Almiron, 2011; Almirón & Segovia, 2012). La mayor parte de los cambios que viene experimentando la industria de los medios vienen a añadir tensión entre las dos tendencias o modelos que representan los medios de comunicación: el modelo de mercado y el modelo de esfera pública (Croteau&Hoynes, 2001).

En el artículo, a partir de varios estudios, se describe ese proceso de degradación de la esfera pública y reemplazo por un mercantilismo globalizador. Como contrapeso a los cambios que experimenta la industria de los medios, describe el contexto actual que caracteriza los mercados de la comunicación y se propone una revisión del concepto de empresa de comunicación.

El primer reto al que se enfrentan las empresas es de índole económica. Por otra parte, el nuevo contexto del sector, impulsado por los cambios que introduce la digitalización y el surgimiento de nuevos modelos comunicativos, establece importantes mutaciones en el modelo competitivo y sitúa a los grupos de comunicación, y más especialmente a las empresas periodísticas ante el reto de adaptar su modelo para competir en el mercado digital. Por otra parte, el nuevo contexto del sector, que establece importantes cambios en el modelo competitivo, sitúa a los grupos de comunicación, y más especialmente a las empresas ante el reto de adaptar su modelo ante la competencia de nuevas empresas de comunicación, más cercanas a las empresas tecnológicas, tales como Google o Yahoo!.

Ante este mercantilismo arrollador que está afectando profundamente el sector de los medios de comunicación, parece pertinente proponer reflexiones y enfoques que subrayen y pongan en primer plano el fundamento de la empresa periodística y su naturaleza específica. Al respecto, la literatura académica relacionada con la teoría del desarrollo organizacional coincide en señalar que toda empresa responde al modelo de organización humana, como modelo específico dentro del conjunto de organizaciones humanas (Pérez, 2000:14). Además, la empresa de comunicación es, como no puede ser de otra manera, una institución económica. De la misma manera, las características propias de la empresa lo son a la empresa de comunicación, aunque en este segundo caso adquiriera unos rasgos específicos, ya que junto al fin natural de obtener beneficios, se rige por otro fin específico que es el de cumplir con la función social de servir como mediadora entre la realidad y su público.

El constante crecimiento de las empresas de comunicación, abarcando nuevos mercados y cruzando fronteras, ha llevado a las empresas a una mayor complejidad en su gestión y a unas necesidades de inversión que han requerido, en muchos casos, la entrada en el capital de nuevos inversores y, en otros, incluso, también mediante la financiación a través de los mercados bursátiles. Por ambos motivos, se ha ido creando a la par un equipo de gestión distanciado de la dirección, inversionistas y accionistas. Esa separación entre gestión y propiedad es el principal motivo de fricción. Mientras que criterios como la calidad periodística prevalecen en el modelo de esfera pública, estos pierden relevancia ante objetivos de beneficio lícitos y justificados, por otra parte, en toda sociedad mercantil.

Palabras clave: Empresa informativa – Empresa de comunicación – Mercantilismo – Gestión

LO SOCIAL EN EL CORTOMETRAJE DE FICCIÓN

AUTORA

Ana Isabel Cea Navas
Universidad de Valladolid (España)
ceanavas@gmail.com

La inquietud que constantemente siente el hombre, de transmitir su realidad, de manifestar lo social (representar su mundo, sus vivencias), con el fin de interactuar con el otro y de transferir conocimientos, materializándolos, se ha visto satisfecha, en múltiples ocasiones, a través de diversas manifestaciones artísticas, entre ellas, y especialmente mediante el Séptimo Arte.

El cine, desde sus orígenes, ha dedicado un amplio espectro de su producción a la creación de obras que se han implicado con los valores humanos, “cine social”.

La representación de lo social ejecutada bajo la impronta del lenguaje cinematográfico consigue traducir los ideales del ser humano, registrando los comportamientos, manifestando aquello que se produce en la sociedad, haciendo que los hábitos y costumbres puedan ser compartidos. Las imágenes se relacionan íntimamente con lo social, con las creencias del individuo, etc., de ahí su significado de creación de las mismas.

Las imágenes apelan al intelecto del público, esta labor amplía sus límites, incluso fuera de la exhibición de la obra desde el momento que estas creaciones se asientan y permanecen en la memoria del espectador. Son testigo constante de lo que acaece, capaces de mostrar la existencia del hombre. Así, las narraciones, independientemente de su extensión (largometraje o cortometrajes), pueden convertirse, en un legado en el que archivar nuestras historias. Conociendo las posibilidades de ambos formatos, este estudio propone enfocarnos en el relato breve de ficción.

El cortometraje de ficción, es una herramienta idónea para dar testimonio de nuestra realidad social, ya que puede reproducir fielmente y garantizar una identificación (emocional) entre relato y espectador/a. Esta disposición, propia del cine, de imitar nuestras prácticas diarias, hace que las obras tengan credibilidad, estableciéndose este vínculo entre las figuras ficcionales y el público.

Cabe decir que, el relato breve de ficción, no es un producto cinematográfico, audiovisual, contaminado por las tendencias mediáticas, generalmente condicionados por la industria, en ocasiones, manipulados. Por el contrario, se trata de una creación comprometida con lo social, de ahí que aparezca cualquier aspecto fidedigno o próximo a ello, y relevante en nuestras vidas. Por citar un ejemplo, en la obra *Enterrats* (Alex Lora, 2009), se muestra la situación que experimentan los jóvenes en España en el momento de buscar una vivienda para alquilar o para adquirir. Este hecho se ha convertido en una preocupación generalizada en nuestro país, y ha sido plasmado en este tipo de creaciones. Quizá esta descripción cinematográfica pueda repercutir en los espectadores, y por extensión en la sociedad.

Durante la primera década del siglo XXI, se ha producido en nuestro país una tendencia a reflejar el contexto social en el cortometraje de ficción. Percibir este hecho nos hemos acercado al Festival de Cine de Medina del Campo. Certamen se sitúa como referente a nivel nacional y se implica en cuestiones sociales que a los/as ciudadanos/as nos inquietan, algo palpable en la programación de cada una de sus Ediciones.

Palabras clave: Social - Representación - Cortometraje

EL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL AULA PARA LA DETECCIÓN Y PREVENCIÓN DE ERRORES FRECUENTES

AUTORES

Diana Cembreros Castaño

Universidad Camilo José Cela (España)

dcembreros@ucjc.edu

Durante los últimos años, los sistemas de respuesta inmediata a través de *smartphones* están ganando popularidad en las aulas universitarias, ya que promueven la interacción en clase al permitir a cada alumno contestar a preguntas través de su dispositivo móvil y obtener *feedback* individual e inmediato. Las investigaciones previas señalan los beneficios de estos sistemas en cuanto a participación y motivación en el aula; sin embargo, aún no se ha abordado suficientemente la forma en la que los informes de estas preguntas en el aula pueden ayudar al docente a mejorar la planificación de contenidos.

El objetivo prioritario de este estudio es investigar el potencial de los informes de clase proporcionados por Socrative en la planificación de las revisiones de contenido del profesorado de inglés. Se estudia la detección de errores frecuentes, la utilidad de los resultados en tiempo real para revisar puntos conflictivos en clase, así como el análisis de informes de respuestas para la preparación de sesiones de repaso.

Este estudio contó con una muestra de 65 alumnos de la asignatura English I del Grado de Maestro en Educación Infantil de la Universidad Autónoma de Madrid. La experiencia se desarrolló a lo largo de un curso académico en clases presenciales. Se informó a los alumnos de que se utilizaría un sistema de respuestas a través de dispositivos móviles y que la puntuación en los tests no influiría en su calificación. En cuanto a los materiales, se elaboraron 300 preguntas de gramática y vocabulario, agrupadas en 12 tests de 25 preguntas de respuesta múltiple. La plataforma utilizada para los tests fue Socrative y los alumnos respondieron desde sus propios dispositivos o a través de ordenadores portátiles en préstamo bibliotecario. Se analizaron las respuestas de 12 tests iniciales, 12 tests de repaso y 3 tests finales.

Se alternaron sesiones de contenido nuevo y sesiones de repaso. En las primeras se apoyaban las explicaciones con series de preguntas a través de Socrative que proporcionaban *feedback* inmediato a los alumnos. Al final de cada clase se explicaban las preguntas más problemáticas, según los resultados obtenidos en tiempo real. Las sesiones alternas de repaso comenzaban con una breve revisión teórica de puntos problemáticos y un test con las preguntas que tuvieron más de un 50% de fallos en la sesión anterior. Finalmente, se pasó un test con pequeñas variaciones de las preguntas con los errores más frecuentes de los test de repaso de todo el curso.

Los resultados de esta experiencia fueron muy positivos. El análisis de errores permitió adaptar de manera eficaz las revisiones de contenido a las necesidades reales del grupo.

Las sesiones de repaso influyeron de manera positiva en los resultados de los test posteriores. Asimismo, el estudio permitió elaborar un corpus de errores frecuentes que puede ser de gran ayuda a la hora de planificar la enseñanza en otros cursos.

Palabras clave: *Smartphones* - Herramienta - Universidades

EXPERIENCIA EDUCATIVA SOBRE UNA RED SOCIAL PILOTO PARA EL REGISTRO DE DATA Y CONCIENTIZACIÓN CLIMATOLÓGICA EN LA ALDEA UNIVERSITARIA DE LA GUAJIRA: ASPECTOS LINGÜÍSTICOS

AUTORES

Jesús Cendrés Guasch y Pavel Cendrés Parra

U. del Zulia y U. Dr. Rafael Beloso Chacín y Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico e Ingeniería (Venezuela)

jcendros@urbe.edu y pcendros@urbe.edu.ve

En este trabajo se presenta los resultados del proyecto: Red Social Piloto para el Registro de data y Concientización climatológica en la Aldea Universitaria de la Guajira. (Proyecto No 2011001297 financiado por el FONACIT), tomando como principal componente el aspecto lingüístico.

Se estudia el impacto a nivel global del uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la incorporación de ciudadanos a las actividades de recolección y procesamiento de las variables meteorológicas, en este trabajo se muestra una investigación sobre el manejo lingüístico bilingüe con Wuayúunaiki en el desarrollo de material didáctico, así como de la importancia de incorporar a los miembros de la comunidad en la elaboración de material educativo sobre cambio climatológico para generar conciencia y participación activa en la protección del medio ambiente.

Los resultados muestran que las consideraciones lingüísticas son relevantes y la incorporación de miembros de la comunidad como traductores coadyuva a facilitar la participación.

Palabras clave: Red social – Climatología – Meteorología – Ambiente - Tecnología – Lingüística

LA REINSERCIÓN SOCIAL: UNA AGENDA PENDIENTE EN LA REALIDAD PENITENCIARIA MEXICANA

AUTORES

Patricia Liliana Cerda Pérez, José Gregorio Jr. Alvarado Pérez y Emma Cerda Pérez

Universidad Autónoma de Nuevo León (México)

cerda35@hotmail.com , greg_alvarado@hotmail.com y emmacerda@gmail.com

En plena edad productiva; de género masculino; casados o con pareja; católicos y/o cristianos mayoritariamente y, pertenecientes en casi 45 por ciento de los casos a familias nucleares son las principales características que quienes de encuentran internados en los centros penitenciario del Estado de Nuevo León, México. Recluidos ahí por delitos comunes obtuvieron durante el cumplimiento de su sentencia, mejorías en su educación, sin que se traduzca necesariamente en mejores oportunidades laborales o buenos salarios a su salida de los Centros de Readaptación Social (CERESO).

Con un promedio de estancia de 8 años dentro de los Centros de Readaptación Social, los egresos de tales reclusos se distinguen por escasas oportunidades de acceder a ingresos decorosos. Lo anterior se infiere por que sólo un 3.7 por ciento cursaron la preparatoria, lo cual representa un porcentaje mínimo en una sociedad llamada del Conocimiento, impulsada desde hace años en la entidad.

Durante el presente trabajo se analizan un total de 349 casos referentes a igual número de personas preliberadas durante los años 2012 y 2013 con el objetivo de analizar los perfiles socioeconómicos, educativos, familiares y de adaptación diagnosticas por los Consejos Técnicos Interdisciplinarios establecidos dentro de los centros penitenciarios de Nuevo León, México para los internos por delitos comunes y que, durante el período 2012 – 2013 fueron considerados como candidatos a pre-liberación.

Dichos documentos fueron facilitados por la Prganización No Gubernamental “Promoción de Paz”, esta institución de la sociedad civil que desde hace 20 años trabaja con internos de los penales y sus familias, tiene a su cargo labores desempeñadas en las llamadas instituciones abiertas; esquemas donde los reclusos viven en un esquema de libertad bajo control o condicionada, nos referimos a internos que han obtenido beneficios en su pre liberación.

Este análisis permitió examinar las condiciones socio-económicas, educativas, psicológicas, de adaptación, de salud y familiares y de comunicación en su núcleo, entre 349 internos dictaminados como candidatos a pre liberación durante los años 2012, en los tres penales de Nuevo León (CERESO Cadereyta; CEPRESO Topo Chico y CERESO Apodaca) y, a partir de este, establecer un perfil prototipo de internos por delitos de orden común que existen en las instalaciones de seguridad de este estado de la República Mexicana.

En México, el sistema de readaptación social es un pilar fundamental dentro de una política sistémica de seguridad pública en la nación. En los penales, una vez que los individuos son sentenciados y recluidos en ellos, la readaptación social se erige en una herramienta a través de la cual el Estado ofrece a los internos, educación, capacitación y/o trabajo, mediante los cuales puedan desarrollar actividades lícitas, una vez que éstos, concluyan sus sentencias.

Palabras clave: Centro penitenciarios – Pre liberados – Internos – Readaptación social – Perfil

EL *POLITING* EN LATINOAMÉRICA: EL CASO DE RAFAEL CORREA

AUTORA

Martha Carolina Chaparro Medina

Universidad EAN -Escuela de Administración de Negocios- (Colombia)

mchaparro.d@ean.edu.co

Durante los últimos treinta años la historia política ecuatoriana ha sido muy disímil a la del resto de países que conforman el bloque latinoamericano. Esto ha hecho que el estudio de su acontecer político sea interesante para el análisis y la incidencia del marketing político en los procesos electorales hemisféricos.

La propuesta parte de la hipótesis que el éxito de Rafael Correa y el movimiento Alianza PAIS, está relacionado con su capacidad de canalizar las necesidades de los diferentes grupos y organizaciones populares ecuatorianas, los cuales han encontrado en los postulados del movimiento Alianza PAIS la razón de ser del ecuatoriano, que ha venido desarrollándose alrededor de un proyecto nacional – popular reivindicador del control estatal y nacional de los recursos propios y el cual se encuadra en la denominación del socialismo del siglo XXI.

En relación a lo anterior, se han revisado varias investigaciones sobre el poder político ecuatoriano en las últimas décadas. Igualmente, hay estudios más precisos sobre la política de Rafael Correa y la incidencia de éste en las decisiones hemisféricas. A diferencia de estos trabajos, la presente propuesta busca conocer y describir la forma como el discurso del candidato Rafael Correa permea en la sociedad ecuatoriana y logra cambiar la intención de voto y la participación de la opinión pública en la toma de decisiones del Estado ecuatoriano, utilizando el marketing político como elemento generador de fidelización y sostenibilidad política

Para intentar dar respuesta al cuestionamiento planteado, se revisaron algunos de los aportes teóricos más representativos sobre qué es el marketing político, la opinión pública y su relación con los procesos electorales ecuatorianos.

Palabras Clave: Marketing Político - Comunicación electoral - Persuasión electoral

PAPEL DE LOS INVESTIGADORES EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

AUTOR

Kerwin José Chávez Vera

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

kerwinchavez@gmail.com

El Estado venezolano ha promovido en los últimos años cambios en el diseño y formulación de políticas públicas en ciencia, tecnología e innovación lo que representa un giro en su visión en cuanto al papel que estos aspectos cumplen en el proceso de desarrollo de la nación. De allí que algunas directrices giren en torno a propiciar en las universidades la realización del quehacer científico fuera de sus ámbitos cerrados y disciplinares, y con ello lograr una relación con el entorno que genere redes de actores Universidad-Comunidad, de problemáticas y de conocimientos, con el propósito de producir impacto y generar cambios en la vida de las personas.

En tal sentido, y para promocionar ese proceso de transformación surge el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2005-2030, en el que se deja de verse estos aspectos como meras parcelas, para considerarlo como un sistema integrado e interconectado de actores, instituciones, Estado y como tal, y con base en ello proponer mecanismos que permitan combinar el capital social e intelectual con el objetivo de mejorar la capacidad productiva y la calidad de vida de los ciudadanos.

Lo anterior conlleva a los investigadores a plantearse algunas cuestiones relevantes, como es su papel en el cumplimiento de estas políticas de carácter público, la visión que estos deben tener en ese sentido y el grado en el que pudiesen contribuir con formación de una nueva cultura científico-tecnológica como eje transformador de la actividad investigativa que permitan la generación, la transferencia, y de construcción de un conocimiento que se convierta en un saber colectivo útil a la sociedad.

Palabras clave: Investigadores – Plan Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación 2005-2030 - Universidad - Comunidad científica

EL APRENDIZAJE COOPERATIVO COMO HERRAMIENTA PARA LA FORMACIÓN DE INVESTIGADORES NOVELES

AUTORES

Kerwin José Chávez Vera y Yenireth Trias

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

kerwinchavez@gmail.com

La sociedad venezolana requiere la preparación de profesionales comprometidos con el desarrollo de estudios que aporten soluciones a los problemas que enfrenta el país. Consciente de ello, el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno, ente investigativo adscrito a la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (CIPDE-UNERMB) promueve un proceso de formación en el quehacer científico en los estudiantes universitarios.

El proceso formativo se desarrolla siguiendo un modelo basado en la Investigación Acción, con el que se busca cambiar la forma en la que los estudiantes perciben el hacer ciencia. Tal plan formativo incluye desde su inicio el contacto vivencial del estudiante con la investigación para lograr con ello el desarrollo de un proceso real e interesante.

Una de las herramientas empleadas para tal proceso, es el aprendizaje cooperativo con el que se busca que los investigadores noveles en formación no solo entiendan la relevancia de trabajar en equipo, sino que sean además capaces de establecer discusiones y diálogos de saberes, compartir sus experiencias y contribuir a la solución de problemas que se presentan en su contexto.

Este proceso de formación se realiza de manera permanente, buscando la integración de los estudiantes en todas las investigaciones que desde el CIPDE-UNERMB se llevan a cabo. A la fecha más de doscientos estudiantes han pasado por el centro de investigación con el fin de añadir a sus competencias formativas la investigación, y con ello convertirse en un profesional integral, con una firme convicción de la importancia que tiene en su contexto, además consciente que solo mediante la desarrollo y ejecución de investigaciones con pertinencia lograra resolver los problemas que enfrenta la sociedad actual.

Palabras clave: Investigadores - Aprendizaje Cooperativo - Quehacer científico

COMPRENDIENDO LA EDUCOMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES: UN ANÁLISIS DE FACTORES CLAVE

AUTORES

Andrés Chiappe y Vivian Arias

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

andres.chiappe@unisabana.edu.co y vivian.arias@unisabana.edu.co

La incorporación educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es un fenómeno complejo y ampliamente abordado por la literatura. No obstante la magnitud y diversidad de dicha literatura, es interesante reconocer el poco efecto que las TIC han tenido sobre la generación de transformaciones de fondo en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Por otra parte, la educación es por excelencia un fenómeno comunicativo. Si bien lo anterior ha sido igualmente abordado por la literatura a partir de la formulación del término *Educomunicación*, la manera como éste término se desarrolla en el contexto de la mediación de las TIC es todavía un campo de estudio emergente, toda vez que el desarrollo tecnológico es aceleradamente cambiante y evoluciona a un ritmo que la educación no es capaz de asimilar con facilidad. En ese sentido, comprender las limitaciones y potencial de los procesos educocomunicativos en diversos entornos mediados por TIC, resulta clave para comprender igualmente la naturaleza de la enseñanza y del aprendizaje que se desarrolla en nuestros tiempos.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este artículo se describe un estudio realizado durante dos años y medio en el cual se analizaron 247 experiencias de incorporación educativa de las TIC desde la óptica educocomunicativa. Lo anterior se complementó con un proceso de meta-síntesis de literatura especializada sobre el tema, lo cual permitió identificar diversos factores clave para su desarrollo. El análisis de la educocomunicación se realizó desde 4 categorías: intercambios de información, emociones, contenidos y relaciones entre los actores del proceso educativo. Estas categorías se aplicaron a 5 escenarios distintos de incorporación educativa de las TIC, a saber: apoyo a la presencialidad, procesos híbridos o mixtos (*blended learning*), ambientes virtuales de aprendizaje (*e-learning*), uso de dispositivos móviles (*m-learning*) y a procesos abiertos de formación (MOOC).

Los resultados del estudio mostraron que cada escenario de incorporación educativa de las TIC representa un reto distinto para el diseño y ejecución de los procesos comunicativos que subyacen y caracterizan tanto la enseñanza como el aprendizaje en entornos digitales. En ese mismo orden de ideas, se encontró que los contenidos educativos sujeto del proceso comunicativo deben ajustarse tanto en forma como en fondo dependiendo de las particularidades de cada escenario educativo mediado por TIC. Igualmente se encontró que las emociones, siendo un factor estructural en la efectividad del proceso comunicativo tal y como se menciona en la literatura especializada, resultan particularmente afectadas por el uso de instrumentos tecnológicos como mediadores del aprendizaje. Finalmente, dada la emergencia actual de los MOOC en el ámbito educativo, resulta imperativo profundizar en la manera como la comunicación se manifiesta y determina la acción educativa.

Palabras clave: Educomunicación – Contenidos educativos digitales – Interacción mediada por TIC – Educación y TIC – Comunicación educativa

HACIA LA COMPRENSIÓN DE LA PRODUCCIÓN ABIERTA DE CONTENIDOS EDUCATIVOS DIGITALES: UN PROCESO COMPLEJO

AUTORES

Andrés Chiappe y Mónica Herrera

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

andres.chiappe@unisabana.edu.co y monicahea@unisabana.edu.co

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es una de las tendencias educativas de mayor crecimiento y representa uno de los grandes retos para las instituciones educativas actuales y para los maestros y aprendices de estos tiempos. Siendo éste un fenómeno complejo, se manifiesta de múltiples maneras: como apoyo a procesos educativos presenciales, mediante modalidades híbridas o mixtas, como procesos online, mediados por dispositivos móviles, a través del uso de redes sociales, entre otras.

Cada una de estas manifestaciones tiene unas implicaciones prácticas distintas y sus propias particularidades teóricas. No obstante tales diferencias, todas tienen al menos un aspecto en común: se requiere la creación de contenidos educativos digitales ajustados a las exigencias de su contexto. Al respecto cabe mencionar que de todos los procesos involucrados en la incorporación educativa de las TIC, uno de los que tradicionalmente se convierte en cuello de botella es precisamente el de la creación de tales contenidos.

Para abordar este proceso, las instituciones educativas han surtido tradicionalmente tres estrategias distintas: la capacitación docente para la creación de contenido, la contratación externa y la consolidación de equipos especializados de producción. Una cuarta opción emerge para subsanar las limitaciones de estas estrategias: la producción de contenidos en red. Cabe anotar que esta cuarta opción ha sido muy poco explorada tanto desde la investigación como desde la experiencia y debido a esto hay poco conocimiento disponible acerca de sus limitaciones y aportes como práctica educativa mediada por TIC. Esta práctica es equiparable conceptualmente a lo que se conoce como *Producción Abierta de Contenidos Educativos*, la cual es una de varias Prácticas Educativas Abiertas.

En este artículo se describe un proceso investigativo de naturaleza cualitativa desarrollado como un estudio de caso cuyo propósito se enfocó en identificar alcances y limitaciones de esta práctica educativa abierta. Este estudio se llevó a cabo durante dos años, período en el cual se adelantaron procesos de caracterización y revisión de literatura y de implementación de una experiencia abierta de producción de contenidos educativos digitales para la enseñanza del inglés como segunda lengua. La información recolectada en esta investigación se abordó de acuerdo a 3 categorías de análisis correspondientes a 3 atributos de “lo abierto”, a saber: libre acceso, colaboración y adaptación.

Los resultados del estudio mostraron, entre otras cosas, la importancia de la creación de sentido de comunidad como un factor de éxito para esta práctica educativa abierta. Igualmente se encontró que la visibilidad y comunicación en redes sociales y la experiencia o la experticia de los colaboradores en materia del manejo de software de acceso libre para adaptar contenidos, son también factores clave para el adecuado desenvolvimiento de este tipo de procesos productivos.

Palabras clave: Prácticas educativas abiertas – Producción de contenidos educativos – Educación abierta – Educación y TIC – Recursos educativos abiertos

INNOVANDO EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA DE ECONOMIA DE LA EMPRESA A TRAVÉS DEL MÉTODO DEL CASO

AUTORA

Yolanda Chica

Universidad del País Vasco (España)

Yolanda.chica@ehu.es

En este artículo se describe la experiencia en la aplicación del Método del Caso en la asignatura de Economía de la Empresa: Introducción. Decir que se trata de una asignatura de primer curso común y obligatoria para todo el alumnado que cursa alguno de los cinco grados que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Bilbao de la Universidad del País Vasco UPV/EHU, a saber, Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Economía, Grado en Marketing, Grado en Finanzas y Seguros y Grado en Fiscalidad y Administración Pública.

Cabe destacar que esta metodología se implementó durante el curso académico 2010/2011, curso en el que tuvo lugar la implantación de las Enseñanzas Oficiales de Grado en esta Universidad. En el artículo se detalla el contexto en el que tuvo lugar la implementación del Caso, caracterizado principalmente por grupos de en torno a 100 alumnos/as, también se resumen las actividades que se desarrollaron a través del mismo, y por último, se presentan los resultados principales obtenidos de un cuestionario de opinión que sobre esta metodología se pasó al alumnado participe de esta experiencia. A modo de conclusión, también se recoge la valoración global del profesorado una vez finalizada la aplicación del Caso.

La experiencia a que nos referimos en este artículo se llevó a cabo mediante la implementación del Caso “¿Kukuxu... qué?: Emprendedores contra corriente”, Caso que realizamos dentro del Programa de Formación del Profesorado en Metodologías Activas de Enseñanza ERAGIN, de la Universidad del País Vasco, UPV/EHU (Garmendia y Guisasola, 2014).

Palabras clave: Método del Caso - Docencia Universitaria - Innovación Educativa

PERCEPCIONES DEL ALUMNADO DE ERASMUS ACERCA DE LAS COMPETENCIAS DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO

AUTORES

María Jesús Colmenero Ruiz y Antonio Pantoja Vallejo

Universidad de Jaén (España)

mjruijz@ujaen.es y apantoja@ujaen.es

El proceso de convergencia en el que están inmersos los sistemas educativos europeos, con los que se inicia la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), introduce los nuevos ejes en torno a los cuales girarán los modelos educativos de los estados miembros: las competencias y habilidades que deberán alcanzar los estudiantes cuando concluyan su formación (Gallego y Rodríguez, 2014). Del mismo modo, consideramos que los programas de movilidad constituyen una línea fundamental de actuación para facilitar el intercambio de contenidos, metodologías y recursos y para potenciar la generación y transmisión de conocimiento (Pineda, Moreno y Belvis, 2008). Así pues, el programa Erasmus es considerado uno de los grandes impulsores de la movilidad académica europea en el nivel de la enseñanza superior durante los últimos 25 años.

En la presente comunicación se pretende detectar las percepciones del alumnado de ERASMUS acerca de las competencias que desarrolla el profesorado europeo en su quehacer didáctico universitario. Para ello se parte de interrogantes como: ¿Cuáles son las principales características de la labor de los docentes universitarios de la Unión Europea? ¿Qué competencias son las que destacan en su trabajo? ¿Qué implicaciones tiene el desempeño docente en el futuro profesional del alumnado? ¿En qué medida repercuten en la formación recibida en la titulación?

Con tal fin se diseña un instrumento *ad hoc* para recoger información relevante sobre las competencias docentes desarrolladas: el portafolio. El mismo, permite al alumnado de Erasmus expresar su percepción sobre la docencia universitaria y las competencias (curriculares, didácticas, metodológicas, organizativas, comunicativas, evaluativas y relacionadas con las TIC) observadas durante el desarrollo de las clases. Cada portafolio lleva un registro de las actividades realizadas en el aula, que contempla los modelos explicativos elaborados en cada momento y las reflexiones subsiguientes a que éstas dieran lugar; se trata de que estos estudiantes recojan información relevante sobre la forma en que se plantea la docencia universitaria en las materias cursadas, de tal manera que expresen cómo ven el acto docente los que son protagonistas del mismo, adoptando una visión diferente de la vida de las aulas.

Los resultados del estudio muestran cómo existe una percepción positiva en las grandes competencias analizadas y, en general, del profesorado en su función docente. Los aspectos curriculares, didácticos y metodológicos siguen un planteamiento más bien tradicional (la práctica se basa en la teoría previa); se sigue el temario sin vincularlo con la toma de decisiones; la comunicación es fluida, pero excesivamente unidireccional; se contempla un trasvase del modelo de aprendizaje hacia las TIC, en especial, al uso de las plataformas educativas; finalmente, el sistema de evaluación son muy dispares y dependen de cada docente, es decir, no existen patrones que se pudieran considerar institucionales.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior – ERASMUS – Competencias docentes – Portafolios

LOS PRINCIPALES PARADIGMAS Y PERSPECTIVAS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS CONTEMPORÁNEAS: UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PARA EL ESTUDIO DE LA DISCIPLINA

AUTOR

Marc Compte Pujol
Universidad Ramón Llull (España)
MarcCP5@blanquerna.url.edu

A diferencia de lo que sucede en otras ciencias sociales, los investigadores en relaciones públicas tienden a obviar la existencia de los múltiples acercamientos teóricos en sus estudios sobre la disciplina (Stacks et al., 1996: 459). Este hecho podría deberse tanto a la relativa escasez de clasificaciones conceptuales existentes, como a la falta de quórum sobre la división, las fronteras y la nomenclatura de las mismas.

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la aparente complejidad teórica y terminológica de las relaciones públicas contemporáneas, el presente estudio busca ordenar y simplificar de un modo esquemático la diversidad de paradigmas y perspectivas que coexisten en la actualidad.

Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica de las principales clasificaciones realizadas anteriormente por expertos académicos de ámbito español e internacional, buscando la identificación de aquellos conceptos clave que las asemejan y de aquéllos que las distinguen.

Tras detectar las principales líneas de pensamiento que sobresalen de las categorías analizadas, el estudio concluye con una propuesta de clasificación elaborada por el autor, capaz de aglutinar y ordenar los principales paradigmas, perspectivas y teorías en relaciones públicas de un modo coherente con los grandes paradigmas existentes en ciencias sociales.

Palabras clave: Paradigmas en Ciencias Sociales – Paradigmas en Relaciones Públicas – Teoría de las Relaciones Públicas

GESTIÓN CURRICULAR UNIVERSITARIA EN LA ADAPTACIÓN AL ENFOQUE DE COMPETENCIAS

AUTORES

María Rita Concepción García y Félix Rodríguez Expósito

U. Autónoma del Caribe (Colombia)

rconcepcion@uac.edu.co y frodriguez@uac.edu.co

El currículo universitario considerado un proyecto educativo sobre la base del cual se gestiona el proceso de enseñanza aprendizaje para la formación integral, deberá ser pertinente, para ello se requiere determinar los problemas del contexto del egresado y las competencias que desarrollará para su desempeño profesional y social. Lo anterior relaciona a la universidad en su interacción con la vida y la práctica laboral, lo que supera la noción limitada del currículo como un conjunto de cursos.

El trabajo aporta una metodología para la gestión curricular en el proceso de adaptación al enfoque de competencias en la Universidad Autónoma del Caribe, Colombia (UAC), como un proceso permanente que transcurre en etapas interrelacionadas, en las que cada una de ellas caracteriza una parte del proceso como un todo influyéndose mutuamente entre sus componentes: Preparación de los docentes, Diseño-rediseño del currículo, Ejecución, Control y seguimiento. La consecución de estas etapas persigue un mejoramiento permanente de la calidad de la enseñanza y el aprendizaje en la institución. Lograrlo requiere implementar y dar seguimiento al currículo diseñado. Un proceso de construcción que invita al diálogo con profesores y estudiantes en una investigación tipo mixta que indaga y construye currículo basado en nuestras realidades. Ésta se soporta en recursos informáticos para la docencia desarrollados por “Academia” -Centro de Desarrollo de Sistemas de la Universidad Autónoma del Caribe-.

La metodología facilitó la construcción participativa de buenas prácticas de gestión curricular, potenciando la integralidad del aprendizaje de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para un desempeño competente del estudiante, en un ambiente de formación humana y contextualizada. Desde 2010 y con base en esta metodología la Universidad Autónoma del Caribe, ha desarrollado una renovación curricular de todos sus programas en el proceso de adaptación al enfoque de competencias, demostrando una gestión curricular con criterios comunes de administración de los procesos en todos sus programas o carreras. Entre los resultados de esta investigación se obtuvo información cuantitativa y cualitativa que permitió evaluar el incremento de la calidad de la gestión curricular y el estado de satisfacción de los estudiantes con la formación recibida. La metodología ha facilitado la preparación de los docentes sobre la toma de conciencia del carácter de sistema del currículo y su pertinencia social comprendiendo la necesidad de relacionarlo con los problemas del entorno para darle vida y realidad al currículo y promover compromisos del futuro profesional con el desarrollo sostenible en su región.

Un aplicativo del programa del curso como soporte informático ha permitido unificar criterios de planificación y administración de la docencia en la universidad para su montaje, control y seguimiento, incluyendo el trabajo independiente como un componente curricular que implica compromiso y responsabilidad del docente y el estudiante con la dedicación de tiempo para el dominio del contenido establecido en el crédito académico.

Palabras clave: Competencias - Gestión Curricular Universitaria - Seguimiento Curricular - Metodología

ANÁLISIS DE NARRATIVAS: UNA TÉCNICA PARA DEVELAR LA PRAXIS DEL DOCENTE UNIVERSITARIO

AUTORES

Marcial Conde, Osiris Frías y Reinaldo Rico

Corporación Universidad de la Costa (Colombia)

mconde1@cuc.edu.co, ofrias@cuc.edu.co, rrico2@cuc.edu.co

A partir de la línea de recomendaciones y estudios de la Unesco (1995, 2004, 2012), se ha reiterado en la importancia estratégica de la práctica docente, como un factor fundamental para el cambio y desarrollo de la Educación Superior. En consecuencia, el presente artículo ha sido derivado de un proyecto de investigación cuyo propósito central comprendió el análisis de contenidos de las narrativas como insumo en la identificación y comprensión de los componentes constitutivos y funcionales de la praxis docente. Para tal efecto se asumió el paradigma de corte histórico – hermenéutico, con un abordaje metodológico cualitativo, sustentado en el análisis sistemático de las narrativas a partir de la técnica de análisis de contenidos (Krippendorff, 1990; Bardin, 1996; Mayring, 2000). Esta es una técnica de investigación cualitativa apropiada para describir de manera objetiva y sistemática, el contenido manifiesto o implícito de una fuente de datos.

La muestra contó con la participación de 49 docentes de Ciencias Básicas de la Corporación Universidad de la Costa – CUC, cada uno de ellos a su vez en el desarrollo de sus clases permitió la generación de una muestra analítica de 147 narrativas que constituyeron el corpus, en congruencia con las exigencias metodológicas de Kolb & Burnett (1991) quienes formulan los criterios de calidad del universo de análisis cualitativo “corpus”, identificando el análisis de narrativas como una estrategia pertinente para el presente estudio.

A partir del seguimiento formulado en el protocolo de análisis de narrativas se identificaron los principales resultados, expresados en la generación de un sistema de categorías emergentes, articulado funcionalmente con el escenario de las redes semánticas, como insumos derivados del procesamiento sistemático de las narrativas con el software Atlas Ti. Dentro de los principales hallazgos, las narrativas señalan dos tipos de praxis docente: *reflexiva* y *tradicional*. La investigación atribuye la connotación de la *práctica reflexiva*, en contextos develados por la narrativas de los maestros fueron procesos reflexivos, acuerdos, y relación horizontal maestro estudiante, que denota una relación maestro estudiante en un nivel horizontal de comunicación, de diálogo, de concertación, en congruencia con Lucio (1989) en sus aportes sobre la práctica pedagógica, de naturaleza institucional, con impacto en los modelos y procesos de formación educativa y una esencia constructivista del saber.

De otra parte, la connotación de la *práctica tradicional*, se genera a partir de la relación vertical maestro estudiante, centrada en las normas y reglas con citas tales como “los alumnos se sienten derrotados” y categorías emergentes asociadas más a los criterios de control que a los procesos de aprendizaje activo. Los resultados, orientan reflexiones consistentes con los aportes de Tolchinsky (2002), quien plantea el reto de la praxis docente como un facilitador y generador permanente de experiencias para promover el aprendizaje significativo con los estudiantes.

Palabras Clave: Análisis de Narrativas - Atlas Ti - Ciencias Básicas, Educación Superior - Praxis Docente

ESCALA PARA MEDIR EL DESEMPEÑO EN GRUPOS DE TRABAJO VIRTUAL

AUTORES

Gilberto Manuel Córdova Cárdenas, Ramón René Palacio Cinco y Joaquín Cortez González

Instituto Tecnológico de Sonora (México)

gilberto.cordoba@itson.edu.mx, ramon.palacio@itson.edu.mx y joaquin.cortez@itson.edu.mx

La educación a distancia se da en un ambiente en donde existe separación geográfica entre el tutor y el alumno, vinculándose a través del uso de las nuevas tecnologías de la información. Uno de los elementos clave de la educación a distancia son sus plataformas tecnológicas y/o tecnologías que permiten la compartición de recursos, y proporcionan casi todos los posibles servicios a disposición de los estudiantes y tutores.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito evaluar el desempeño de los miembros de los equipos de trabajo virtual en cuanto a la realización de tareas y por el uso de herramientas para identificar factores que impiden el buen desempeño de esta modalidad de trabajo en grupo. Para este estudio participaron 94 estudiantes de diferentes instituciones educativas que cursaban asignaturas en modalidad virtual.

Para esto se diseñó un instrumento para medir el nivel de desempeño de los miembros del equipo de trabajo para realizar las diferentes actividades que los cursos demandan. Dicho instrumento fue sustentando en las características de los grupos virtuales. Este instrumento contiene dos dimensiones relativas a nivel de desempeño por uso de la herramienta y nivel de desempeño por realización de tareas.

Los resultados obtenidos fueron, en relación a un nivel alto de desempeño por uso de la herramienta, las plataformas UVA, DRIVE y MOODLE, los participantes (69%) presentan un nivel de desempeño alto a diferencia de la plataforma SAETI, donde sus participantes (31%) mostraron su desempeño bajo en su uso. Asimismo se encontró que la herramienta donde los participantes mostraron mayor habilidad en su uso fue DRIVE. También se encontró una relación directamente proporcional entre el nivel de desempeño por la realización de tareas en equipo de trabajo con el nivel de desempeño por el uso de la plataforma. Por lo que se concluye que la escala de medición de desempeño en grupos de trabajo virtuales propuesto permitió identificar las características de desempeño de los miembros de los grupos de trabajo virtuales y su familiaridad con las herramientas que utiliza para llevar las asignaturas.

Asimismo, los resultados de este estudio motiva a la reflexión y selección de plataformas y/o tecnología que promueva que los grupos virtuales se desempeñen de mejor forma, de tal manera que permita a los tutores identificar las características de los participantes en cuanto al manejo de la plataforma y su uso con lo cual podría emprender estrategias didácticas que promuevan la participación activa de sus estudiantes. En ese mismo sentido, estos resultados que se pueden obtener con el instrumento pueden ayudar a que los estudiantes conozcan las características de sus compañeros y de alguna manera inferir las acciones que apoyen a que los compromisos en equipo se logren en tiempo y forma.

Palabras Clave: Equipos de Trabajo Virtual - Educación a Distancia - Medición del Desempeño

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: FATORES RELACIONADOS À EVASÃO E À PERMANÊNCIA ESTUDANTIL EM UM POLO DE APOIO PRESENCIAL

AUTORES

Ricardo Antonio Cornélio e Fernanda Carla Wasner Vasconcelos

Centro Universitário UMA (Brasil)

quimica01136@gmail.com e fernanda.wasner@prof.una.br

O maior desafio que as organizações enfrentam nos dias atuais está relacionado à adoção de medidas adequadas para lidar com a grande velocidade de inovação. A Educação a Distância (EaD), com a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) cresce em alta velocidade, possibilitando acesso a um número cada vez maior de sujeitos. A utilização da internet tem possibilitado a pesquisa de informações para a realização de trabalhos escolares e até a realização de cursos de graduação e pós-graduação totalmente a distância, ou seja, a Educação a Distância (EaD) permite que professores e alunos tenham relacionamento sem qualquer contato físico. Uma das vantagens frequentemente citada da EaD é permitir ao aluno estudar onde quer que esteja e quando lhe for mais conveniente.

Junte-se a essa liberdade de estudar em qualquer lugar e a qualquer momento a utilização de computadores cada vez mais velozes e o desenvolvimento de novos aplicativos, propiciando o crescimento da Educação a Distância, porém, essa expansão e o uso das tecnologias, por si só, não são capazes de evitar a ocorrência de evasão. Evitar o aumento da evasão e levantar as suas causas é atividade de relevância para as instituições que tenham a capacidade de dar apoio aos estudantes durante o desenvolvimento de seu curso. A preocupação com a evasão no processo de Educação a Distância tem crescido no âmbito acadêmico, porém, o assunto ainda é pouco explorado, especialmente, no tocante às causas da evasão. Acredita-se, desse modo, que este estudo contribuirá para a compreensão do tema.

Para tanto, faz-se necessária a adoção de modelos de avaliação capazes de identificar os motivos relacionados à permanência ou à evasão estudantil nos cursos EaD. Neste estudo analisaram-se os seguintes fatores: características dos cursos, as condições de trabalho, as questões tecnológicas e os aspectos pessoais, que mais motivam as evasões/permanências em cursos na modalidade a distância. Através de dados sócio-demográficos, buscou-se identificar as características do alunado, constituído de alunos e ex-alunos de graduação de um Polo de Apoio Presencial (PAP) do município de Itabira (MG), Brasil.

Os resultados deste estudo apontam que o grau de complexidade do curso, a habilidade do aluno em concluir o curso, o acesso ao sistema virtual (AVA), eventos familiares durante a realização do curso, o acesso ao material didático utilizado, bem como a qualidade e o feedback/orientações fornecidos pelo tutor em relação às participações dos alunos e o incentivo familiar para a realização do curso são os principais fatores que atuam sobre a evasão e/ou a permanência desses alunos.

Palabras clave: Educação a Distância - Tecnologias e educação - Evasão/permanência escolar - Gestão escolar

MIEDOS Y RETICENCIAS ANTE EL ABP EN CONTABILIDAD: LA ZONA DE CONFORT

AUTORES

Javier Corral Lage, J. Iñaki De la Peña, Sonia García Delgado, Izaskun Ipiñazar Petralanda y Noemí Peña Miguel

Universidad del País Vasco (España)

javier.corral@ehu.es; sonia.garcia@ehu.es; jinaki.delapena@ehu.es; izaskun.ipinazar@ehu.eus y noemi.pena@ehu.es

La Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea a lo largo de estos últimos años ha impulsado la implementación de metodologías de enseñanza activas en las asignaturas que se ofertan en sus grados, promoviendo la utilización de las mismas en el entorno estudiantil. Desde el año 2007 y hasta el curso 2013/2014, más de 1559 profesionales de un total de 4.177 se han formado a través de diversos programas. Entre ellos profesores de la asignatura Contabilidad Financiera Superior en el contexto del Grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Bilbao, que conscientes de este cambio, intervenimos en la adaptación de parte de los materiales docentes. Todo ello con el fin de poner en marcha la implementación de metodologías activas a partir del curso 2012/2013 mediante la utilización de la metodología Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).

El objetivo de este trabajo es dilucidar cómo la conocida “zona de confort” es el principal óbice a la hora de implementar la metodología Aprendizaje Basado en Problemas (ABP). A través de un proceso empírico, se trató de averiguar qué implicaciones supusieron la utilización de ambas metodologías y sistema docente tradicional, en los dos agentes principales del proceso: el alumnado y el profesorado. Se testaron las opiniones del alumnado mediante encuestas y la del profesorado a través de grupos de discusión.

Del análisis de los resultados se demuestra que la resistencia al cambio, en el caso del profesorado, y los miedos y dificultades para dar a conocer sus opiniones por parte de los alumnos y alumnas universitarios, son la causa principal que dificulta la materialización del método ABP en las aulas.

Palabras clave: ABP - Metodología activa - Contabilidad - Zona de confort - Enseñanza - aprendizaje

EL APRENDIZAJE DE LAS REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DE FUTURAS MAESTRAS DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

José Miguel Correa Gorospe y Estibaliz Aberasturi Apraiz

Universidad del País Vasco (España)

jm.correagorospe@ehu.eus y estitxu.aberasturi@ehu.eus

El proyecto *Big Bang Data*, está inspirado en la exposición artística del mismo nombre (www.cccb.org/es/exposicio-big_bang_data-45167). En una sociedad mediatizada por las interacciones tecnológicas nuestro rastro, reputación *on line* e identidad digital, se construye en un contexto donde Internet ha intentado sostener el mito de la democratización, igualdad de oportunidades y la privacidad de la red.

Uno de los problemas relacionados con el momento de uso intensivo de las tecnologías que nos está tocando vivir es el de la vigilancia y el control en Internet y un espacio de investigación asociada a la mercantilización y transformación de nuestras identidades como es el conocido con el nombre de *Big Data*.

En esta comunicación presentamos esta experiencia de aprendizaje basada en las artes con un grupo de futuras investigadoras educativas del master de investigación de la Universidad del País Vasco (España).

Palabras clave: Identidad - Formación de profesores - Digitalización - Internet - Brecha digital

COMPORTAMIENTO PROAMBIENTAL Y DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTOR

Omar Fernando Cortés Peña

Corporación Universidad de la Costa (Colombia)

ocortes3@cuc.edu.co

Este estudio comprende una aproximación teórica sobre la comprensión que tienen los jóvenes acerca de su comportamiento pro-ambiental y actitudes frente al desarrollo económico sostenible, a partir de la integración de los marcos de la Psicología Económica, Psicología del Consumidor, Economía del Comportamiento y la Economía Ecológica, resaltando las contribuciones teóricas y empíricas de Ortega & Botero (2007), Denegri et al. (2002, 2003, 2004, 2006, 2009, 2014), Sandoval (2006, 2008, 2012) y Cortés (2008, 2011, 2014), entre otros.

En este contexto, el principal referente empírico comprende la investigación doctoral sobre el diseño de un Modelo de Evaluación Multidimensional del Pensamiento Económico – VMPE de Cortés (2014), la cual contó con la dirección y tutoría de Abello, Denegri y Pérez-Acosta (2014). En este estudio se diseñó la *Escala de Comportamiento Proambiental y Desarrollo Económico Sostenible*; teniendo en cuenta la necesidad de establecer un vínculo funcional entre los conceptos de comportamiento pro-ambiental, consumo responsable e inteligente y el comercio justo; como factores clave en la etapa de desarrollo sostenible.

En el presente estudio se administró la *Escala de Comportamiento Proambiental y Desarrollo Económico Sostenible* a una muestra aleatoria de 243 estudiantes de Psicología. Los resultados proporcionaron evidencia de la fiabilidad de la escala Alfa de Cronbach (α : 0.89), adicionalmente se estimaron los coeficientes de correlación ítem - escala oscilando con un rango comprendido entre (r : 0,364 a r : 0,624). Los resultados se resaltan la preocupación cognitiva de los jóvenes frente a los problemas de orden pro-ambiental; sin embargo, sus prácticas y actitudes requieren un mayor nivel de fortalecimiento en el contexto de un desarrollo económico sostenible.

En resumen, los resultados de este estudio apuntan a la importancia de la formulación de políticas, campañas articuladas y programas en curso, que son a su vez, los desafíos constantes para aumentar la eficacia de los programas de conservación del medio ambiente, así como la modificación de las prácticas culturales en términos de promoción del consumo responsable de los recursos naturales y la capacitación económica para promover el desarrollo sostenible. (Durán, Alzate, López y Sabucedo, 2007; King, 2002; Foxall, Oliveira Castro, et al, 2006; Cortés, 2011; Cortés y Botero, 2011; Herrera y Cortés, 2012; Cortés, Abello, Denegri y Pérez -Acosta, 2014).

Palabras Clave: Comportamiento Pro-ambiental - Desarrollo económico sostenible - Psicología Económica

POLITICAL *WEBDOC*: EL NUEVO ESCENARIO PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

AUTORAS

Laura Cortés Selva y Marta Pérez Escolar

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

lcortes@ucam.edu y martaperez@ucam.edu

El poder ciudadano depende de la disposición del individuo a participar en el espacio público y en su capacidad para forjar sus propias opiniones, independientemente de los juicios de valor que transmitan los mensajes mediáticos. La revolución digital ha facilitado que la “sociedad red” (Castells, 2008) pueda confeccionar su propia agenda temática de intereses de forma independiente a la de los medios o a la de los líderes políticos (Benkler, 2006; Shirky, 2008). Este nuevo escenario es propicio para una “comunicación participativa” (Servaes, 1996; Servaes & Malikhao, 2005), en la que los ciudadanos colaboran de modo activo en el escenario público y político.

En este contexto surgen los *webdocs*, plataformas digitales en las que convergen los *new media* (Manovich, 2001), los cuales comparten con los medios de comunicación tradicionales el deseo de contar historias y cuya característica principal es la interactividad. Esta comunicación defiende que el maridaje entre los *webdocs* y la política permite –a través de la transformación del esquema comunicativo unidireccional de Laswell (1948) en otro paradigma de carácter multidireccional- la creación de modelos políticos más abiertos, capaces de aumentar y configurar nuevas formas de participación ciudadana en el espacio público y que convierten el relato político (*political storytelling*) en un elemento orgánico. Los ciudadanos, según Dahlgren (2013), tienen las habilidades necesarias para producir sus propios contenidos, interactuar con los demás miembros de la comunidad, compartir información y participar en los debates políticos y movimientos sociales organizados en el entorno digital.

Por tanto, el objetivo principal de esta investigación es mostrar las posibilidades desde el punto de vista político que ofrecen los *webdocs* para que el ciudadano participe activamente en la vida política y que sus acciones tengan una repercusión real al permitir no solo la comunicación directa con el gobierno, sino entre los propios ciudadanos de forma ubicua y en tiempo real. Para ello se realiza un recorrido por un conjunto de *webdocs* en los que la actividad política está presente desde una forma representativa.

Palabras clave: *Webdoc* – Participación ciudadana - *Storytelling* – Política – New media

EL TRIÁNGULO INMERSIVO: PANTALLAS, FORMATOS Y ESPECTADORES EN LA ERA DEL CINE DE REALIDAD VIRTUAL

AUTORA

Laura Cortés Selva

Universidad Católica de Murcia (España)

lcortes@ucam.edu

El término “inmersión” alude a la capacidad del ser humano para introducirse en otros universos, ya sean ficticios o más o menos próximos a la realidad. Sin embargo, ¿qué sentido adquiere aplicado al ámbito de la cinematografía?

Esta presentación trata de mostrar que, aunque el deseo inmersivo es una constante presente desde los orígenes del cinematógrafo, la historia del cine puede dividirse en tres etapas atendiendo al nivel de inmersión logrado, por parte del espectador, en cada una de ellas. Dicha inmersión está condicionada por las transformaciones sufridas en los tres elementos que conforman el denominado *triángulo inmersivo*: las pantallas, los formatos y las audiencias.

Para lograr el objetivo expuesto se ha realizado un recorrido histórico desde los inicios del cinematógrafo hasta la actualidad, a través de un análisis de los principales autores que reflexionan en torno a la historia del cine. El principal interés de dicho análisis se centra en las transformaciones que han sufrido las pantallas, los formatos y las audiencias. Entre las conclusiones halladas se encuentra que, es con la aparición del cine de realidad virtual, cuando se puede hablar de una etapa propiamente inmersiva.

Palabras clave: Cine de realidad virtual - Cine inmersivo - Pantalla cinematográfica - Soporte cinematográfico - Audiencia

EL USO DEL VÍDEO CORPORATIVO POR LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLAS

AUTORES

Carmen Costa Sánchez y Juan Manuel Corbacho Valencia

Universidade da Coruña y Universidade da Vigo (España)

carmen.costa@udc.es y jmcorbacho@uvigo.es

El vídeo corporativo es el formato audiovisual que recoge la identidad, la misión, la visión y los valores de una institución dada. Es su tarjeta de presentación, especialmente, ante los grupos de interés externos. La evolución del video corporativo ha sido estudiada por Galindo Rubio (2004, 2006), quien explica que éste se ha vuelto más emotivo, pues pretende mostrar la identidad de la organización más que su personalidad. De esta forma, el mensaje se basa en la identificación del receptor con las imágenes que se muestran, razón por la cual percepciones puntuales son suficientes para garantizar la eficacia comunicativa del mensaje. Se hace una renuncia expresa a la información en pro de la emoción, en base a la firme creencia de que, en el contexto corporativo, ésta ha de situarse en otros medios y soportes que - en complementariedad o de forma aislada - hagan factible la redundancia de los mensajes.

Los canales de destino del video corporativo son sobre todo la web corporativa (con una presencia permanente ya que se trata de un producto no caduco ni sometido a la actualidad) y los canales de Youtube, Vimeo, etc. de la organización.

El presente artículo se plantea estudiar cómo son los vídeos corporativos que las entidades expertas en comunicación a nivel de educación superior (las facultades de Ciencias de la Comunicación españolas) han elaborado y proyectan a través de sus webs corporativas. Pretende analizar cuestiones de formato, de narrativa y de valores para conocer las distintas estrategias de diferenciación puestas en marcha.

Algunas de las preguntas de partida son: ¿Hay diferencias entre instituciones públicas y privadas? ¿Qué elementos se potencian más: el profesorado, el equipamiento, las salidas profesionales...? ¿Cómo buscan la diferenciación entre sí? La hipótesis de partida es que las facultades de comunicación españolas apuestan más por los valores materiales –equipos e instalaciones, fundamentalmente- que por los inmateriales –filosofía, valores y emociones- en su intento por presentarse ante la sociedad y sus inmediatos públicos externos (futuros alumnos).

La investigación emplea el análisis de contenido como metodología de estudio por medio de una ficha de análisis elaborada al efecto.

Palabras clave: Video corporativo – Comunicación Corporativa – Facultades de Comunicación - Relaciones Públicas - Análisis de contenido

LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMUNITARIA. REFLEXIONES EN TORNO UNA PROBLEMÁTICA DE SOCIEDAD CUBANA ACTUAL

AUTORES

Margarita Amalia Cruz Vilain y Manuel Paulino Linares Herrera
Universidad de la Habana y Academia de Ciencias de Cuba (Cuba)
amaliacruz@fcom.uh.cu y linares@academiaciencias.cu

La investigación que se presenta forma parte del proyecto de doctorado de los autores; aborda un problema poco estudiado desde la comunicación social en Cuba, relacionado con la articulación de la comunicación pública comunitaria y su gestión entre instituciones locales y los actores sociales que conviven en esos espacios.

Se concibe una mirada interdisciplinar, contemplando referentes epistemológicos de disciplinas imposibles de soslayar, como la psicología, sociología, comunicación comunitaria, la filosofía, la comunicología; que puestas en diálogo busca reflexiones integradoras que permiten asumir una concepción de la gestión de la comunicación pública comunitaria fundamentada críticamente.

Hay acercamiento a conceptos como ideología, hegemonía, participación, cultura, y gestión de la comunicación pública fundamentalmente, por ser indispensables para asomarse a una problemática pensada desde la concepción de la participación activa de sujetos implicados en el fenómeno.

Palabras claves: Participación - Gestión de Comunicación - Comunicación Pública - Cultura - Identidad - Hegemonía - Espacio Público - Comunidad

COMUNICACIÓN 2.0 Y VACUNAS: EL CASO DE YOUTUBE.

AUTORES

Ubaldo Cuesta Cambra, Victoria Cuesta Díaz y Sandra Gaspar Herrero
Universidad Complutense de Madrid y Hospital Quirón de Madrid (España)
ucuestac@ucm.es, victoria.cuesta.diaz@gmail.com y sgasparherrero@ucm.es

La búsqueda en internet sobre temas de salud, en concreto acerca de la vacunación o no, ha supuesto un gran cambio en el paradigma comunicacional (Chanel, Luchini, Massoni, Vergnaud 2011). En la actualidad la decisión de vacunar o no a los niños ha establecido un polémico debate social.

Muchos padres y posibles receptores de vacunas utilizan internet y las redes sociales para informarse acerca de los posibles riesgos de la vacunación (Witterman y Zikmund-Fisher, 2011). La información que en muchos casos se encuentra en la red se ve distorsionada por el movimiento antivacunas (Gangarosa, Galazka, Wolfe, Phillips, Miller, Chen, 1998).

Se han transformado los procesos de comunicación incorporándose nuevos canales y redes sociales (Facebook, Twitter o Youtube) a los cuales acuden tanto profesionales como pacientes para aportar o buscar información.

El objetivo de este estudio consiste en el análisis del canal de comunicación Youtube en relación con la temática de las vacunas. Se realizó un estudio observacional de videos de Youtube en idioma español utilizando las palabras clave: “vacuna”, “vacunas”, “anti vacunas” y “no vacunación”. Se empleó una metodología similar a la empleada en trabajos previos (Tuells, et al, 2015). Se analizó el número de visualizaciones, duración del vídeo, fecha, opinión vertida sobre vacunas en el vídeo (positiva o negativa), tipo de vídeo (creación propia, documental, conferencia, noticia local o anuncio), país de procedencia, canal, número de “me gusta”, número de “no me gusta”, comentarios y actividad del canal (activo o no).

Una vez tabulados dichos datos, se realizó un ranking con los “canales top” que aportan información sobre vacunas en función del número de suscriptores, total de vídeos, total reproducciones del canal y fecha de creación del canal.

Los resultados indican que existe un menor número de vídeos con opinión negativa sobre las vacunas, pero con una duración mayor que los vídeos con opiniones positivas. Los países de procedencia de los videos son en mayoría su mayoría latinoamericanos (especialmente México) y España.

Los resultados del ranking de “canales top” colocan en los primeros puestos a canales informativos de noticias puesto que poseen un mayor número de noticias, suscriptores y visualizaciones.

El estudio refleja la actividad en redes sociales sobre vacunas y la aparición de argumentos a favor de las vacunas frente a otros vídeos que ofrecen resistencia hacia las mismas. Se consideran las posibilidades del canal Youtube para ofrecer información científica y consensada sobre las vacunas. Se valoran las características y funcionalidades del canal para ofrecer mensajes de educación para la salud para la población empleando las redes sociales en línea con lo propuesto por Rao et al, (2007) y T. Tuells et al (2015).

Palabras clave: Vacunas – Youtube – Comunicación y salud - Antivacunas

PROPUESTA DE ENSEÑANZA DE HABILIDADES MOTRICES Y SOCIALES CONJUNTAMENTE A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

Pablo Cuesta Crespo, Alejandro Prieto Ayuso y Pedro Gil Madrona

Universidad de Castilla La Mancha (España)

Pablocuesta6@hotmail.com, Alejandro.Prieto@uclm.es y Pedro.Gil@uclm.es

El objeto de estudio de este trabajo ha sido el diseño de un programa para trabajar las habilidades sociales y motrices de forma conjunta en el periodo de Educación Infantil (0-6 años). Diversas investigaciones (Ballester & Gil, 2002; Gil & Gil Rodríguez, 1998; Gil Rodríguez, León) han establecido una relación entre los problemas en el desarrollo de las habilidades sociales durante la infancia y desajustes en la edad adulta. Un buen desarrollo de estas habilidades es uno de los indicadores que más significativamente se relaciona con la salud mental de las personas. Gil Madrona, Gutiérrez y Madrid (2012) clasifican las habilidades sociales en cognitivas, emocionales e instrumentales. En relación a las habilidades motrices, Batalla (2000) las define como la competencia de un sujeto al enfrentarse a un determinado objetivo, aceptando que para conseguirlo se requiere una respuesta motora, que juega un papel primordial e indiscutible.

Con este trabajo se pretende que el niño pueda poner en funcionamiento sus músculos, articulaciones, reacciones motrices, relaciones espaciales y temporales, uso hábil del cuerpo, la imagen y percepción corporal, que vaya mejorando el tono muscular, el equilibrio y todos los factores que engloba el concepto del esquema corporal a la vez que aprende habilidades sociales, como escuchar, saber iniciar una conversación, dar las gracias, participar, disculparse, dar y seguir instrucciones y expresar los sentimientos entre muchas otras.

Para ello se llevó a cabo el diseño de una propuesta global y de una corrección práctica de investigación evaluativa, que ha consistido en una evaluación inicial a cinco grupos de alumnos y alumnas (dos grupos de cinco años del colegio concertado Escuelas Pías y a tres grupos de la misma edad del colegio público Parque Sur), con el fin de ajustar la propuesta a la realidad educativa de los mismos. Se han elegido estos centros debido a facilidad de acceso, además de encontrarse en la misma zona de la ciudad de Albacete, contando así con características similares entre el alumnado de ambos centros educativos. La evaluación se ha llevado a cabo a través de unos indicadores (hojas de observación), a través de reuniones con los tutores de los cursos y dos horas de observación al grupo/clase en el gimnasio mientras los alumnos y alumnas realizaban ejercicios en los que se trabajaban los contenidos y los aspectos evaluados.

Los resultados obtenidos confirman que los aspectos afectivos-relaciones están muy poco desarrollados y es donde nos debemos centrar prioritariamente nuestra respuesta educativa. Finalmente, destacar a modo de prospectiva que esta propuesta puede ser de utilidad al profesorado de cualquier centro educativo que tenga como objetivo la enseñanza conjunta de las habilidades motrices y sociales en la etapa de Educación Infantil.

Palabras clave: Habilidades sociales – Habilidades motrices – Aprendizaje – Educación Física – Educación Física

IMPLEMENTACIÓN DE CARTAS DE CONTROL COMO UNA NUEVA FORMA PARA LA MEJORA DOCENTE

AUTORES

Isidoro Iván Cuesta Segura y Jesús Manuel Alegre Calderón

Universidad de Burgos (España)

iicuesta@ubu.es y jalegre@ubu.es

El control estadístico de procesos es una herramienta potente para conseguir la estabilidad en un proceso productivo y mejorar su capacidad mediante la reducción de la variabilidad, ya que el producto final debe cumplir unos requerimientos y debe ser producido por un proceso estable y repetible. En este sentido existen diversas herramientas para tal fin, una de ellas son las cartas de control que se pueden definir como una técnica on-line de monitorización o seguimiento del proceso, que proporcionan información útil para mejorar el proceso y que permiten detectar causas asignables. La cuestión que inmediatamente aflora es si este tipo de técnicas se pueden extrapolar para el control y seguimiento de la innovación y mejora docente en la Educación Superior.

El presente trabajo pretende implementar dichas cartas de control como una nueva forma para la mejora docente, de modo que se puedan detectar posibles desviaciones en los resultados académicos del alumnado o en alguna asignatura en concreto de un plan de estudios. El trabajo se llevará a cabo en dos fases, una primera fase de generación de la carta o cartas de control y una segunda fase en la que se aplicarán las cartas de control sobre los datos que se deseen analizar.

Palabras clave: Cartas de control - Mejora docente - Control estadístico

APRENDIZAJE EN SERVICIO: UNA EXPERIENCIA APLICADA EN UN CURSO DE INVESTIGACIÓN DOCTORAL

AUTORA

Marilis Cuevas Torres

Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (Puerto Rico)

marilis_cuevas@puopr.edu

Agradecimientos a Militza Marrero Batista, Ingrid Moreno Cedeño, Eneida Santini Green, José Valentín Santana y Aidin Ocasio Pérez quienes colaboraron en el desarrollo de esta experiencia educativa.

Compartiremos las experiencias de un curso de investigación aplicada a nivel doctoral en el área de Psicología Industrial Organizacional (PIO), diseñado bajo la modalidad de aprendizaje en servicio. El aprendizaje en servicio se define como una experiencia educacional en que los estudiantes participan en servicio a la comunidad. Este proceso incluye que los estudiantes reflexionen sobre la forma en que se involucra el contenido del curso y de la disciplina con las necesidades sociales de la comunidad, fomentando a su vez un sentido de responsabilidad cívica (Bringler y Hatcher, 1977 en Osborne). El aprendizaje en servicio crea una oportunidad de aprendizaje para los estudiantes, mientras sirve a las necesidades de una comunidad, grupo, agencia u organización (Kretchmar, 2001).

Los objetivos del curso de investigación fueron diseñados para que los estudiantes al finalizar su experiencia fueran capaces de desarrollarse a nivel cognitivo, psicomotor y afectivo. Durante el curso elaboramos un proyecto de investigación acerca de los elementos que promueven la motivación del voluntariado en organizaciones no lucrativas. Como producto práctico de la experiencia, desarrollamos un taller con el objetivo de contribuir a los miembros voluntarios de la organización en términos de liderazgo y trabajo en equipo, conceptos claves en el campo de la Psicología Industrial Organizacional. El tema del liderazgo estuvo enmarcado dentro de la teoría de liderazgo transformacional, enfatizando en el líder comunitario como un ente capaz de inspirar a otros en ayudar a atender las necesidades de una comunidad. El componente del trabajo en equipo estuvo dirigido a fortalecer la visión de que se necesitan colaboradores para poder cumplir con la misión organizacional. A partir del análisis de la información recopilada, recomendamos prestar atención a diversas acciones que puede llevar a cabo la organización para continuar fomentando la motivación y sentido de pertinencia de sus voluntarios. En ese sentido se aplicaron los conocimientos de diagnóstico organizacional, base en las competencias de cualquier psicólogo industrial organizacional.

El curso mediante su diseño permitió explotar la capacidad de los/as estudiantes. Las actividades desarrolladas permitieron cumplir con tareas que cubrieron la totalidad de los objetivos del curso. Los/as estudiantes pudieron trabajar a nivel individual y de equipo las destrezas de pensamiento crítico e investigación requeridas, así como enfrentarse a situaciones para aplicar su juicio ético. Además de la transformación del alumno, el profesor también tiene experiencias distintas salón de clase tradicional. Tanto los estudiantes como el docente, durante el proceso de enseñanza-aprendizaje investigan, analizan, critican, repiensen, contemplan y se comunican en los términos del tema en el cual se trabaja.

Palabras clave: Enseñanza- Aprendizaje - Investigación aplicada - Desarrollo de currículo - Experiencia de posgrado - Vinculación comunitaria

PROCESO COGNITIVO EN LA COMPRESIÓN DEL MAPA DE ORIENTACIÓN EN EDAD ESCOLAR

AUTORES

Lluís Cumellas Ruiz, Miquel Á. Prats Fernández, Enric M^a Sebastiani Obrador y Eduard Inglés Yuba

Blanquerna FPCEE U. Ramon Llull (España) e INEFC Barcelona (España)

lluiscr@blanquerna.url.edu, miquelpf@blanquerna.url.ude, enriquemarias@blanquerna.url.edu y eduard.ingles@gencat.cat

Saber cuál es nuestra ubicación en un mapa, no es tarea fácil. Aprender a orientarnos en zonas desconocidas se convierte en un ejercicio de gran complejidad cognitiva para cualquier persona, pero lo es aún más para los niños. En edades tempranas, la organización espacial se convierte en una habilidad esencial en el proceso de lectura y comprensión del mapa de orientación y, al mismo tiempo, la proyección de uno mismo en el. En la actualidad, la mejora en el desarrollo geoespacial y, más concretamente, en la captación de las imágenes aéreas (ortofotos), así como la visualización de estas en tres dimensiones, ha permitido, en el creciente uso de nuevas tecnologías en el mundo educativo, facilitar en gran medida el proceso de aprendizaje para la comprensión de diferentes tipos de mapas.

Con el objetivo de evaluar el efecto de esta evolución tecnológica en el aprendizaje de la orientación en la escuela, en este estudio comparamos el grado de comprensión e interpretación de un mapa de orientación en dos dimensiones y una imagen aérea oblicua en tres dimensiones, en una misma carrera de orientación. Hay muchos estudios desde un punto de vista geográfico, que se refieren a la interpretación de mapas en edad escolar (Piaget, Piñero, Passini y Wiegand entre otros); nosotros lo hacemos desde la perspectiva de la educación física. Nuestro interés es ver cuál es el grado de interpretación de un mapa de orientación y en qué medida el tipo de representación del espacio en el papel afecta al rendimiento en la ejecución de una carrera de orientación.

Para ello la muestra total analizada fue de 2 chicos y 8 chicas entre 10 y 11 años, en los que se administraron diferentes test:

- Dos carreras de orientación, una con un mapa de orientación 2D y otra con una imagen aérea oblicua representada en 3 dimensiones. Aquí los participantes fueron monitorizado con gps Suunto ambit 3, registrando el recorrido realizado. Se tomaron los tiempos mediante el sistema de *sport ident* para evaluar los resultados finales.
- Una encuesta de evaluación de la actividad y dibujar la ruta percibida por cada alumno en el mapa utilizado para cada una de las dos carreras.
- Un test de habilidades visión-perceptivas, para establecer la madurez visual y comprensión lectora.
- Test de condición física: un test de velocidad (prueba de 50 metros) y un test de capacidad aeróbica (test de recuperación intermitente yo-yo, nivel 1).

El análisis entre los resultado obtenidos en la ejecución de la carrera con mapas 2D y 3D, nos permite observar un mejor rendimiento, para los tiempos obtenidos así como en la elección de itinerarios, en la carrera con imagen aérea en 3D.

Palabras clave: Educación Física – Imagen Geoespacial – Mapa – Orientación

REPENSAR LA FUNCIÓN SOCIAL DEL ARTE EN LA ERA DIGITAL: EL ARTISTA FABRICIO CAIAZZA (FACA)

AUTORA

Sonia D'Agosto Forteza
Universidad de Sevilla (España)
sdagosto@us.es

Las obras están siempre ligadas a objetos. La era digital nos ha demostrado que un objeto no tiene por qué ser físico, puede ser virtual y seguir siendo un objeto, incluso un objeto de arte. El arte en la red se muestra receptivo no solo a factores tecnológicos de Internet, sino también a los sociales y culturales. En este espacio, que está en continua expansión, vamos a dejar de ser meros receptores de información. Ahora vamos a tener la posibilidad de producir pensamiento, de elaborar y reelaborar los mensajes a través de internet.

La presente ponencia pretende dar a conocer las intervenciones artísticas del argentino Fabrizio Caiazza. Este artista recopila informaciones que aparecen en los foros, blogs, twitter, etc, para posteriormente descontextualizarlas en forma de paneles que son colocados en un medio urbano concreto. Estas acciones estéticas, que posteriormente volverán a ser colgadas en la red, cambian el significado original del mensaje y plantean desconcierto al espectador para luego generar un nuevo discurso. Para Caiazza -Internet no cambió nuestra manera de ver y entender el mundo. Internet, es nuestra manera de ver y entender el mundo, nuestro modo de consumir y relacionarnos, aún con los sitios de descarga cancelados, aún con las computadoras apagadas-.

Palabras clave: Arte digital - Social - Internet - Red - Caiazza

GESTOR DE CONOCIMIENTO PARA COMUNIDADES ACADÉMICAS

AUTORES

Alfredo Alejandro Da Mota Montero y María del Pilar Lopez Molina

La Universidad del Zulia (Venezuela)

alfredodamota7@gmail.com y lopez.mapi@gmail.com

El presente proyecto plantea el desarrollo de un Gestor de Conocimiento (GC) para una comunidad académica, con la finalidad de lograr una herramienta que fomente la generación e intercambio de nuevo conocimiento. Se propone el uso de la metodología para creación de páginas web (Gil, 2005) en complementariedad con *Methontology* (Corcho, 2005) así como el Lenguaje Unificado de Modelado (UML) para la documentación. Al finalizar este proyecto de investigación se espera contar con un GC que facilite a dichas comunidades, la generación, organización y difusión del conocimiento generado y la sustantiva contribución al desarrollo del Sistema Nacional de Innovación (SNI).

La investigación consistirá en el desarrollo e integración de herramientas de fácil usabilidad y amplia aplicación en beneficio de la organización, difusión y aprovechamiento del conocimiento generado por la comunidad de conocimiento para contribuir al desarrollo del SNI. La misma propende a establecer e intensificar los vínculos entre la universidad y el sector productivo e innovador.

Estará basada en el modelo de Nonaka y Takeuchi (1995), siendo este uno de los más conocidos y ampliamente aceptados para creación de conocimiento. El mismo propone un proceso de 4 fases, a saber: socialización, exteriorización, interiorización y combinación, formando un bucle en espiral que provee condiciones facilitadoras para la creación de conocimiento.

Palabras clave: Gestión de conocimiento - Comunidad académica - Sistema nacional de innovación

ESTUDIO COMPARATIVO A TRAVÉS DE ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN DE BRASIL

AUTOR

Fernando de Almeida Santos

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo y Centro Universitário das Faculdades
Metropolitanas Unidas (Brasil)
fernando@fernandoasantos.com.br

Como declarado en el "Código de Mejores Prácticas del Gobierno Corporativo" del IBGC (Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo), las instituciones deben desarrollar e implementar sus códigos de conducta. Se observa, sin embargo, que no existe una definición de cuáles deben ser sus componentes.

El objetivo de este trabajo es identificar la esencia de los códigos de conducta, difundidos y utilizados por instituciones brasileñas de enseñanza superior. Inicialmente se realizó una búsqueda bibliográfica. Después se presenta un estudio comparativo de 15 códigos de conducta de las instituciones de educación de Brasil.

Para esta investigación se realizó un análisis del discurso, siguiendo la línea francesa, que tiene como precursor a Michel Pêcheux. Este tipo de análisis permite entender la relación existente entre el discurso, el lenguaje, el "sujeto y la historia" o también entre "lenguaje e ideología." A través de este análisis se pudieron identificar similitudes y diferencias. Se estudiaron instituciones privadas, religiosas y públicas, con diferentes tamaños y perfiles.

Dirigido a través de este análisis, se pueden ver cuáles son los agentes directamente involucrados y se pudo identificar el impacto que este tiene para los profesores y, en consecuencia, para la práctica de la enseñanza.

Palabras clave: Ética - Código de conducta - Código de Ética - Educación Superior

COMUNICACIÓN PERSUASIVA: JUGANDO CON EL MARKETING EXPERIENCIAL Y SENSORIAL

AUTORA

Mencia de Garcillán López-Rúa

Universidad Complutense de Madrid (España)

menciag@yahoo.com

Hace unos años, las empresas centraban su marketing en la venta de productos o servicios utilizando estrategias basándose en precios, promociones... pero estas técnicas ya se han quedado obsoletas.

Por un lado, el avance de las tecnologías de la información y su cada vez mayor implicación en la vida cotidiana de las personas, ha dado lugar a la creación de nuevos modelos de negocio que buscan atraer y asombrar de forma original a los usuarios finales. Hay que destacar que hoy en día gran parte de los consumidores están continuamente al corriente de lo que ocurre en las redes sociales. Las redes sociales traen una gran cantidad de información tanto por parte de las empresas como por parte de los consumidores, creando así un comprador más informado, más crítico pero también más emocional.

Ahora que los consumidores tienen a disposición datos comparativos sobre las características, precios y ventajas de las ofertas a su alcance, es cuando no adoptan decisiones de gran racionalidad.

El consumidor de esta era que estamos viviendo es más crítico pero también emocional, menos fiel pero más participativo, cambia de una marca a otra con facilidad porque busca continuamente experiencias nuevas, está tecnológicamente conectado, donde escribe y opina en blogs y redes sociales. Es un cazador de tendencias, está atento a cambios o es avisado por otros más atentos que él para adoptar nuevos estilos y busca placer a la hora de comprar.

Es ahora cuando nace con más fuerza el consumo simbólico y experiencial, donde las marcas compiten en cuestiones intangibles como sus valores o la responsabilidad social corporativa.

El marketing sensorial está de moda. Ya sea a la hora de crear experiencias, o a la de modificar el comportamiento de los potenciales clientes a favor de los intereses de una marca. En esta ponencia se acercará la visión de lo que se entiende básicamente por marketing sensorial, el desglose por sentidos y las diferencias con el marketing tradicional.

El marketing sensorial y experiencial invita al cliente a vivir sensaciones diferentes y placenteras a partir de los productos, bienes o servicios, de nuestra empresa. Generar experiencias respecto a la percepción, sentimiento, pensamiento, acción y relación.

Se abordará el concepto marketing experimental y experiencial según Bernd H. Schmitt y por otro lado, el marketing sensorial de Martin Lindstrom desde el punto de venta y el análisis de los cinco sentidos: vista, oído, olfato, tacto y gusto. La empresa que pretenda enriquecer su propia oferta, de forma que se perciba como única, tendrá que convertirse en una “creadora de experiencias”. Siendo capaz de involucrar al cliente a nivel emotivo, físico e intelectual. El marketing experiencial no es solamente un proceso creativo guiado por la intuición sino que requiere una metodología de implantación.

Palabras clave: Comunicación persuasiva – Marketing sensorial – Marketing experiencial – Publicidad sensorial – Experiencias en la compra

INSTRUCCIONES DE USO: TRABAJO COOPERATIVO Y EVALUACIÓN FORMATIVA, MEZCLE EN UN CUATRIMESTRE Y VERÁ SUS RESULTADOS ;COMPROBADO!

AUTORAS

María D. De Juan Vigaray y Elena González Gascón

Universidad de Alicante y Universidad Miguel Hernández (España)

mayo@ua.es y elena.gonzalez@umh.es

El EEES entró en vigor oficialmente en el curso académico 2010-2011. Años antes muchos discentes aplicaron a grupos piloto diferentes metodologías preparándose para el cambio que se esperaba en el sistema universitario europeo. Una vez en marcha el denominado ‘Sistema de Bolonia’, estamos siendo testigos en las aulas de cómo se están aplicando las recomendaciones y graduando las primeras promociones.

Como experiencia, en el curso 2007-2008 aplicamos la evaluación formativa junto con el trabajo cooperativo en una asignatura de marketing. El objetivo era comprobar si ambos, de forma combinada, conducían a éxitos docentes, con la idea de aplicarlo en el futuro. Los logros con el grupo de estudiantes con el que se trabajó fueron notables, así como el trabajo extra que ello supuso para la docente y los discentes. Tras varios años hemos vuelto a repetir la experiencia en una asignatura con características similares para analizar si dentro del propio sistema, sobresalía en cuanto a resultados y éxito docente como lo hizo cuando el Plan Bolonia no estaba instaurado. Tomando como premisa que muchas asignaturas deben estar utilizando este método de evaluación y metodología (o similares) los estudiantes no deberían, en principio, sorprenderse ni encontrar diferencias muy significativas con otras asignaturas, ya que ahora el sistema universitario obliga en cierta forma a utilizar metodologías y sistemas de evaluación de este tipo.

La evaluación formativa representa la parte central del proceso de enseñanza-aprendizaje. Se realiza durante todo el proceso y genera información del mismo, tanto a estudiantes como al profesor. No es fácil de realizar porque implica un cambio de metodología. Es un proceso de constatación, evaluación y toma de decisiones, que tiene por finalidad optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, desde una perspectiva humanizadora y no con un mero fin calificador.

Por su parte, el trabajo cooperativo es un método que junto con un conjunto de técnicas de conducción del aula, permite que los estudiantes trabajen en grupos pequeños, desarrollando una actividad de aprendizaje y recibiendo evaluación de los resultados conseguidos. Además de lo anterior, es necesario que se den una serie de condiciones: la interdependencia positiva, la interacción, el reparto de roles, el seguimiento de la actividad y la evaluación.

Este trabajo realiza una descripción de los tipos de evaluación y del trabajo cooperativo. Después se caracterizan las asignaturas de marketing y los grupos de estudiantes objeto de estudio. Posteriormente se describe la aplicación de la experiencia en un contexto ‘previo a la instauración del Plan Bolonia (pre)’ y en un contexto ‘inmerso en el Plan Bolonia (post)’. Los resultados de estas experiencias muestran que tanto la evaluación formativa como el trabajo cooperativo son metodologías eficaces, no sólo en la adquisición de conocimientos y en el desarrollo de competencias, sino que también elevan el nivel de satisfacción de los estudiantes con su aprendizaje. Sorprendentemente los estudiantes valoran la experiencia realizada en un contexto post-Bolonia, con el mismo o mayor entusiasmo que lo hicieran sus compañeros pre-Bolonia.

Palabras clave: Trabajo cooperativo - Evaluación formativa - Marketing - Innovación docente - Docencia universitaria

LA TRANSICIÓN ALIMENTARIA ABORDADA DESDE EL PROBLEMA DE LA SALUD Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

AUTOR

Ernesto Elías De La Cruz Sánchez

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Venezuela)

ernestodelacruz0203@yahoo.es

La Transición Alimentaria es considerada por los expertos como la secuencia de características, modificaciones y cambios tanto cuantitativos como cualitativos del estado nutricional de la población. A su vez, surge como consecuencia de la sustitución de la alimentación tradicional por una alimentación hipercalórica con exceso de grasas y azúcares, unida a una disminución en la ingesta de carbohidratos complejos, frutas, verduras-hortalizas y fibra. Estas alteraciones en el régimen alimentario se combinan con cambios de conducta que suponen una reducción de la actividad física (sedentarismo), en medio de cambios económicos, demográficos, sociales y de salud (ambiente obeso génico), teniendo como principal resultado el sobrepeso y la obesidad, los cuales son considerados como la epidemia del siglo XXI (OMS, 2006), factores que coexisten con deficiencias nutricionales *silenciosas* de vitaminas y minerales esenciales (hambre oculta) y la pobreza en muchos de nuestros países.

Este fenómeno se ha intensificado en la región por un incremento del sobrepeso-obesidad en la población escolar y adulta (entre 50% y 70% OMS, 2012), conformando uno de los principales factores de riesgo de Enfermedades Crónicas No Transmisibles ECNT (cáncer, enfermedades del corazón, enfermedades cerebrovasculares y diabetes) y constituyen en conjunto la causa principal de mortalidad en la región (entre el 43% y el 78% OMS, 2012), además se espera un incremento significativo en los próximos años (OPS, 2006).

A partir de este marco se revisan: a) las diferentes relaciones entre salud-alimentación-enfermedad desde perspectivas socio culturales, psicobiológicas y educativas. Donde la *Educación Alimentaria y Nutricional* se expresa como una de las principales estrategias para la promoción de una alimentación adecuada y saludable, y presupone procesos articulados-permanentes de problematización, reorganización de valores, actitudes y generación de autonomía, a la par de las estrategias de información y comunicación que se empleen; y b) las propuestas, directrices y acuerdos internacionales y regionales en el campo de la alimentación-nutrición y su relación con el sobrepeso y la obesidad, en el plano de las políticas públicas de los diversos países de la región.

Destacando a la salud-nutrición y a la educación como parte integrante-integrada en las políticas públicas, en las estrategias de los diversos sectores y en los diferentes niveles de participación social, a través de actuaciones sostenibles en el tiempo. Razón por la cual, el nivel de salud-calidad de vida de cualquier grupo social, será el resultado del compromiso y participación de todos los actores sociales, de su nivel de información-formación integral, de su responsabilidad a nivel público, social y privado; lo que se expresará en altos niveles de organización de sus instituciones y de la propia sociedad, constituyendo un elemento fundamental para el desarrollo sustentable de nuestros países.

Palabras Clave: Alimentación - Educación Nutricional - Nutrición en Latinoamérica - Políticas de Salud - Transición alimentaria

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO MULTIMEDIA, FCC DE LA UANL

AUTOR

Sergio Manuel de la Fuente Valdez

Universidad Autónoma de Nuevo León en Monterrey (México)

sermanfuen@yahoo.com

Se ha realizado una investigación documental y de campo, con carácter exploratorio, descriptivo, cualitativo y con rasgos cuantitativos. El universo fueron los programas educativos de licenciatura, diseñados en las facultades del área de Mederos de la UANL. La muestra fueron los programas educativos de las licenciaturas en Mercadotecnia, aplicada a la Comunicación y la licenciatura en Periodismo Multimedia, por implementarse en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la UANL. La selección de la muestra fue el programa educativo de la licenciatura en periodismo multimedia.

El objetivo general consistió en dar a conocer el diseño de la licenciatura, el Documento en Extenso y el Documento Ejecutivo del PE de la Licenciatura en Periodismo Multimedia. Los objetivos específicos se centraron en describir al máximo la fundamentación de este programa educativo completo en sus 4 ejes, la malla curricular, el perfil de ingreso y egreso, así como las opiniones de todos los actores que participaron en las encuestas y los foros de discusión, las cuales sustentan esta propuesta para su aceptación, autorización e implementación, por parte de cada una de las instancias universitarias, hasta llegar al máximo órgano que es la Junta de Gobierno de la UANL.

La metodología consistió en la búsqueda, selección e inserción del temario de los fundamentos teóricos, centrados en la oferta educativa de la FCC y las escuelas de periodismo, las tendencias de las escuelas de Comunicación en México y las tendencias nacionales e internacionales de las instituciones de educación superior, con aportaciones de la UNESCO. Se seleccionaron y procesaron los datos de la fundamentación en sus 4 rubros: epistemológico, social, institucional y psicopedagógico. Se aplicaron encuestas a 12 empleadores, como representantes de los medios masivos de comunicación, en Monterrey, Nuevo León, a 63 profesores, a 12 estudiantes talento, a 50 egresados, a 235 estudiantes que ingresarían a primer semestre, en agosto de 2014 y a 45 alumnos de escuelas preparatorias de la UANL, próximos a egresar.

Las principales expresiones de los actores sociales apuntan a considerar que era muy necesaria esta licenciatura, porque es la base y origen de esta Facultad. A la mayoría, en todas las categorías, le pareció necesaria, interesante y oportuna. Consideran que estará a la altura de las necesidades que los medios de comunicación requieren (prensa, radio, televisión e internet). Los egresados, en su mayoría trabajan en estos medios. Los empleadores expresaron que anteriormente salían muy bien preparados y que actualmente no.

La mayoría de los profesores consideró de mucha necesidad la creación de esta nueva licenciatura, porque se estaba olvidando el periodismo, ya que esta facultad se inició como Colegio de Periodismo de la entonces Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UANL.

Palabras clave: Diseño curricular - Programa educativo y académico - Perfil de ingreso y egreso - Plan de estudios - Malla curricular

METODOLOGÍAS ACTIVAS PARA EL APRENDIZAJE Y ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS EN UN AULA DE COMUNICACIÓN. EXPERIENCIAS RECIENTES

AUTORA

Rocío de la Maya Retamar
Universidad de Málaga (España)
rmaya@uma.es

Desde la incorporación de la universidad española al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), hemos asistido a una intensificación de estudios y análisis que, orientados a la mejora de la calidad de la enseñanza superior y de la actividad del profesorado universitario, promueven un cambio metodológico en las modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias. La tipología de métodos predominantes tienden a reproducir el modelo tradicional de enseñanza basado en métodos expositivos/lección magistral cuya finalidad se orienta a “transmitir conocimientos y activar procesos cognitivos en el estudiante” (De Miguel, 2005: 40), planteándose sobre la premisa de que es necesario abordar primero la teoría para después practicarla. Es decir, la mayoría de nuestros estudiantes universitarios estructuran sus cuatro años de grado en torno al estudio de contenidos teóricos que culminan con la visita a una empresa para realizar unas prácticas en las que prima sobre todo la observación. Se trata de manera genérica de modelos de formación basados en la enseñanza: centrados en el profesor/a, en los contenidos, persiguen la transmisión del conocimiento con la intención de provocar un aprendizaje, aunque nada permite garantizar que ese aprendizaje se produzca.

Frente a esta tendencia, los modelos de formación basados en el aprendizaje recurren a la puesta en práctica de metodologías activas que propugnan partir de actividades para que sea la curiosidad de los estudiantes y la indagación a partir de estas las que terminen provocando la necesidad de la teoría. En general, casi todas estas metodologías pueden encuadrarse en dos tipos generales: el **Aprendizaje Basado en Problemas** y el **Aprendizaje Basado en Proyectos** (ABP o PBL por sus siglas en inglés). Dentro del basado en problemas, podríamos hablar del Método del Caso, una escenificación de un problema o de un caso normalmente real que históricamente ha tenido una gran aceptación en titulaciones de Ciencias y Ciencias de la Salud como Medicina y Psicología o en Ciencias Sociales y Jurídicas como Derecho.

En el presente artículo nos proponemos compartir el desarrollo de una actividad en el marco del aprendizaje basado en proyectos planteada y experimentada en una asignatura del grado en Comunicación Audiovisual, abordando aspectos tales como la formación de grupos heterogéneos, los roles asignados o las formas de evaluación, entre otros, con el humilde objetivo de que pudiera servir de acercamiento o referencia para otros docentes universitarios que desarrollen su actividad en el ámbito de la Comunicación.

Palabras clave: Metodologías activas – Competencias – EEES – Aprendizaje colaborativo – Evaluación

DISERTACIONES ACERCA DEL PSICOANÁLISIS *ON LINE*

AUTORA

Rosa Imelda De La Mora Espinosa

Universidad Autónoma de Querétaro (México)

rosidelamora@yahoo.com.mx

En la actualidad el desarrollo de las nuevas tecnologías ha incidido y modificado nuestras vidas de una manera asombrosa, inédita, instantánea, virtual, inmediata, ultrarrápida. El mundo virtual ofrece un sin número de opciones en la vida antes insospechadas, acceso incommensurable a fuentes de información, posibilidad de localizar a diversas personas, comunicaciones inmediatas y personales, entre otros, a través de artefactos electrónicos inteligentes que con una conexión a Internet permiten hacer dichas acciones y simultáneamente se realizan innumerables registros de nosotros, pues en el internet las acciones son posibles de seguirse y localizarse.

El psicoanálisis y la clínica psicoanalítica no escapan a las nuevas tecnologías y a estas nuevas formas de comunicación y acceso a la información, es por ello por lo que en esta ponencia se propone abordar algunas cuestiones del impacto de las nuevas tecnologías en la clínica psicoanalítica, específicamente en lo que corresponde al denominado psicoanálisis *on line* y las diversas formas en las que opera.

Este saber tan peculiar permite darle escucha, soporte, al deseo del sujeto, lo cual implica un trabajo artesanal que necesita tiempo, que necesita de un encuentro directo en consultorio, en donde se precisa de la interlocución con otro, el analista que se haga cargo del decir del analizante. Sin embargo, las formas de vida de la actualidad están permeadas por Internet y las nuevas tecnologías cuyas especificaciones impactan también al psicoanálisis; ya en 1974, en La Tercera, Lacan había advertido de la animosidad que producen los *gadgets*, cuando aborda el asunto de lo que nos da la ciencia, aparte de conocimiento, nos otorga artefactos de consumo, y hoy podemos ver como los aparatos electrónicos han inundado nuestras vidas.

En lo que concierne a lo clínico, en la actualidad existen psicólogos que atienden pacientes a través del Internet, en el que ofrecen consultas *on line*, por medio de chat, en vivo, ya sea por teléfono o videoconferencia, o por correo electrónico, incluso hay quienes ofrecen dichas consultas de manera anónima, insistiendo en factores de comodidad, ahorro, confianza, intimidad y flexibilidad. Asimismo algunos psicoanalistas han incurrido en esta práctica nominándola psicoanálisis a distancia, psicoanálisis *on line*, incluso han presentado ponencias en congresos sobre dicha modalidad, han escrito artículos y libros al respecto.

Se abordarán algunos problemas y perspectivas de cómo opera el denominado psicoanálisis *on line*, para pensar la clínica psicoanalítica con estas nuevas modalidades y poder aportar disquisiciones a la formación de estudiantes de psicoanálisis y de psicología clínica. Asimismo para otros psicoanalistas u otros profesionistas que se sientan concernidos por la temática del denominado psicoanálisis *on line*. Ver las nuevas modalidades de una escucha clínica que permita abordar el deseo del sujeto con las complejidades del denominado psicoanálisis *on line*.

Palabras clave: Psicoanálisis *on line* - Lacan - Escucha clínica

EL PASAJERO SILENCIOSO: LA INFLUENCIA DE LAS TEORÍAS IMPLÍCITAS DEL PROFESOR DE LENGUA EXTRANJERA EN SU PRÁCTICA PROFESIONAL

AUTORA

Graciela de la Nuez Placeres

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

graciela.delanuez@ulpgc

Es del todo conocida la realidad española de unas siete reformas educativas en menos de 35 años, unos resultados en el Informe PISA (OCDE, 2004; 2012) reveladores así como una tasa de abandono elevada. Nuestra hipótesis de partida propone que el problema del sistema educativo para alcanzar sus objetivos con éxito, entre otros aspectos de complejidad, tiene una posible dificultad de naturaleza conceptual. Entendemos que cualquier cambio o reforma sustancial debería abordar este ámbito y para ello nos hemos enfocado en la figura del profesor como una de las variables más importantes en la ecuación educativa. Nos interesa indagar sobre la posible repercusión de sus conocimientos, creencias y teorías implícitas en la ejecución de su práctica docente.

El presente trabajo pretende abordar las teorías implícitas de profesores de inglés que actualmente se encuentran en servicio a través de lo que nos posibilita el acceso a su complejo entramado de construcción de significados y de conocimientos del mundo, es decir a través de su lenguaje. Para ello nos situamos dentro del marco teórico y metodológico de las Ciencias Cognitivas y empleamos un modelo de análisis desarrollado en Lingüística Cognitiva por Lakoff y Johnson (1980) denominado “Teoría de la Metáfora Conceptual” para así adentrarnos en lo que ya Facounnier (1994) denominó la punta de un iceberg de andamio conceptual o cognición entre bastidores.

El corpus recopilado de expresiones cotidianas de profesores, nos permitió examinar las metáforas que utilizan para construir su realidad profesional y analizar sus asunciones adoptadas en su acercamiento a la enseñanza y aprendizaje de una segunda lengua. El estudio reveló que las teorías implícitas del profesorado se enfocan principalmente en la conceptualización de la enseñanza como transmisión, la mente como contenedor y el aprendizaje como proceso mecánico. Se observó que la metáfora del conducto de Reddy (1979/1993) juega un papel relevante en estructurar las teorías implícitas del profesor y esto refleja una aproximación reduccionista a su práctica docente. Se reduce por tanto el acto de enseñanza o acto comunicativo en el aula como: envío de información a través del lenguaje en forma de paquetes conceptuales que son depositados en las mentes-contenedor de los estudiantes, sin considerar el papel del estudiante en el proceso de construcción de significado.

El entramado conceptual implícito media en la práctica docente y en muchos casos obstaculiza el aprendizaje como reflejo del proceso de enculturación operante. Este ejercicio de reflexión nos posibilita según Casonato (2003) y su equipo de investigación el proceso de sustitución de las metáforas conceptuales ancladas en paradigmas obsoletos o distorsionados por otras que se ajusten a los nuevos descubrimientos sobre mente, lenguaje y comunicación a través principalmente de la experiencia y la instrucción.

Palabras clave: Teorías implícitas - Metáfora conceptual – Profesores Lengua Extranjera – Enseñanza

LA EXCLUSIÓN FINANCIERA EN EL MUNDO MUSULMÁN

AUTORA

M^a del Carmen de la Orden de la Cruz
Universidad Rey Juan Carlos (España)
carmen.de laorden@urjc.es

En la actualidad, se calcula que hay unos 2.500 millones de personas excluidas financieramente, es decir, más de un tercio de la población mundial. Hay diferentes factores que provocan esa exclusión y, entre ellos, la religión. Este es el caso de la población musulmana creyente frente a la banca convencional ya que ofrece productos y servicios financieros que no cumplen la ley islámica, basada en la prohibición del cobro de interés y la compartición del riesgo de la pérdida o ganancia de los proyectos. Bajo estos principios se ha desarrollado la banca islámica y actualmente se configura como una de las herramientas de lucha contra la exclusión financiera y no sólo de la población musulmana.

Este trabajo hace una revisión general de los factores y causas de la exclusión financiera, y de las iniciativas y herramientas que se han llevado a cabo para reducirla. En concreto, se centrará en una de las alternativas disponibles como lo es la banca islámica. Actualmente es una realidad en todo el mundo, que ha demostrado la viabilidad de este tipo de instituciones que desarrollan la actividad financiera cumpliendo con los preceptos del Islam. Así, se considera actualmente como un ejemplo de banca ética, configurándose también como una alternativa para aquella población no musulmana que demanda un compromiso social y ético en su actividad.

De este modo, el potencial de este tipo de instituciones es muy fuerte ya que se prevé que en el año 2050 un tercio de la población mundial sea musulmana y prácticamente igualará al número de cristianos.

Palabras clave: Exclusión financiera – Inclusión financiera - Responsabilidad social – Banca Islámica

EL SECTOR BANCARIO Y EL COMPROMISO SOCIAL

AUTORAS

M^a del Carmen de la Orden de la Cruz y Pilar Sánchez González
Universidad Rey Juan Carlos y ESIC Business & Marketing School (España)
carmen.delaorden@urjc.es y pilar.sanchez@esic.edu

El sector bancario pasa por unos momentos difíciles, no sólo por los problemas de gestión de la actividad bancaria bajo un entorno de tipos de interés en mínimos y mayores restricciones normativas, sino también por el deterioro de su imagen tras los escándalos que afloraron durante la crisis. Actualmente, ésta es la situación de la banca convencional, pero hay otro tipo de banca. Cabe recordar que la función de los bancos en el sistema económico sigue siendo fundamental porque facilita el trasvase del ahorro hacia la inversión, contribuyendo a conseguir una eficaz asignación de los recursos escasos. Esta función de intermediación financiera se podría calificar también de social al contribuir al desarrollo económico de los países. Bajo esta esencia se ha desarrollado la banca ética basada en el compromiso social.

Esta banca, en realidad, siempre ha estado presente en la historia, pero sus problemas de viabilidad han hecho que haya quedado relegada con una presencia minoritaria, configurándose realmente como complementaria a la banca tradicional. Éste ha sido el caso de la banca que se ha desarrollado a través de diversas figuras jurídicas como cajas y cooperativas de crédito, asociaciones, ONGs, proyectos de economía solidaria, etc. Pero bajo este concepto también se han desarrollado otro tipo de instituciones que han conseguido tener entidad propia. Es el caso de las denominadas instituciones microfinancieras basadas en la concesión de microcréditos y la banca islámica cuya forma de trabajar se sustenta en los principios religiosos del Islam. Ambos tipos de banca han conseguido dar servicios y productos financieros a capas de la población excluidas financieramente en el primer caso, por sus escasos recursos y, en el segundo, por problemas éticos que presentaba la banca convencional para los musulmanes. Así, esta ponencia trata de abordar el origen de la banca ética, los diferentes tipos que se han desarrollado, su situación actual y los retos a los que se enfrentan.

Palabras clave: Banca ética – Responsabilidad social – Exclusión financiera – Sector bancario

LA WEBSERIE ‘MORTAL KOMBAT LEGACY’

AUTORA

Rocío De las Muñecas San Segundo

U. del País Vasco. Directora de Bilbao Web Fest y la webserie Gifted Corporation (España)
roseofdolls@gmail.com

El universo de las series web está creciendo a un ritmo vertiginoso. La abundancia de las *series web* que se están realizando, unida a la creciente calidad de muchas de ellas, y al vasto seguimiento de la audiencia y consecuente repercusión social de las mismas, hacen de este ámbito casi inexplorado un interesante objeto de estudio. La importancia se deja notar en la inclusión de las mismas en numerosos festivales ya consolidados, así como la creación de nuevos certámenes dedicados a ellas de manera exclusiva.

Es importante reseñar que el medio audiovisual, al igual que Internet, además de ofrecer información de carácter general, está llamado a ser el instrumento básico para la educación del futuro y también del presente. De ahí el enorme interés por investigar este particular.

El principal objetivo del presente trabajo de investigación es explorar el mundo de las *series web*, enmarcándolas en el contexto histórico y social actual, revisando la historia de las mismas para entenderla en sus múltiples facetas, y poder pronosticar su futuro.

Se ha explorado a fondo el caso de la web serie ‘Mortal Kombat Legacy’, una webserie realizada con un presupuesto desahogado para los estudios de *Warner Brothers* y que ha tenido varios cambios de formato a lo largo de su historia.

Se intentará recoger todas sus particularidades, de ahí el interés por las múltiples facetas que inspiran este tipo de obra audiovisual: propiedades técnicas y estructurales, difusión, financiación y sus posibles proyecciones.

Esta *serie web* nace de un cortometraje del mismo director, aunque los personajes proceden de un videojuego anterior. Toda una trayectoria, toda una serie de cambios de formato llevada a cabo por el mismo director, Kevin Tancharoen pero con muchas similitudes tanto en el equipo con el que trabaja, como, también, en el reparto. Parte de un cortometraje con pretensiones de ser convertido en película, pero que creció para ser una *serie web*. Posteriormente, y dado el éxito que esta había cosechado, la *Warner Bothers* decidió invertir en una película que está siendo producida y cuya fecha prevista de estreno es 2013.

Palabras clave: Webserie – Serie web – *Online* – Audiovisual – Mortal Kombat

EXPERIÊNCIAS DE PROJETO: *CROSS FERTILIZATION* E INOVAÇÃO

AUTORES

Patrícia de Mello Souza y Giovanni Maria Conti

Universidade Estadual de Londrina (Brasil) y Politecnico di Milano (Italia)

patriciademellosouza@gmail.com y giovanni.conti@polimi.it

O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil.

O trabalho aborda estratégias aplicadas ao ensino de projeto para melhorar a comunicação nos diversos níveis do processo e promover mudanças que possibilitem a inovação. No contexto da ampla cultura de projeto, onde cada atividade participante opera para a realização de produtos físicos ou intangíveis, considera-se um processo projetual e construtivo conjunto, que sugere intensa experimentação e permite que a teoria seja gerada a partir da prática. Investiga-se o processo de desenvolvimento de produtos no âmbito do ensino-aprendizagem, mediante a adoção da *cross fertilization* como instrumento condutor de projeto.

Segundo Conti (2013), o termo indica uma relação de contiguidade entre as diferentes áreas do conhecimento: refere-se a um fenômeno que não considera uma determinada área disciplinar de modo isolado, mas sim as zonas de fronteira – aquele campo de intersecção que pode ser gerado entre uma e outra. Dentro deste campo são ativadas as dinâmicas de transferência de conhecimentos entre os setores, que facilitam o surgimento de processos de inovação significativos. Para Bellavitis (2013), independente da metodologia e da filosofia de trabalho adotada, quem se propõe a formar os novos profissionais do projeto deve ajudá-los a compreender o valor e a importância do confronto com todos os aspectos que definem a complexa realidade do sistema e da sociedade na qual se opera. A aquisição de competências além daquelas legadas a sua área, certamente contribuirá para a gestão criativa. Dialogar com outro campo do conhecimento é uma forma efetiva de apropriação de novos conceitos e princípios.

O processo projetual gera um conjunto de especificações e representações no qual o modo de especificar e representar varia de acordo com os instrumentos adotados: a finalidade é produzir uma descrição do produto para ser compreendida e aceita por terceiros e principalmente pelos executores, para ser posteriormente materializada (Lessa, 2009). Constata-se que os resultados estão condicionados por estes diferentes meios de comunicar a intenção durante o processo. O aprendizado do projeto está na experimentação do seu fazer e o registro destas habilidades dá origem a considerações teóricas que justificam a instituição de um setor do conhecimento, que as toma por objeto e sobre elas elabora reflexões que chegam ao nível da teorização (Pinto, 2005).

Ao final do estudo comprova-se que no ato de projetar, configura-se um processo singular de relações que possibilita o aprendizado por meio da experiência. As intersecções que se praticam entre áreas diversas promovem mudanças e apontam para uma trajetória de inovação. Os relatos abordam situações de design, que por seu caráter multidisciplinar, é uma área que permeia tantas outras e cujas pesquisas estão sendo aplicadas com eficácia em distintos campos do conhecimento.

Palavras chave: Cultura de projeto – Comunicação – Ensino e design – *Cross fertilization* – Inovação

DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: LOS “SIETE SABERES” DE MORIN Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PEDAGOGÍA JURIDICA DE LA SOSTENIBILIDAD

AUTORES

Daniel de Mello Massimino y Danielle Anne Pamplona

Pontificia Universidad de Católica do Paraná (Brasil)

danielmello@catolicasc.org.br y dapamplona@pamplonaebraz.com.br

La década de la educación para el desarrollo sostenible (o EDS) propuesta por la Organización de las Naciones Unidas terminó en 2014. Sin embargo, los países y las organizaciones supranacionales, como la ONU y UNESCO, reconocen que la EDS es fundamental para la construcción de políticas públicas dirigidas al desarrollo de una educación de calidad, así como la construcción de una cultura sostenible. El reconocimiento de este hecho es que la propia UNESCO ya está desarrollando proyectos más allá de la década de EDS, consagrados en el Acta de la 37ª Conferencia General de la UNESCO, cuyas acciones están planeadas a empezar desde 2015.

Sin embargo, la aparición de la EDS supone la construcción de una pedagogía dirigida a esta nueva realidad, incluso en la educación jurídica. Por lo tanto, el propósito de esta ponencia es discutir sobre el papel de los "siete saberes necesarios para la educación del futuro", articulados por Edgar Morin en su libro del mismo título, en la construcción de una pedagogía jurídica orientada a los desafíos de la sostenibilidad, en particular los desafíos formulados por las organizaciones supranacionales.

La cuestión por resolver es cómo, o si, los “siete saberes” de Morin pueden contribuir para formatear una pedagogía jurídica adecuada a los desafíos de la EDS. A través de las contribuciones de la teoría de la complejidad, que se utiliza como base lógica de la investigación, se pretende verificar la relación teórica existente entre múltiples interfaces posibles entre la pedagogía jurídica, el desarrollo sostenible y los objetivos de la UNESCO para una educación que pueda alcanzar dichos fines.

Por último, se presenta una conclusión sobre el tema, con las posibilidades abiertas por los "saberes" de Morin para la redefinición de la pedagogía jurídica.

Palabras clave: Complejidad – Educación – Educación jurídica – Políticas Públicas – Sostenibilidad

FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL CONTEMPORÁNEA. UNA EDAD DE ORO DEL ENSAYO VISUAL EN EL CONTEXTO DEL FOTOPERIODISMO DIGITAL

AUTOR

Elpidio del Campo Cañizares

Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

edelcampo@umh.es

El ensayo visual en periodismo tiene una larga tradición anclada en los inicios del siglo XX con los trabajos pioneros de Jacob Riis o Lewis Hine. Ambas figuras, consideradas hoy prototípicas de un modo de entender la fotografía documental al servicio de una voluntad ilustradora y transformadora, sirvieron de estímulo al posterior desarrollo de los clásicos ensayos visuales de Eugene Smith en el marco del periodismo. Asociado a este nombre, el ensayo visual tuvo su edad dorada como género periodístico a mediados de siglo pasado en las revistas ilustradas norteamericanas —principalmente *Life* y *Time*—, antes de que la televisión se convirtiera en el poderoso y masivo medio a través del cual los ciudadanos se acercaron al mundo. Es precisamente el medio televisivo el que hasta el momento parece dirigir y condicionar la adaptación de los medios de comunicación tradicionales al contexto digital, puesto que están priorizando en Internet el formato vídeo como vehículo con el que seguir conectando con sus audiencias.

No obstante, las posibilidades ofrecidas por el soporte digital e Internet están favoreciendo la expansión de todo tipo de formatos y géneros propiciando, además, la aparición de otros nuevos intrínsecamente propios como el Webdoc. La imagen fotográfica, además de ser el complemento perfecto para muchos de ellos, está viviendo una segunda edad de oro asociada a la rica tradición de la fotografía documental. Innumerables premios y reconocimientos, plataformas de difusión y exhibición y una amplia visibilidad internacional han hecho de la imagen fotoperiodística casi un fenómeno popular encabezado por las actividades que promueve la asociación World Press Photo. Más allá de los prestigiosos premios y populares exposiciones que organiza WPP, la fotografía documental está teniendo un florecimiento incuestionable apoyado por numerosas becas y patrocinios internacionales.

El presente estudio analiza las cualidades y características de los nuevos trabajos de fotografía documental y sus relaciones con el fotoperiodismo, focalizándose en los proyectos subvencionados por dos prestigiosos centros internacionales: la Fundación Inge Morath y la organización sin ánimo de lucro AfterMath Project. El estudio del conjunto de los proyectos apoyados por ambas instituciones desde 2002 y 2006 respectivamente, observa y analiza no solo sus contenidos temáticos sino también sus cualidades formales. Si el ensayo visual documental vive hoy un momento excepcional no es solo por su amplia producción y difusión, sino especialmente por su elevada calidad estética y conceptual surgida, en muchas ocasiones, de tensiones e hibridaciones con la fotografía artística contemporánea.

Palabras clave: Fotoperiodismo – Ensayo Visual – Fotografía Documental – Fotografía Artística Conceptual – Becas internacionales.

PRÁCTICAS ARTÍSTICAS Y ASEOS PÚBLICOS: ESTRATEGIAS ARTÍSTICAS DE REPRESENTACIÓN, CUESTIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN DE LOS DISPOSITIVOS ESPACIALES DE PRODUCCIÓN DE LAS FICCIONES DE SEXO-GÉNERO

AUTORES

Alfonso del Río Almagro y Oihana Cordero Rodríguez
Universidad de Granada (España)
delrio@ugr.es y oihana@gmail.com

Investigación financiada por: Vicerrectorado de Política Científica e Investigación de la Universidad de Granada mediante concesión de la Beca de Formación del Profesorado Universitario (FPU) del Programa Contratos Predoctorales 2014 correspondiente al Plan Propio de Investigación de la Universidad de Granada (España).

En el Grupo de Investigación HUM-425 de la Universidad de Granada venimos desarrollando un proyecto de investigación cuyo principal objetivo es el análisis de las estrategias artísticas utilizadas para analizar e intervenir el discurso espacial y los dispositivos arquitectónicos como tecnologías de imposición, verificación y control que normativizan y regulan nuestras vidas.

En la presente comunicación expondremos los resultados de las primeras fases de este proyecto en curso sobre el cuestionamiento que, desde la década de los noventa, han llevado a cabo determinadas propuestas artísticas sobre los aseos públicos como dispositivos de poder y prótesis tecnológicas de segregación, jerarquización e imposición de identidades.

Los aseos públicos, mediante su discurso espacial, producen, reproducen y afianzan el paradigma de discriminación de sexo-género a través de estrategias, perfectamente camufladas, de representación y normativización de los cuerpos y de sus comportamientos, con la consecuente exclusión de las identidades no normativas situadas más allá del binomio heteronormativo hombre/mujer.

Las propuestas artísticas estudiadas aportarán nuevos enfoques sobre el discurso espacial y señalarán indicios susceptibles de enriquecerse con el análisis de otros dispositivos espaciales y de ser transferibles a otros campos de conocimiento.

Palabras clave: Arte – Discurso espacial – Sexo-género – Cuerpos – Aseos públicos

ARTE Y ENFERMEDAD: REFLEXIONES Y ESTRATEGIAS ARTÍSTICAS EN TORNO A LOS MECANISMOS DE OCULTACIÓN DE LAS ENFERMEDADES EN EL ESPACIO PÚBLICO

AUTORES

Alfonso del Río Almagro y Marta Rico Cuesta
Universidad de Granada (España)
delrio@ugr.es y martaricocuesta@gmail.com

El grupo de investigación HUM-425 de la Universidad de Granada desarrollamos una línea de trabajo sobre la capacidad de los lenguajes artísticos para cuestionar las políticas culturales de representación de la enfermedad en el espacio público, interfiriendo en los discursos que lo generan y promoviendo nuevas formas de visibilización y representación.

En este texto presentamos los resultados de las últimas fases del proyecto en las que analizamos los diversos modos de abordar la exclusión de la enfermedad en el espacio público desde las estrategias artísticas contemporáneas. El objetivo de esta comunicación es examinar los mecanismos que llevan a la ocultación pública de las enfermedades en las sociedades avanzadas, cuestionándonos por las causas y planteando una valoración sobre las consecuencias de dicho silenciamiento, para tratar de entender las posturas que se han desarrollado desde las estrategias artísticas.

Las prácticas artísticas analizadas contribuyen a generar nuevas formas de relación y convivencia con la enfermedad, favoreciendo nuevas formas de representación que produzcan unos imaginarios más diversos.

Palabras clave: Arte – Enfermedad – Espacio Público – Ocultación

REPRESENTACIONES SOCIALES, INNOVACIÓN COOPERATIVA Y DESARROLLO HUMANO

AUTORES

M^a Ángeles Delgado Burgos, Jesús Aparicio Gervás y Carlos García de la Santa Delgado

Universidad de Valladolid (España) e Instituto Cervantes (Irlanda)

angelesdb2@hotmail.com, aparicio@sdcs.uva.es y cgarciadelasanta@hotmail.com

El trabajo de investigación-acción que aportamos se realizó en un centro educativo ecuatoriano de Manta con una muestra de 47 estudiantes de 1º bachillerato y sus familias, en claro riesgo de abandono escolar y sumidas en la pobreza, para resolver el interrogante: ¿sería viable minimizar el abandono escolar con la aplicación de prácticas de innovación curricular cooperativa que recogieran las representaciones sociales de los actores?

Hemos constatado que existe una clara asimetría entre el discurso institucional relativo a la Educación y la realidad cotidiana de los estudiantes y las familias en los centros educativos. Es probable que dicha irregularidad resida porque en dicho índice estén ausentes los indicadores que reflejan algunos de los motivos del mencionado abandono como: el fracaso escolar con repeticiones sucesivas por la falta de innovación curricular, escasa valoración de la formación -por parte de las familias sumidas en la pobreza-, o a la relación causa-efecto entre ambas.

En un primer acercamiento al espacio educativo comprobamos la ausencia de innovación en las programaciones curriculares, por lo que establecimos la hipotética relación cognitiva sobre la educación reglada, de las familias y los estudiantes, *fracaso-abandono-infravaloración*, como representación social surgida en el espacio de la pobreza, resultado de la interacción comunicativa reactiva ante el anquilosamiento educativo. Así, fue necesario contemplar como objetivo la realización de buenas prácticas curriculares, con el diseño de la materia *El Buen Vivir*, con nuevos contenidos y técnicas de aprendizaje dialógico cooperativo, que contribuyeran, en primer lugar, para actuar como reactivo en el reconocimiento y variación de las representaciones sociales *empírico-útil-mejora de vida*, del imaginario del alumnado y de las familias, que en la vida cotidiana se reflejaba en la acción secuenciada-combinada *drogas-violencia-mejora de vida*; y, en segundo lugar, para lograr la consecución del Desarrollo Humano de la comunidad educativa.

Para esta fase inicial de levantamiento de datos primarios de las construcciones cognitivas de los actores, sobre el objeto de la educación formal e informal, aplicamos técnicas metodológicas interdisciplinarias del ámbito de la investigación cualitativa: entrevista semiestructurada, observación participante, prácticas discursivas, informes estadísticos e históricos del contexto, que nos permitieron establecer -mediante el análisis triangulado- su contenido, estructura, significados, contextos e interacciones.

Los resultados de la experimentación constataron que los diseños curriculares deberían recoger las representaciones sociales de la comunidad educativa para que sus miembros se vean implicados y motivados por la finalidad última del aprendizaje, el logro del desarrollo colectivo-cooperativo de su entorno.

Palabras clave: Abandono escolar - Desarrollo humano - Innovación cooperativa - Representaciones sociales

EL APORTE DE LOS ESTUDIOS DE PERIODISMO A LA SOCIEDAD (UNA EXPERIENCIA DE APS)

AUTORA

Patricia Delponti Macchione
Universidad de La Laguna (España)
pdelponti@ull.es

En el marco de la convergencia educativa europea, en el que la preparación para el trabajo y la formación de una ciudadanía activa se han convertido en pilares fundamentales de la programación estratégica de las universidades, la comunidad educativa dedica esfuerzos a crear el entorno y las condiciones apropiadas para que las generaciones jóvenes adquieran las competencias y habilidades necesarias para la construcción de una sociedad sostenible, responsable y en armonía con el entorno en la que se encuentra inmersa. Por ello la formación para la ciudadanía y los conceptos asociados a la solidaridad, contribución social y servicio comunitario han adquirido mayor importancia en los currículos universitarios y en las políticas educativas de la última década.

Unir compromiso social con el aprendizaje de contenidos, habilidades, actitudes y valores es uno de los objetivos principales incluidos en las propuestas educativas de las carreras de comunicación y que buscan no sólo favorecer el aprendizaje significativo de los alumnos, sino también mejorar la motivación y como consecuencia los resultados académicos. Esta tendencia que viene tiempo desarrollándose especialmente en la formación reglada media y superior, es posible articularla también en el ámbito universitario, pero no sólo desde el enfoque de las prácticas de empresa o de las actividades profesionales necesarias para obtener el título, sino también en el marco de las diversas asignaturas que permiten el aprendizaje de contenidos mediante el trabajo aplicado a las necesidades reales del entorno y con la finalidad de mejorarlo.

Esta comunicación propone indagar en los resultados obtenidos por una experiencia pedagógica concreta desarrollada con alumnos de tercer curso de periodismo, en el marco de la asignatura optativa La imagen en el periodismo. Esta práctica profundiza y revela el rol que ejercen los estudiantes de periodismo para con la sociedad y el aporte que pueden realizar a la misma mientras se encuentran inmersos en la formación académica. En este sentido, es posible afirmar que el aprendizaje de servicios aplicado a la enseñanza del periodismo contribuye con el acercamiento de la dimensión cognitiva y ética de la persona, mejorando así la calidad educativa y por qué no, la inclusión social.

Palabras clave: Aprendizaje de servicios - experiencia pedagógica - Imagen - Organizaciones sin fines de lucro - Sensibilización - Periodismo de servicios

LOS DOCTORES JONES EN *INDIANA JONES AND THE LAST CRUSADE* (STEVEN SPIELBERG, 1989)

AUTOR

José Díaz Cuesta

Universidad de La Rioja (España)

jose.diaz-cuesta@unirioja.es

Esta ponencia pretende poner en valor las representaciones de masculinidades, principalmente de los dos doctores Jones, en relación tanto con el resto de personajes de este texto fílmico, como con el reflejo de masculinidades en las dos películas anteriores de la saga, ya analizadas en los artículos “Masculinidades en *Raiders of the Lost Ark* (Spielberg 1981)” (Díaz-Cuesta 2005) y “Masculinidades en *Indiana Jones and the Temple of Doom* (Spielberg 1984)” (Díaz-Cuesta 2007).

Para ello se utilizan una vez más los cuatro entornos *-sites-* en los que Pat Kirkham y Janet Thumim cifran las masculinidades en el cine: el cuerpo, la acción, el mundo externo y el mundo interno (Kirkham y Thumim 1993: 11).

El cuerpo del Dr. Henry Walton “Indiana” Jones (Junior) aparece representado en su juventud (pre-doctoral, por tanto) por un actor distinto de Harrison Ford, River Phoenix, quien llegó a esta película con varias apariciones en series de televisión, siendo por ejemplo capaz de representar a un niño disléxico. En *The Last Crusade* su personaje desvela el origen de rasgos importantes de su apariencia, como su látigo, su sombrero y su cicatriz (Díaz-Cuesta 2010: 257). Sean Connery aporta el otro cuerpo del Dr. Henry Walton Jones (Senior). Con la inclusión de este actor escocés de larga trayectoria *-el 007 original-* Spielberg colmaba en parte el deseo que le había impulsado a realizar la primera entrega de la saga, que era dirigir una película del agente James Bond. Los cuerpos de los dos doctores y sus acompañantes se localizan en acción en una variedad de registros, entre los que destacan los planos finales cabalgando, en homenaje a los hombres de John Ford en sus *westerns*.

El entorno del mundo externo gira alrededor del eje hijo-padre que une irremisiblemente a los dos doctores Jones, quienes llegan a haber compartido la misma amante. Según Susan Arostein, “Indiana’s search for his father is more than the search to find and retrieve him. It is, as he must learn, the search both to accept him and, in a very real way, to emulate or become him” (1995: 21). Esa huella del padre está presente también en el mundo interno, como señala el director: “I came up with the father-son story because the Grail is symbolic of finding the truth in one’s life — the truth we are always looking for, consciously or unconsciously. For me, that was represented by Indy and Henry meeting” (Eisenberg 1989: 47).

El final de la película pretende mostrar unas masculinidades tradicionales que combinan fuerza, habilidades y creencias místicas. Queda la duda sobre cómo se comportaría el Dr. Jones Junior con un hijo biológico, algo que se sería desvelado en *Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull* (Spielberg 2008), circunstancia que tendrá que ser analizada en una posterior investigación.

Palabras clave: Steven Spielberg – *Indiana Jones and the Last Crusade* – Masculinidades – Análisis fílmico – Análisis textual

DE LA INVESTIGACIÓN A LA DIDÁCTICA DEL CÓMIC. LA HISTORIETA COMO HERRAMIENTA ACTIVA DE APRENDIZAJE DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA ENSEÑANZA DE ADULTOS

AUTORA

M^a del Mar Díaz González
 Universidad de Oviedo (España)
mdiazg@uniovi.es

En el contexto de la tradicional jerarquía de las artes y, por supuesto, frente a las denominadas artes mayores (pintura, escultura y arquitectura), la novena arte ha resultado ser un medio de creación minusvalorado. Desde su aparición, el cómic, como medio de expresión y de comunicación de masas, se ha situado en un terreno ciertamente escurridizo. Por lo general, las tiras cómicas se han acantonado en las lindes de la inocencia infantil, ocupando las planas del diario dedicadas al ocio y al asueto de los más pequeños, a los que iban dedicadas las historietas más ingenuas y melifluas. Surgió, a finales del siglo XIX, en la prensa periódica para suscitar la afición de los niños y adolescentes por el periódico del patriarca, en el que se insertaron asimismo, y por la misma razón, tiras cómicas para las féminas, figurines de moda y recetas culinarias.

El cómic conquistó su autonomía con la adquisición de nuevos formatos, entre los cuales el álbum y la revista, donde se recreaban historietas de mayor enjundia y ambición. Sirva el ejemplo de la publicación TBO, cuya edición corrió a cargo de Bruguera desde 1917 a 1983.

Como sucede en el cine, otro interesantísimo medio creativo, el cómic muestra a la vez que narra. Esta cualidad expresiva imbrica una triple codificación semiótica, por cuanto se interrelaciona el plano iconográfico, el aditamento lingüístico y la técnica narrativa, es decir la resolución formal que implica al dibujo, al entintado, a la disposición de las viñetas, a la creación de los personajes, a la interrelación espacial, a la continuidad, etc... Nos hallamos ante una creación artística atractiva y fácilmente comprensible, de gran amplitud temática y que ofrece infinitas posibilidades estéticas, en función de las diversas escuelas productivas [locales (Asturias), nacionales (Barcelona y Madrid) o internacionales (Bélgica)].

En términos de aprendizaje significativo, se ha comprobado que los usos didácticos del cómic mejoran las habilidades narrativas, de lectura y escritura de los estudiantes. Además, este medio creativo contribuye asimismo a la alfabetización visual del educando, lo que equivale al adiestramiento del ojo en cuanto al reconocimiento de estilos plásticos. Debido a su estructura secuencial, el formato cómic facilita el entendimiento de los argumentos históricos y también se revela un medio muy eficaz en el aprendizaje de otros idiomas. Por su formulación lexipictográfica, cada viñeta contiene imagen y texto, y la progresión narrativa impulsa al lector a la reflexión, e incluso a la anticipación, en cuanto a los puntos clave de la historia. Como medio artístico posibilita al creador la canalización estética del argumento, ya sea histórico, literario o social, y la planificación de los ambientes específicos que arropan a los protagonistas de las acciones.

Como recurso didáctico, el cómic se inserta dentro de un contexto de metodología activa y motivadora. La lectura de tebeos, ya sea a través de periódicos, de revistas juveniles o de álbumes monográficos, concilia el aprendizaje con el ocio, dado que puede utilizarse desde los siguientes niveles de implicación que se profundizaran en nuestra aportación: la lectura de cómics, la investigación del cómic y la creación de un cómic.

Palabras clave: Comicgrafía - Creación - Arte - Didáctica - Aprendizaje significativo - Alfabetización visual

UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS INTEGRADAS INGLÉS/HISTORIA A TRAVÉS DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL EN SECUNDARIA

AUTOR

Sergio Díaz Menéndez
Universidad de Oviedo (España)
diazsergio@uniovi.es

El desarrollo de las competencias básicas de manera integrada en contextos plurilingües es uno de los deseos desde el implemento masivo de estas estructuras en Secundaria (segunda mitad de la década del 2000) y la aprobación de la LOE (2006). La Ley Orgánica Para la Mejora de la Calidad Educativa (2013) asume el aprendizaje por competencias pero aún se detectan necesidades en la formación de las docentes, ideas e infraestructuras que permitan llevar a cabo un desarrollo competencial plenamente integrado.

En esta ponencia voy a centrarme en proponer una serie de tareas para un grupo de 4º de ESO en un contexto plurilingüe en el Principado de Asturias. Se trataría, concretamente, del IES Pérez de Ayala, situado en Ventanielles, barrio periférico de Oviedo con un importante influjo migratorio en los últimos años y muy afectado por la crisis económica, el paro y la precariedad. El centro antedicho ofrece un programa bilingüe español-inglés para alumnos seleccionados que quieran dar continuidad al que ya tenían en su centro adscrito de primaria, el Colegio Público de Ventanielles, bajo acuerdo con el British Council.

En mi trabajo desgajo las ocho competencias básicas tanto a escala europea como en su aplicación en la LOE en España y propongo varias tareas con objetivos, contenidos y criterios de evaluación para medir el desarrollo integrado de las competencias en cada una de ellas. Asimismo, propongo varios instrumentos que permitan medir este desarrollo competencial. El tema elegido será la Revolución Industrial, muy relevante dado que los alumnos deben aprender los contenidos de ambos territorios (Reino Unido y España) y el período en que se enmarca este hecho histórico ofrece numerosas concomitancias entre dichos países, donde se hablan la lengua extranjera (entendida como segunda lengua dentro de la metodología utilizada) y la lengua materna o pseudomaterna del alumnado, respectivamente. La intención de este trabajo es ilustrar la posibilidad de cumplir los objetivos de las competencias que se vienen impulsando desde el Informe Delors (1996) pero que son a veces difíciles de materializar.

En cumplimiento de la LOE y de los planteamientos de la sección de Plurilingüismo de la Consejería de Educación del Gobierno del Principado de Asturias, el funcionamiento ideal de este programa plurilingüe implicaría que el inglés no fuera patrimonio exclusivo de trabajo del aula de lengua extranjera, sino que se trabajara en disciplinas no lingüísticas o incluso se contribuyera al mismo desde la Asignatura de Lengua Castellana y Literatura. A cambio, la asignatura de inglés reforzaría, enriquecería y ampliaría los conocimientos teóricos, prácticos y actitudinales del resto de materias. Este es un ejemplo, por consiguiente, de retroalimentación entre inglés y Ciencias Sociales.

Palabras clave: Competencia Plurilingüe - Didáctica de la Lengua Extranjera - Inglés - Historia - Didáctica de las Ciencias Sociales

ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS Y LA MOTIVACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LA DISCIPLINA DE TRABAJO SOCIAL

AUTORES

Laura Domínguez de la Rosa, María del Carmen Rodríguez Martínez, Jesús Molina Gómez y Javier Pérez-Aranda

Universidad de Málaga (España)

ldominguez@uma.es, marrodmar@uma.es, jmolinag@uma.es y jpereza@uma.es

Este trabajo forma parte de un proyecto de innovación educativa financiado por la Universidad de Málaga (UMA) y donde se analiza la relación que existe entre la metodología de Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y la motivación del alumnado. El proyecto se realiza en distintas áreas de conocimientos (ciencias de la salud, ciencias sociales, ciencias económicas y jurídicas).

Los pilares de fundamentación metodológica para el binomio enseñanza-aprendizaje, según el Espacio Europeo de Educación Superior, tienen que estar orientados hacia un proceso de acción-reflexión-acción. Por lo tanto, se ha considerado el ABP como una metodología de enseñanza que favorece este tipo de aprendizaje y refuerza el aprendizaje grupal y autónomo de los estudiantes. Así, se les ofrece a los alumnos las competencias necesarias para ser capaces de identificar las distintas necesidades y problemas que generan situaciones reales y concretas relacionadas con el contexto profesional. Entendemos que tanto las ciencias sociales como las ciencias económicas, jurídicas y de salud cuentan con disciplinas que requieren de conocimientos que no solo el estudiante puede adquirir mediante la asimilación de conceptos y teorías. De esta forma, se considera necesario que el alumnado aprenda mediante la búsqueda de respuestas y soluciones a posibles problemas a los que profesionalmente se podrá enfrentar. De acuerdo con Bas (2011) el ABP juega un papel fundamental en la motivación del alumnado. En este sentido, permite fomentar la creatividad, la reflexión crítica y la toma de decisión por parte de los mismos.

La finalidad del presente estudio es mostrar los resultados de las experiencias de ABP en la disciplina de Trabajo Social. Se analizó las actividades que realizaron los estudiantes que en el segundo semestre del curso académico 2013/2014 cursaron la asignatura de Trabajo Social con Grupos en la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo de la UMA. Se prestó especial atención a cómo estas actividades influyen en la motivación de los estudiantes. De este modo, se les informa, al inicio de la asignatura, que durante el desarrollo de la materia se realizará una investigación orientada a explorar la relación entre la metodología de aprendizaje y su nivel de motivación en cada una de las actividades. Así, al inicio y al final del periodo lectivo se proporcionó el cuestionario MSLQ con el objeto de conocer la motivación que los alumnos tenían de la materia antes y después del uso de esta metodología.

Los resultados indican que existen diferencias significativas en la motivación y la percepción de dicha asignatura por parte de los estudiantes después de aplicar la metodología ABP. Se demuestra cómo el ABP es una herramienta metodológica que nos ofrece el soporte necesario para constituir un aprendizaje activo, cooperativo, motivacional y enfocado al desarrollo de competencias.

Palabras claves: Aprendizaje basado en problemas - Motivación - Trabajo Social

TÉCNICAS DOCENTES PARA LA COORDINACIÓN EN ANDALUCÍA TECH

AUTOR

Enrique Domínguez Merino
Universidad de Málaga (España)
enriqued@lcc.uma.es

La coordinación del equipo docente es una de las tareas clave e indispensable para la correcta consecución de las competencias específicas y transversales recogidas en el plan de estudios. En la mayoría de los casos, el desarrollo de una competencia implica a varias asignaturas de diversos cursos. Una vez establecidas estas asignaturas, la coordinación entre los profesores de dichas asignaturas es imprescindible para, por ejemplo, decidir a qué nivel se abordará y evaluará dicha competencia en cada asignatura. Este tipo de coordinación se la conoce como coordinación docente vertical o transversal.

Por otro lado, para la consecución de las competencias asignadas a cada asignatura, cada profesor o equipo docente diseña un conjunto de actividades (evaluables en su mayoría) para que el alumno participe de forma activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En este punto, también es necesaria la coordinación entre los profesores de un mismo curso que imparten sus asignaturas en el mismo periodo. Esta denominada coordinación horizontal se realiza principalmente para distribuir la carga de trabajo exigida a los estudiantes de una manera lo más uniforme posible.

Para abordar las necesidades de coordinación entre el profesorado, todos los centros educativos han diseñado en mayor o menor medida un Plan de Coordinación Docente para sus titulaciones. Dichos planes suelen partir de previas experiencias o proyectos pilotos en el marco de implantación de créditos ECTS, en cuyas memorias de grado se contemplaban una serie de actuaciones para la coordinación vertical y horizontal de las competencias establecidas.

Además de estos tipos de coordinación (vertical y horizontal), en este trabajo queremos destacar una coordinación fundamental que requiere de un mayor esfuerzo cuando una misma asignatura es impartida por un equipo docente en una o varias titulaciones. Este tipo de coordinación interna (por asignatura) ha adquirido una mayor importancia en los últimos años debido a la deslocalización de los grados en los campus con diversas sedes.

En este trabajo se aborda la problemática de este último tipo de coordinación interna o por asignatura dentro del campus de excelencia internacional Andalucía Tech, en el cual se imparten actualmente seis titulaciones conjuntas. De este modo, se presenta la experiencia llevada a cabo en diversas asignaturas de distintas titulaciones de grado conjuntas, identificando las fortalezas y debilidades detectadas del actual plan de coordinación, proponiendo finalmente nuevas técnicas docentes de coordinación.

Palabras clave: Coordinación docente – Metodologías docentes – Técnicas de coordinación

UM FRAMEWORK CONCEITUAL PARA PLANEJAMENTO DIDÁTICO EM CURSOS DE COMPUTAÇÃO: UM MODELO BASEADO NOS TIPOS PSICOLÓGICOS E TEMPERAMENTOS

AUTORES

Paulo César dos Santos e Ítalo Santiago Vega
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
paulo.santos@ifsuldeminas.edu.br e italo@pucsp.br

A realização deste trabalho foi possível devido ao apoio recebido em diversas instituições as quais agradecemos, IFSULDEMINAS, CAPES, PUCSP, TIDD, GEMS e LabSoft.

A área acadêmica em computação enfrenta vários desafios, dada a importância da mesma e a inserção nas demais áreas de conhecimento. No Brasil é crescente a demanda por vagas em cursos de graduação em computação, faz-se necessário investir esforços para obtenção de melhorias na qualidade dos processos de ensino, disponibilizados pelas instituições de educação. Este artigo tem origens em uma pesquisa acadêmica que se realiza em uma instituição de ensino superior pública brasileira e visa melhorar determinados aspectos no processo de ensino-aprendizagem em curso de graduação em computação.

O objetivo deste artigo é descrever a proposição e validação de um Framework Conceitual (FC), para apoiar o processo de planejamento didático de disciplinas em cursos de computação. O framework oferece diretrizes para que professor planeje, considerando as características dos tipos psicológicos e temperamentos dos aprendizes, que serão previamente identificadas por meio de inventários. No âmbito dos fatores psicológicos e temperamentais são consideradas as pesquisas e teorias de Jung, Myers e Briggs, Keirsey e Bates. A partir da identificação das referidas características, e o uso do FC, o docente elabora estratégias para: ensino, avaliação da aprendizagem e a avaliação da qualidade da própria regência.

O FC é composto por recursos de Design Instrucional (DI) e possibilita apoiar professores em atividades que visam: a) selecionar e elaborar materiais didáticos, considerando a aprendizagem adaptativa e significativa; b) selecionar e ou elaborar técnicas de ensino para aplicação individual ou em grupos; c) aplicar métodos para avaliação de aprendizagem, considerando a taxonomia de Bloom, e tipos de avaliação diagnóstica, somativa e formativa; d) avaliar a qualidade da regência e aplicar ações para melhoria da mesma, com o uso de conceitos de *Plan, Do, Check, Action* (PDCA).

Palavras Chave: Framework Conceitual - Didática - Tipos Psicológicos - Ensino em Computação - Design Instrucional

COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL

AUTORA

Erika Teresa Duque Bedoya

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

erika.duque@unisabana.edu.co

El ritmo de la Sociedad del Conocimiento evidencia la importancia de adquirir competencias digitales que no solo se circunscriben en el uso de herramientas sino en habilidades para usar adecuadamente la información, transformarla después en conocimiento, compartirlo y abordar un aprendizaje para la vida. Sin embargo existe el peligro de encerrarse en una “burbuja digital” que quizás permita compadecerse del “otro” pero no actuar en beneficio de los demás, ni interesarse por las realidades sociales, quizás muy cercanas y agrandar la individualidad en los jóvenes. En este sentido las estrategias de inclusión social aplicadas al aprendizaje de las competencias digitales permiten sensibilizar sobre las realidades sociales, involucrarse y participar en soluciones a través de la tecnología.

Esta inquietud surgió durante la impartición de la materia Competencias Básicas Digitales (CBD) para estudiantes de pregrado, quienes desarrollaron proyectos de inclusión social mediados por TIC utilizando la metodología de aprendizaje por proyecto (APP) para estudiantes de colegios públicos que presentan dificultades de convivencia, del Municipio de Chía (Colombia). El aprendizaje por proyecto es una metodología que desarrolla habilidades para la interpretación, estudio y proposición de soluciones para fenómenos concretos basados en la realidad. La materia Competencias Básicas Digitales es transversal y pretende desarrollar las competencias a través del desarrollo de cinco dimensiones: informacional, comunicativa, ciudadanía digital, tecnológica y cognitiva.

Estas acciones convergieron en un estudio cualitativo descriptivo-reflexivo aplicado sobre los estudiantes tanto de pregrado como colegio, sobre los que se han aplicado entrevistas y el análisis del material digital elaborado sobre las experiencias. Este estudio es una reflexión sobre la articulación entre la inclusión social y la mediación de las TIC, concretamente sobre en adquisición de las competencias digitales, para entender mejor el concepto de ciudadanía digital. Tiene los siguientes componentes: **la inclusión social como motivante de la humanización tecnológica**, la cual es una reflexión sobre el uso de la tecnología partiendo desde el concepto de persona humana, **las competencias básicas digitales como potencializadoras de la inclusión social** que analiza las potencialidades de las TIC y su aprovechamiento para la inclusión social teniendo en cuenta la posibilidades multimedia y los estilos de aprendizaje, **reflexiones alrededor de la ciudadanía digital** y finalmente los **hallazgos sobre el ejercicio** que consisten en la sistematización de experiencias de aula con el fin de describir prácticas, lecciones aprendidas y productos digitales que puedan ser replicados en otros contextos.

Palabras clave: Inclusión social – Ciudadanía digital - Aprendizaje por proyecto - Competencias digitales

TRABAJOS DE CAMPO CON TIC EN LAS AULAS DE MAGISTERIO

AUTOR

José Francisco Durán Medina

Universidad de Castilla La Mancha (España)

JoseFrancisco.Duran@uclm.es

La Facultad de Educación de Toledo implantó en el curso escolar 2011/2012 la mención TICE (Tecnologías de la Información y de la Comunicación en Educación) con un éxito notable en cuanto al número de alumnos/as interesados/as en cursar los 30 créditos de las asignaturas optativas que daban pie a la consecución de esa novedosa especialidad.

En el curso 2012/2013 se pudieron defender en los tribunales nombrados para tal efecto los primeros Trabajos Fin de Grado (TFG) de dicha mención. Entornos Personales de Aprendizaje, Comunidades virtuales, Pizarra Digital Interactiva, Redes Sociales, Blogs, Plataformas Virtuales Educativas... fueron tratados en profundidad con sus trabajos de campo correspondientes.

Al finalizar el curso 2013/2014, se hace presente en el campo de la investigación en acción la segunda hornada de estos jóvenes investigadores, intentando descubrir la posibilidad de interacción entre las TIC y otros campos relacionados con la Educación como la Orientación Educativa, la animación a la lectura, TDAH (Trastornos por Déficit de Atención con Hiperactividad), Mochila Digital...

Y en esta ocasión prestaremos especial atención a algunos de los trabajos presentados para finalizar los estudios de grado de Magisterio durante el curso 2014/15 incluidos en la mención señalada que ya se consolida en este tercer año consecutivo con fuerza y calidad, estableciendo relaciones tan interesantes como las siguientes: Tablets y creatividad, PDI y atención a la diversidad, radio escolar y frecuencia de uso educativo, presentaciones audiovisuales y Matemáticas, etc.

Palabras clave: Educación - TICE - Investigación - Magisterio

DEFINICIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y GENÉRICAS A DESARROLLAR EN EL GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS EN LA REGIÓN DE ASIA CENTRAL

AUTORAS

Almudena Eizaguirre Zarza y María García Feijoo

Universidad de Deusto (España)

Almudena.eizaguirre@deusto.es y maria.garciafeijoo@deusto.es

Tras la creación del Espacio Europeo de Educación Superior, la Unión Europea ha desarrollado distintos proyectos para facilitar la cooperación en el ámbito de la educación superior entre sus estados miembros y los países de su entorno. En concreto, este artículo presenta el **Proyecto Tuning TUCAHEA** “Towards a Central Asian Higher Education Area: Tuning Structures and Building Quality Culture”, que tiene como objetivo avanzar en la armonización de las titulaciones de la región de Asia Central (Kazajistán, Kirguistán, Tayikistán, Turkmenistán y Uzbekistán). Se trata de un proyecto Tempus que comenzó el 15 de Octubre de 2012 y finalizará el 14 de Octubre de 2015.

Este artículo comenzará señalando las principales características y objetivos de los proyectos *Tuning*. El enfoque *Tuning* propone una metodología que ayuda a diseñar, desarrollar, aplicar y evaluar los programas de estudio de cada uno de los ciclos de Bolonia en una región determinada. Contribuye así a elaborar programas de estudio (grados, masters, tercer ciclo...) en diversas disciplinas que los hace comparables, compatibles y transparentes, expresando los objetivos en términos de resultados de aprendizaje y de competencias.

Además, el artículo describirá el Proyecto *Tuning* TUCAHEA, centrándose en una de las partes esenciales del mismo, referida al proceso seguido para definir las competencias específicas y genéricas a desarrollar en el Grado en Administración y Dirección de Empresas (el proyecto en su conjunto trabaja 8 titulaciones). El resultado de este proceso culmina con un listado común de competencias genéricas y específicas, definidas a partir de la consulta a cuatro colectivos clave: empleadores, graduados, académicos y estudiantes.

Las 12 competencias genéricas son: pensamiento lógico y crítico, iniciativa y emprendimiento, aprendizaje autónomo, comunicación en la lengua oficial, en ruso y en otras lenguas extranjeras, liderazgo y trabajo en equipo, gestión de información y nuevas tecnologías de comunicación, aplicación de los conocimientos en la práctica, orientación a las necesidades del usuario, adaptación al cambio, gestión del tiempo, compromiso con la calidad, y responsabilidad social. Por otro lado, las 8 competencias específicas elegidas son habilidad para desarrollar e implementar la estrategia, operativa y táctica de un plan de negocio, habilidad de dirección y gestión de procesos, de dirección y gestión financiera, de dirección y gestión comercial y de marketing, de dirección y gestión de recursos humanos, de gestión de riesgos, de mantener relaciones con distintos *stakeholders* y de interactuar con los agentes internos y externos a la organización.

El trabajo finaliza con unas conclusiones y futuras áreas de reflexión sobre este proyecto y la metodología *Tuning* en general.

Palabras clave: Aprendizaje - Competencias específicas - Competencias genéricas - *Tuning* - Espacio - Europeo de Educación Superior

LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEL DIRCOM EN RED. ANÁLISIS DE UNA EXPERIENCIA REAL

AUTORES

Ana María Enrique Jiménez, María Gabriela Madroño y Estrella Barrio Fraile

Universidad Autónoma de Barcelona (España)

Anamaria.enrique@uab.cat, mariagabriela.madronero@uab.cat y estrella.barrio@uab.cat

En la actualidad, la Dirección de Comunicación es un ámbito del *management* que está más que consolidado tanto en el mundo profesional como en el académico. La Universidad Autónoma de Barcelona lleva veinte años formando a la figura del Dircom en el Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (DCEI) en modalidad presencial, que desde hace más de una década se imparte además en versión on-line. Es en este tipo de enseñanza, la virtual, donde queremos poner el acento y analizar cómo son los procesos y flujos de interacción que permiten un correcto desarrollo del curso, así como la metodología y el sistema de evaluación que se llevan a cabo. Son diez años de experiencia lo que nos posibilita auditar los resultados y extraer conclusiones.

La formación mediante un entorno virtual favorece el aprendizaje interactivo y establece un cúmulo inmenso de posibilidades de relación y comunicación entre profesores y alumnos. Este tipo de enseñanza se basa especialmente en la creación de un espacio de comunicación y relación que permite a sus participantes intercambiar ideas, experiencias y conocimientos, superándose así los modelos tradicionales de enseñanza donde el profesor es quien tiene el conocimiento y el saber, para pasar a modelos basados en la participación e interacción de todo el grupo, donde no sólo se aprende del profesor sino también de los propios compañeros.

La formación on-line requiere, en primera instancia, de una plataforma virtual, que se convierte en el lugar de encuentro entre profesores y alumnos, siendo en ésta donde se imparte la totalidad de los contenidos y donde se establecen las interacciones pertinentes para el correcto desarrollo del curso. El Máster DCEI on-line se desarrolla a partir de la plataforma Moodle, la cual permite, por un lado, exponer normativas, contenidos didácticos y ejercicios a desarrollar (resolución de casos), y por otro, posibilita la interacción entre alumnos y profesorado a través de diversas herramientas como el correo, chat, foro, café virtual y cuestionarios on-line. Los materiales de estudio, así como las diversas actividades interactivas, son confeccionados y supervisados por el mismo tutor del módulo. De este modo, el autor de los contenidos es el mismo profesor que llevará a cabo la tutorización y evaluación de la materia. El aprendizaje es de carácter continuado y por tanto no sólo se tiene en cuenta la adecuada resolución de las actividades prácticas sino también la implicación y participación del alumno durante todo el Máster.

Creemos que el análisis de la idiosincrasia de este programa de formación permanente puede servir de experiencia y de orientación a nuevos desarrollos educativos en otras universidades.

Palabras clave: Dircom - Formación virtual – Máster

GIGANTES Y PODER. RELACIONES Y MENSAJES DE UNA ICONOGRAFÍA CLÁSICA EN LA CULTURA ACTUAL

AUTORAS

Reyes Escalera Pérez y Sonia Ríos Moyano

Universidad de Málaga (España)

drescalera@uma.es y srios@uma.es

Esta aportación se encuadra dentro de los contenidos de las asignaturas de *Iconología e iconografía* y de *Historia y diseño de lo cotidiano* que se imparten en el Grado de Historia del Arte de la UMA al amparo del proyecto de innovación educativa PIE13-145 de dicha Universidad.

En los últimos años, los enfoques disciplinares van cobrando un mayor protagonismo y transversalidad, de modo que, progresivamente, hemos asistido en las últimas dos décadas a una ampliación de los tradicionales contenidos de Historia del Arte hacia la *Cultura Visual*. Nuestra rica disciplina permite hoy día que vehiculemos contenidos y saberes hacia el mundo actual. Si el siglo XXI se iniciaba con la expansión del término cultura visual y el estudio de todos los *mass-media* y nuevos medios de expresión propios de la era posmoderna, este texto sirve para demostrar que los estudios tradicionales de historia del arte, remontándonos incluso a los clásicos, tienen plena vigencia y actualidad, sirviendo como ejemplo para nuestro alumnado. La Historia del Arte se mantiene viva en sus medios y mensajes, demostrando con ello que a pesar de los siglos hay conceptos y temáticas que permanecen inalterables en esencia aunque cambien los medios de expresión.

El tema escogido es el gigante, legendario personaje dotado de una gran fuerza que cobra protagonismo en numerosas mitologías –especialmente la clásica-. Suelen ser presentados como seres brutales y monstruosos, alejados de la civilización. Muchos de ellos se enfrentan a dioses y héroes que los derrotan, victorias que se presentan como la supremacía de la inteligencia sobre la brutalidad y las pasiones. Esta dicotomía fue aplicada en numerosas manifestaciones artísticas que muestran claramente cómo su sentido primigenio sigue vigente hasta nuestros días.

Los objetivos principales de este estudio se centran en el análisis del tipo iconográfico del gigante, exponiendo los principales relatos que protagonizan, interpretando su simbología y haciendo un recorrido por las más relevantes representaciones de la edad moderna, contemporánea y del arte actual, demostrando que a pesar del paso del tiempo los mensajes vinculados a su imagen siguen siendo válidos, llegando incluso hasta la expansión de lo cotidiano y sus formas de consumo masivo, dedicando un apartado a su manifestación en el cine, la publicidad y el cómic, sin olvidar la escultura pública y su carácter persuasivo.

Esta expansión hacia lo cotidiano y las manifestaciones plásticas y culturales actuales se presenta empleando metodologías de análisis multidisciplinares que permitan demostrar su vigencia y actualidad, manteniendo así su modernidad e influencia constante entre artistas y demás creativos que forjan las imágenes de consumo del siglo XXI, de ahí la relevancia de esta propuesta, puesto que su estudio permite obtener una visión global de la percepción actual de la iconografía del gigante, de su imagen, mensajes, pervivencia, consumo y transformación en señal de identidad.

Palabras clave: Iconografía – Mitología – Arte contemporáneo – Cultura visual – Emblemática

LA EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN POR COMPETENCIAS: VENTAJAS E INCONVENIENTES

AUTORA

María Teresa Espinosa Martín

Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid (España)

mtespinosa@uemc.es

La evaluación y calificación por competencias requerida en la educación actual, implica cambios significativos en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Estos cambios se están llevando a cabo más de forma teórica que práctica, dado que la mayoría de los docentes no han adaptado los procesos de evaluación y calificación en la medida que se requiere.

Teniendo en cuenta su influencia en el modo de estudiar y por tanto de aprender del alumno, debemos poner especial atención en su planificación y ejecución.

En nuestro objetivo de mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, hemos puesto en práctica una evaluación y calificación en competencias a lo largo de varios años y diversas asignaturas.

En este camino se han encontrado algunas dificultades, tanto académicas como administrativas o personales. La mayoría han sido solventadas con éxito y han posibilitado que podamos obtener conclusiones sobre los cambios que deben llevarse a cabo para mejorar el aprendizaje. Estos cambios pasan por concretar qué y cómo se debe evaluar, y utilizar herramientas adecuadas que cubran las necesidades de este tipo de evaluación y calificación, sin olvidar que antes y después de cada prueba de evaluación es necesario tener una comunicación adecuada y transparente con los alumnos.

Las ventajas superan con creces los inconvenientes, principalmente porque aumenta la motivación del alumno por la asignatura, disminuyendo el número de alumnos que abandonan la materia o presentan dificultades ante la misma, mejorando sus calificaciones y facilitando la adquisición de un mayor número de competencias en el estudiante, que proporcionará un desarrollo personal y profesional adecuados a las necesidades del individuo ante el dinamismo de la sociedad actual.

Palabras clave: Competencias - Evaluación - Calificación - Enseñanza - Aprendizaje - Calidad educativa

ANÁLISIS DE LAS COMUNIDADES DE FANS EN RED DE LA SERIE DE TELEVISIÓN 'ISABEL'

AUTORA

María Josefa Establés Heras

Universidad Alcalá (España)

Josefa.estables@edu.uah.es y mjestables@gmail.com

Internet ha contribuido a modificar el comportamiento de las comunidades de fans de las series de televisión, principalmente, de dos formas. La primera se refiere a cómo se conectan los fans entre sí a pesar de la distancia física, lo que lleva a la creación de comunidades internacionales. Sin embargo, la segunda tiene que ver con la conexión de los fans con los creadores de la serie, profundizando tanto con los productores y guionistas, como con los actores de forma virtual.

El presente estudio analiza cómo las comunidades de fans en red de la serie televisiva de Televisión Española *Isabel* (2012-2014) han contribuido a la ampliación del universo narrativo transmediático de este producto audiovisual, a través de foros, blogs y redes sociales. Por una parte, las fans de esta serie han fomentado a través de sus *fan arts* y *fan labour* en general, al interés por esta producción televisiva. Pero, además de esta vertiente creativa, en concreto se da la particularidad que esta serie recrea ciertos momentos de la vida de un personaje real, en este caso la reina Isabel I de Castilla, lo que ha promovido un creciente interés por el estudio histórico del personaje y, por tanto, de algunos momentos clave de la historia de España.

En este sentido, tanto la página divulgativa de la serie en el portal web de Televisión Española (TVE) como las páginas de expertos en la materia (historiadores, periodistas, etc.) como de fans están siendo clave para poner en valor esta obra tanto como producto educativo y de entretenimiento.

La metodología de análisis que se ha empleado se ha centrado en la observación participante como *aca-fan* y en el análisis cualitativo de datos en las principales comunidades de fans en redes sociales, foros y páginas web, así como a través de la realización de entrevistas en profundidad a los principales dinamizadores de dichas comunidades.

Finalmente, los resultados preliminares determinan la necesidad que tienen estas comunidades de fans, que son lideradas principalmente por mujeres, en seguir indagando y conociendo más sus objetos de deseo, y que en este caso son los principales personajes de la serie y que fueron a su vez personajes reales de la historia española. Esta corriente está íntimamente ligada con su creencia de que la televisión pública estatal tiene que apostar por producciones audiovisuales que fomenten su rol como servicio público, ligando educación y entretenimiento. Así, destacan que *Isabel* haya sido el punto de partida para las series con marcado corte histórico como son *Carlos, Rey Emperador* (secuela de *Isabel*) y *El Ministerio del Tiempo* (con un capítulo *crossover* con *Isabel*), así como para la película producida por TVE llamada *La Corona Partida* (un filme que unirá los hechos acontecidos entre *Isabel* y *Carlos, Rey Emperador*).

Palabras clave: Comunidades de fans – Series de televisión - Isabel – Narrativa transmediática – Educación

COMUNICACIÓN PARA LA PAZ EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR: FORMAR AL ESTUDIANTADO EN CAPACIDADES PARA CONTRIBUIR A LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORES

Alessandra Farné y Francisco Javier López Ferrández

Universitat Jaume I (España)

farne@uji.es y ferrandf@uji.es

El artículo aborda la asignatura “Comunicación para la Paz” en el marco del Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo, de la Universitat Jaume I de Castellón, como experiencia que contribuye a la formación del estudiantado del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en sus capacidades para contribuir al cambio social. El objetivo es revisar la evolución de esta asignatura y su adaptación al EEES como posible guía para otras universidades que quieran reforzar la formación de su estudiantado en temas de justicia social.

Para ello, el artículo se estructura en tres partes. En primer lugar, examinamos el marco legal y conceptual de referencia para esta asignatura. Esta fase incluye, por una parte, un repaso de la legislación nacional, europea e internacional sobre comunicación, paz, justicia social, igualdad, etc., y, por otra, una revisión de la fundamentación metodológica y conceptual, basada principalmente en la Teoría Crítica y Pedagogía Crítica sobre cultura y comunicación para la paz y el cambio social entendida como una comunicación educadora y transformadora que implique y movilice a las personas en la transformación de la violencia e injusticias por medios pacíficos (Boulding, 1999; Butler, 2005; Fraser, 1999; Freire, 1994; 2008; Galtung, 1990; Gámez Fuentes et al., 2015; Kaplún, 1998; Nos Aldás, 2007; 2013).

En segundo lugar, presentaremos la asignatura “Comunicación para la Paz”, con sus contenidos y metodologías, así como su evolución a lo largo de los veinte años del Máster de la Paz de la Universitat Jaume I y el proceso de adaptación al EEES para convertirse en una materia de un Máster Universitario desde el curso 2006-2007.

Finalmente, abriremos la discusión con reflexiones sobre la asignatura, la experiencia a lo largo de sus diferentes ediciones, su evolución y contribución en la formación de estudiantes del EEES en comunicación para la paz y el cambio social (Nos Aldás et al, 2014). Se abordarán tanto las acciones consideradas positivas como los desafíos encontrados, para así establecer unas posibles pautas o guía para otros programas que quieran incorporar la comunicación para la paz y el cambio social en el plan de estudios de sus estudiantes para la formación de una ciudadanía crítica y activa, capacitada para transformar las injusticias y desigualdades de forma pacíficas.

Palabras clave: Comunicación – Paz – Cambio Social – Igualdad – Espacio Europeo de Educación Superior

FUSÕES, CONFUSÕES... E A COMUNICAÇÃO NA EMPRESA

AUTORA

Anabela Félix Mateus

Universidade da Beira Interior e FCT (Portugal)

anabela.mateus@netcabo.pt

O trabalho que apresentamos traduz os resultados da pesquisa para Doutoramento que realizámos na Universidade Complutense de Madrid na área da Comunicação empresarial, a nível Interno.

Em termos de referenciais teóricos a investigação assenta numa *perspetiva analítica de base sistémica* com os conceitos *fusão empresarial, cultura de empresa e clima organizacional* como núcleo da nossa investigação, uma vez que à sua volta se encontra relacionada toda a problemática do tema em questão - a *comunicação interna*. A comunicação é encarada como sistema e tem prioridade relativamente ao sujeito nele integrado.

O estudo tem como objeto duas unidades de empresas que sofreram processos de fusão onde é utilizada um metodologia de base *qualitativa* através do *Estudo de Caso* e a introdução de *Comparação Multicasos com aplicação de entrevistas abertas semiestruturadas*, aos profissionais ativos das empresas e também a alguns já aposentados. O estudo desenvolve-se em dois grupos em paralelo após a fusão, com particular atenção a dois fatores: prioritariamente aos *Recursos Humanos*, pela grande complexidade que aí se revela em termos de dimensão e estruturação; também ao importante papel que o fator antiguidade demonstra ter desempenhado nas empresas então fusionadas, especialmente na sua primeira fase, a nível da imagem, prioritariamente externa.

Como *focus* da análise: um dos grupos é obrigado à sua reestruturação, após uma Resolução governamental pós-Revolução que levou à fusão das empresas para a concentração em grandes grupos da área Seguradora nos anos 80. Trata-se de uma medida imposta externamente que não lhes permitiu algum tipo de planeamento para as mudanças obtidas. A análise realizada encontra comparação num grupo de empresas que se une, da mesma área e na mesma época, por vontade própria, o que lhes proporciona uma ocorrência atempada e consciente.

Como *Objetivo* pretende-se caracterizar o funcionamento das empresas objeto de estudo a nível de recursos humanos e a sua comunicação interna interativa, tanto antes da fusão como depois da mesma e analisar o resultado das reestruturações em termos de equilíbrio do clima e coesão da cultura, assim como a efetiva participação da comunicação para obter o melhor resultado das mudanças.

Podemos afirmar que, no final da pesquisa, contamos com informação suficiente para confirmar genericamente a hipótese colocada no início da investigação empírica, para a generalidade das fusões quando se realizam sem algum tipo de preparação, como ocorreu na maioria dos casos nas empresas seguradoras dos nos 80 em Portugal que se traduzia na seguinte premissa:

“as fusões das empresas seguradoras terão provocado disfunções a nível da comunicação interna que, por sua vez, se encontram relacionadas com processos anómicos no seu público interno”.

Palavras Chave: Comunicação interna - Clima organizacional - Cultura de empresa - Processo de fusão - Mudança

A COMUNICAÇÃO NA INTERDISCIPLINARIDADE

AUTORA

Anabela Félix Mateus

Universidade da Beira Interior e FCT (Portugal)

anabela.mateus@netcabo.pt

As rápidas e profundas mudanças tecnológicas e económicas que hoje se verificam potenciam cada vez mais a tendência para epistemologia interdisciplinar que há muito se destaca.

Falar de interdisciplinaridade é falar de interação de disciplinas. Cada disciplina apresenta-se como uma propriedade intelectual única e que a diferencia e distingue de todas as outras. O discurso da interdisciplinaridade implica a busca de fundamentos em várias áreas de conhecimento para alcançar a complexidade do objeto. A interdisciplinaridade traduz-se numa abordagem metodológica que consiste na procura sistemática de integração das teorias, dos instrumentos e das fórmulas de ação científica de diferentes disciplinas, baseada numa conceção multidimensional e global dos fenómenos. Com a utilização desta metodologia o objeto de estudo é abordado de forma integral o que leva à motivação para a elaboração de novas perspetivas metodológicas para a resolução de problemas.

A importância da interdisciplinaridade, e sequente construção de redes de investigação interdisciplinares, surge com o próprio desenvolvimento científico-técnico que tem permitido e provocado o nascimento de variados ramos científicos. Essas novas abordagens passam a contemplar a pesquisa científica dos processos transnacionais. Um fator há a realçar: ciências distintas, discursos próprios. O efeito sinérgico que resulta da complementaridade ativa das várias ciências que se propõem a um mesmo objetivo só se obtém através da ação da comunicação, presente ao longo de todos esses processos. A necessidade de um esforço suplementar de cada uma das áreas, complementares, em ordem a uma comunicação eficaz e eficiente, impõem-se dentro de cada grupo de pesquisa, devido às características dos seus discursos técnicos e científicos, particulares a cada uma.

O presente trabalho pretende apresentar uma reflexão sobre as características do fator dinâmico que é a nova comunicação (conceito implícito à interdisciplinaridade), assaz recorrentemente técnica, e a imprescindível responsabilidade que detém na interligação entre os distintos campos da ciência que lhe são transversais, traduzindo a filosofia das áreas com que está comprometida enquanto estratégia implícita, com uma missão política que detém, nunca esquecendo a vocação primeira que a fundamenta: ser eficaz e eficiente perante os destinatários a quem serve.

Espera-se contribuir para o entendimento desta nova comunicação, implícita ao tipo de economia que regula as sociedades atuais, fundamental ao processo de interdisciplinaridade a que a generalidade das ciências recorre hoje com o intuito do seu desenvolvimento.

Palavras chave: Interdisciplinaridade - Metodologia de investigação - Redes de investigação - Complementaridade - Comunicação

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DEL PERIODISMO DIGITAL Y MULTIMEDIA: ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS A TRAVÉS DE LOS CASOS ID126 (BRASIL) Y REDACCIBER (ESPAÑA)

AUTORAS

Juliana Fernandes Teixeira y Ainara Larrondo

Universidade Federal da Bahia (Brasil) y Universidad del País Vasco (España)

teixeira.juliana.rj@gmail.com y ainara.larrondo@ehu.es

Una de las principales estrategias contemporáneas para capacitar a periodistas para la era digital es considerar la Web como un ámbito que impacta la profesión informativa en sus múltiples facetas. Este es el caso de los productos universitarios de Periodismo Digital, que adoptan una estructura dedicada a la reflexión y producción orientada de los estudiantes. Por consiguiente, estos productos son relevantes como espacios que, a partir de ensayos, pueden contribuir a la renovación de estructuras de enseñanza y aprendizaje del Periodismo Digital.

Es a partir de estos supuestos que el objetivo del artículo es identificar las estrategias de enseñanza empleadas para el desarrollo de los productos ID126 (<http://imprensaodigital126.com.br/>) y RedaCCiber (<http://redaccionciberperiodistica.blogspot.com.es/>), cuya producción está coordinada y supervisada por los autores en sus respectivos países. Buscaremos, por lo tanto, demostrar cómo los productos periodísticos universitarios pueden constituirse en un territorio experimental diferenciado para la apropiación de las tecnologías digitales, especialmente en relación con la explotación del multimedia, a partir del estudio de estos dos casos.

Comenzamos el artículo discutiendo las demandas emergentes de la enseñanza de multimedia a los nuevos profesionales. Después de todo, es cada vez más esencial transmitir a los estudiantes de Periodismo, al mismo tiempo, conocimientos actualizados acerca de las técnicas digitales y de las condiciones para el ejercicio de la profesión. A continuación enumeramos algunas de las iniciativas y estrategias que se han utilizado en este sentido en los productos universitarios:

- 1) Intercambio de competencias y funciones realizadas por los estudiantes – el ciberperiodista, además de su papel tradicional de mediador de hechos sociales, adquiere otras responsabilidades, lo que requiere habilidades de diferentes áreas, así como el intercambio en el equipo;
- 2) Integración teoría-práctica – uno de los retos de la enseñanza Periodismo hoy es dotar a los nuevos profesionales de conocimientos teóricos y prácticos acerca de la Web, pues el mercado laboral demanda que los periodistas sean capaces de entender el entorno digital en su conjunto;
- 3) Búsqueda de experimentación e innovación – la sociedad actual requiere la innovación en las formas de apropiación de las tecnologías con el fin de garantizar un uso experimental de las nuevas plataformas; lo que apunta a la necesidad de que iniciativas de enseñanza del periodismo en Internet busquen ser activadoras de los procesos de cambios estructurales en el ciberperiodismo.

Los resultados alcanzados ya ofrecen perspectivas diferenciadas para enseñanza-aprendizaje y para la producción de Periodismo Digital en entornos universitarios. Este contexto apunta al hecho de que estas experiencias académicas ya empiezan no sólo a explorar e incorporar las posibilidades multimedia de contenidos, sino que también han contribuido a la formación de profesionales más preparados y creativos para lidiar con el ciberespacio.

Palabras clave: Periodismo digital - Enseñanza - Productos periodísticos universitarios - Multimedia - Nuevos perfiles profesionales

GESTIÓN DEL SISTEMA TECNOLÓGICO DE CONTENIDO EN LA MODALIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

AUTORES

Leonardo David Fernández Barrera y Adenis Enrique Soto Soto

Universidad del Zulia (Venezuela)

fernandezbleo@gmail.com y adenriquesoto@gmail.com

El propósito de la presente investigación es analizar la gestión del sistema tecnológico de contenidos en la modalidad de educación a distancia de la Facultad Experimental de Ciencias de la Universidad del Zulia. Las bases teóricas se fundamentan en Nonaka y Takeuchi (1999) para la gestión de conocimiento, Medellín (2006) y COTEC (1999) para la gestión tecnológica y Lara y Duart (2005) para la gestión de contenido.

El tipo de investigación se considera descriptiva, diseño no experimental, de campo. La muestra está conformada por el total de (20) profesores que dictan clases en la modalidad de educación a distancia en la División de Estudios Universitarios Supervisados (DEUS). Como técnicas de recolección de datos se utilizaron el análisis documental por medio de matriz documental, observación directa para la cual se emplea como instrumento la matriz de observación y la encuesta a través del cuestionario.

Los resultados muestran que aun cuando el manejo de las plataformas tecnológicas es de uso mayoritario entre los docentes, es una competencia nueva en la organización estudiada como herramienta de aprendizaje y por tanto, requiere de mayor instrucción su administración hacia la mejora de los procesos de aprendizaje a distancia. Los recursos de aprendizaje transmisivos y de comunicación, tales como: páginas de texto, libros, archivos, correo electrónico, chats y mensajes se utilizan mayoritariamente entre los docentes frente a aquellos que promueven el aprendizaje interactivo y colaborativo, tales como: cuestionarios, glosarios, foros, wikis, talleres, entre otros. Lo que puede considerarse como una clara tendencia a reproducir en los ambientes web las clases instruccionales y magistrales.

Es necesario sincerar la toma de decisiones institucionales en favor de la gestión de sistemas tecnológicos de contenidos en la educación a distancia de la Facultad Experimental de Ciencias y la Universidad del Zulia, pues los resultados demuestran dispersión en la gestión administrativa y una reproducción de las condiciones de aprendizaje de la modalidad presencial. La práctica universitaria de desarrollo de contenidos educativos web es de reciente data como competencia educativa globalizada. Por lo tanto, las estructuras organizacionales universitarias deben transformarse para dar cabida eficiente a estos nuevos procesos de gestión educativa.

Palabras clave: Gestión de conocimiento - Gestión tecnológica - Sistema de gestión de contenidos

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA SOBRE SEGURIDAD, HIGIENE Y SALUD EN EL TRABAJO A TRAVÉS DE LOS BOLETINES Y REVISTAS DE EMPRESA DURANTE EL FRANQUISMO

AUTOR

Ovidio Fernández Arbas
Universidad de Oviedo (España)
ovidioarbas@hotmail.com

La mayor parte de las investigaciones que hasta el presente se han ocupado de la Prevención de Riesgos Laborales en España, en cuanto a los aspectos de su desarrollo y conformación histórica se refiere, lo han hecho prestando su atención a través del estudio de sus vertientes jurídicas e institucionales.

Esto hace que múltiples dimensiones dentro del ámbito de la historia de la seguridad e higiene laboral en España permanezcan aún insuficientemente tratadas e investigadas. Una de las mismas es la que hace referencia a las relaciones que se dieron entre la salud laboral y la realidad empresarial y las consecuencias que ello tuvo para la clase trabajadora bajo el régimen franquista.

La elección del contexto histórico, de igual manera, no resulta caprichoso toda vez que en el mismo se produjo el grado de mayor intervencionismo por parte del Estado sobre la seguridad, la higiene y la salud en el trabajo, sirviéndose para ello de múltiples mecanismos. Por tanto, esta comunicación responde a la necesidad de explorar de qué manera la diversa composición empresarial encaró -e integró dentro de sus propias estructuras- tanto las múltiples como por otra parte heterogéneas y dispersas disposiciones oficiales relativas a la higiene y seguridad en el trabajo que el régimen franquista fue dictando a lo largo de su existencia.

Para ello, un recurso insustituible como fuente documental a estudiar a fin de ir desvelando todo lo anterior, lo constituyen tanto los boletines como las revistas de empresa que tenían como destinatarios y potenciales lectores a sus respectivos obreros así como a sus familias. Sin embargo este tipo de publicaciones, pensadas para servir de consumo interno dentro de cada empresa responsable de su existencia, no llegaron a representar ni mucho menos un fenómeno generalizado, sino que tan sólo un pequeño número de empresas de carácter minero e industrial -en este caso asturianas- se decidieron por tales actividades editoriales.

De un sucinto análisis de estos medios, y de sus contenidos específicos en cuanto a seguridad e higiene laboral, se puede obtener un mejor conocimiento de las formas en que fueron elaborados y difundidos los diversos discursos empresariales al respecto. Discursos que, además de informativos, revistieron intenciones formativas a fin de estimular conductas y moldear comportamientos en la dirección que las empresas estimaron como los más apropiados a sus intereses. Con el presente trabajo pues, se pretende realizar un recorrido por algunas de estas publicaciones intentando abordar el estudio de un capítulo, todavía inédito, como es el que representa el inicio de las primeras estrategias comunicativas empresariales ensayadas en torno a la salud laboral de sus trabajadores a través de publicaciones propias y con aparición periódica y regular en el tiempo.

Palabras claves: Ámbito de seguridad e higiene laboral - España - Franquismo - Intervención - Revistas

LAS TERTULIAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: BALANCE DE VEINTE AÑOS

AUTOR

José María Fernández Calleja
Universidad Carlos III (España)
fernandezcalleja@gmail.com

El autor lleva participando en tertulias de radio y de televisión desde hace más de veinte años. Cree necesario hacer un balance científico de lo que las tertulias han significado y significan en la vida social y política española. Un asunto muy importante es si los periodistas pueden, en las tertulias, llegar al fondo de las cosas, descubriendo las estructuras de aquello que abordan. Hay dos posiciones encontradas: a) la de quienes desprecian a los tertulianos, llamándoles “todólogos” porque no saben elevarse sobre las anécdotas y b) la de quienes piensan que la filosofía de verdad está en los medios de comunicación; en las Facultades de Filosofía los profesores enseñan doxografía, es decir, la colección de opiniones sobre un asunto, pero sin comprometerse con una posición concreta; en las tertulias, sin embargo, cada participante desarrolla lo que en la retórica clásica se denominaba “discurso deliberativo”. Y ha de encontrar pruebas o crearlas. De ahí que los periodistas puedan llegar al fondo de las cosas y, además, transmitirlos a la audiencia.

La misión fundamental de los políticos es pro-poner (poner delante) planes y programas a los votantes. Y el mejor instrumento para proponer es la palabra. Al final, los votantes juzgan a los políticos por sus realizaciones, no por su dominio de la palabra. Los tertulianos actúan como mediadores, durante los cuatro años entre elección y elección, entre los votantes y los políticos. Por eso, necesariamente, han de indicar cómo van los planes y programas. Y al igual que en política, hablar es hablar contra alguien, y la palabra es esencialmente polémica, la de los tertulianos ha de ser necesariamente controvertida.

Por eso hay tertulias que atraer a audiencias millonarias. Incluso, últimamente, las tertulias son un instrumento que algunos políticos, que saben el valor de la palabra, utilizan para darse a conocer y transmitir sus planes y programas. Es decir, convierten sus intervenciones en lo que retóricamente se denominaban “discursos epidícticos” y “deliberativos”. Las tertulias dependen mucho, para su éxito, de que el moderador sepa dirigir el tráfico de la discusión. De ahí que el autor, acudiendo a su experiencia, ofrezca unas reglas pragmáticas para que las tertulias no se conviertan en una sucesión de monólogos o de duólogos, sustituyendo el debate por las discusiones personales

También contribuye al éxito de una tertulia el que quienes intervienen posean la información adecuada sobre hechos del pasado. Ahora bien, el éxito no depende de disponer de la mayor cantidad de información importante sino de la menor cantidad de información no importante. Un tertuliano puede fracasar porque suministra un exceso de información, sin distinguir lo esencial de lo accesorio. O como dirían los retóricos, triunfa quien sabe construir un buen “discurso judicial”, dominando la historia de los acontecimientos. El autor proporcionará muestras de este tipo de discurso.

Palabras clave: Tertulias – Política – Planes – Programas – Retórica

BODY ART Y VÍDEO

AUTORA

Celia Balbina Fernández Consuegra
Universidad Rey Juan Carlos (España)
celia.fernandez@urjc.es

El Performance Art de la década de 1960 y de comienzos de la década de 1970, empezó a trabajarse con el cuerpo del artista como material de arte. Así, las acciones artísticas empezaron a ser llamadas *Body Art* (Arte Corporal) llegando a convertirse este llamado *Body Art*, en el lenguaje del *Performance Art*.

Durante los últimos cuarenta años, el *Performance Art* se ha centrado en la acción corporal como una opción renovadora y alternativa a otras disciplinas artísticas tradicionales. Desde un principio, el *Body Art* incorporó medios y técnicas muy diversas que dieron a la acción artística una vitalidad y una ambigüedad no vistas. La presentación de las piezas en sitios alternativos no artísticos, la combinación ecléctica con la fotografía, primero, y el uso del video después, permitieron una movilidad al *Performance Art* más allá de los recintos tradicionales autorizados, museos y galerías; se utilizaron espacios que tenían connotaciones sociales y políticas, difícilmente alcanzables por otras disciplinas artísticas.

En un principio, con el objeto de prolongar en el tiempo los performances, los artistas comenzaron a documentar sus acciones, a través del video. Más tarde, empezaron a incorporar determinadas imágenes a sus acciones, lo que planteó la posibilidad de realizar obras con el único objetivo de ser registradas; esto dio origen a lo que hoy conocemos como videoperformance.

Los performers, tomando en consideración las posibilidades artísticas que brindaba el video, realizaron una serie de experimentos algunos de los cuales se analizan en este trabajo.

Palabras clave: *Performance Art – Body Art – Vídeo – Videoperformance*

LA MUJER DEL SIGLO XIX COMO TRANSMISORA DE LA CULTURA EN SALONES Y ESPACIOS PRIVADOS

AUTORA

Belén Fernández de Alarcón Roca

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

belen.fernandezdealarcon@urjc.es

El panorama de la mujer en España durante el siglo XIX se cuestiona de forma permanente debido a que su papel, en gran parte, estaba condicionado a ser pilar fundamental de la familia, así como transmisora de la fe y de otros elementos indispensables en la denominada *educación de adorno*.

Sin embargo, no debemos olvidar la gran importancia que tuvieron muchas de estas mujeres que, siendo anfitrionas en sus casas, se convertían también en “transmisoras de la cultura”, en una sociedad marcada por un alto índice de analfabetismo, en concreto, más del 80% de la población. Los objetivos de esta investigación son: analizar el porcentaje de analfabetismo y tipo de educación que recibía el sexo femenino en la España decimonónica; constatar que existía un gusto por el arte en diferentes ámbitos: música, literatura, teatro etc.

A la vez, existían verdaderas ganas de ser utilizado como deleite para una sociedad que intentaba desconectar de esta forma en una etapa políticamente convulsa; verificar que la celebración de tertulias y bailes en palacetes y Quintas, organizados por mujeres de clase acomodada servían como centro de reunión para varios fines: no solo para establecer futuras relaciones matrimoniales, sino también para transmitir la cultura; y dar a conocer los mecanismos utilizados, en varias ocasiones, -como son los álbumes de las románticas, o bien la literatura de folletines en el ámbito doméstico-.

Se ha realizado una muestra de porcentajes de analfabetismo en España, así como la selección de un corpus de revistas de prensa femenina del siglo XIX donde se verifica la importancia de este nuevo tipo de narrativa adaptada al formato de un *diario*. Los resultados constatan que, en el Siglo XIX, se celebraban en espacios privados representaciones teatrales y bailes amenizados con partituras, que además servían como “deleite” a una sociedad convulsa, y cuyos promotores fueron, principalmente, las mujeres. Además se infiere que la mujer que había recibido cultura en su *educación de adorno*, lo fomentaba en su círculo de amistades y a veces, también con carácter público; se corrobora la aparición de unos libros profusamente decorados denominados *álbumes de las románticas*, porque su mayor difusión coincide con la época de Isabel II, donde se da mayor énfasis al movimiento romántico.

Estas encuadernaciones sirvieron también de medio de difusión de pinturas, poesías o partituras musicales, dentro del ámbito social de aquella época; se reseña el trabajo de periodistas y escritoras que estuvieron en 1882 a favor de la instrucción femenina en Congresos Pedagógicos y que, de esta manera, ayudaban a ampliar el horizonte cultural femenino. En definitiva, se asiste en pleno debate de la mujer decimonónica a resaltar su doble papel, actuando como *redes telegráficas de una sociedad*.

Palabras clave: Mujeres del Siglo XIX – Salones y espacios privados – Tertulias culturales – Transmisión de cultura – Analfabetismo en España

COPY-ART: CLAVES DE ORIGINALIDAD DE UN ARTE QUE NO COPIA

AUTOR

César Fernández Fernández

Universitat Jaume I de Castellón (Esapaña)

cfernand@uji.es

La fotocopidora nació como un instrumento tecnológico para la reproducción (rápida y fidedigna) de documentos. Así, la esencia de lo que produce tal instrumento, es la de la réplica. En cierta manera, algo distanciado de la idea de creación artística, por cuanto que el arte, ante todo, debe suponer originalidad y, si bien puede conllevar la reinterpretación o el versionado, no consiste en la reproducción literal de algo ya existente. Sin embargo, la fotocopia tiene su antecedente en la xerografía, que remite etimológicamente a la grafía en seco, sin hacer referencia a la idea de copia (a pesar de que también se emplea el término de xerocopia, y que el objetivo de copiar documentos escritos estuviera en el origen de su invención).

Así pues, si obviamos la intención de usar una fotocopidora para la simple reproducción de documentos y explotamos sus capacidades de producir “grafía” a partir de la luz reflejada –algo que hace en sí la fotografía también- entonces podemos crear, podemos hacer arte. Es lo que determinados artistas hicieron –y hacen- en lo que se denominó (y podemos aun denominar) el *copy-art*.

Precisamente en la nomenclatura misma de tal denominación –asociando las palabras de copia y arte- existe una voluntad transgresora de esa práctica artística. Justamente, más allá de lo que enunciara Walter Benjamin, el *copy-art* dota a sus obras de una aura muy especial, emanada del propio dispositivo que las hace posibles -cuya “función de masa” es la de copiar- y que el artista subvierte individualmente al enfrentarse al mundo y a la creación. A pesar de que hoy en día las fotocopadoras incorporan tecnología digital, la esencia operativa de las prácticas artísticas basadas en ellas sigue siendo eminentemente analógica.

En esta ponencia se viene a analizar, buscar la claves y reivindicar el valor de un arte que abdica del procesamiento digital y que se basa en una práctica directa que, apoyada en determinadas características técnicas del dispositivo de representación, puede llegar a ir más lejos que incluso la fotografía en su potencialidad artística y de representación creativa.

Palabras clave: *Copy-art* - Arte y representación - Arte y tecnología - Límites entre representación y creación

LA NECESIDAD DE CAPACITAR EN LITIGACIÓN Y ORATORIA PARA JUICIOS EN LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DE DERECHO

AUTORA

María José Fernández-Fígares Morales
Universidad Autónoma de Madrid (España)
mj.figares@uam.es

La efectividad de dos metas propiamente universitarias como son, por un lado, el procurar la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia, de la técnica y de la cultura y, por otro, el ofrecer la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos, representan clásicas aspiraciones académicas.

De hecho, la ley española recoge estas metas como auténticas funciones de la universidad y añade que lo son al servicio de la sociedad (Art. 1.2.a) b) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades). Sin embargo, dichas metas corren el riesgo de quedarse en meras aspiraciones si no se articula la aplicación de una suerte de concretas medidas y métodos específicos que supongan la búsqueda de aquellas metas tan nobles como abstractas. El presente trabajo parte de que las figuras profesionales que constituyen activos actores del diálogo generado en el seno de los procesos judiciales requieren la aglutinación en un itinerario formativo que mejore la asunción de sus tareas y con ello se revierta en un funcionamiento de la administración de justicia de mayor calidad y eficiencia.

Dicho itinerario formativo debería contar con tres áreas fundamentales: el área sustantiva, el área procesal y un área transversal o área puente denominada genéricamente de Habilidades del Oficio. El sistema tradicional ha venido a suministrar valiosos aportes respecto a las dos primeras áreas, sin embargo, prácticamente no existen programas accesibles a los estudiantes que posibiliten la profundización y, sobre todo, el adiestramiento efectivo en las Habilidades del Oficio del litigante. El entorno social y judicial de hoy reclama la formación integral, sistematizada y coherente en las Habilidades señaladas.

El sistema propuesto aquí de enseñanza centrado en la Estrategia de Litigación, Discurso y Oratoria para juicios se sitúa en la docencia procesal como un valioso complemento a la oferta académica que ya ofrece la Universidad, a través de su Grado y Posgrado en materias jurídicas. El trabajo ofrece referentes comparados procedentes del entorno hispanohablante, algunas incipientes iniciativas en España.

A la luz de las necesidades expuestas, se expone un completo programa formativo de carácter innovador que procure precisamente la capacitación en Estrategia de Litigación y Oratoria para juicios, para lo que se presentan, por un lado, sus aspectos formales, como la estructura, duración, destinatarios, los requisitos, la distribución de la carga de trabajo así como el adecuado perfil del profesorado y por otro lado, sus aspectos de contenido, objetivos, metodologías docentes y evaluativas a emplear, con especial atención a las actividades prácticas y a los trabajos del estudiante.

El proyecto presentado aspira a satisfacer plenamente los requerimientos universitarios y las demandas del mercado y, además, sumar calidad a la Administración de Justicia y que tanto afecta a la convivencia social y a los derechos individuales, todo lo que incentiva su desarrollo efectivo.

Palabras clave: Derecho - Docencia - Litigación - Oratoria - Juicios

LA COORDINACIÓN DOCENTE COMO ELEMENTO DE INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTORAS

Susana Fernández Larragueta y Monia Rodorigo

Universidad de Almería (España)

sfernan@ual.es y mr406@ual.es

Vivimos en una sociedad postmoderna caracterizada por la globalización de los intercambios económicos y por la fluidez de los procesos de producción en la que los individuos están llamados a enfrentarse a nuevos valores, desafíos, realidades e incertidumbres a los que, hasta ahora, no se habían enfrentados. Como diría Castells (2001) nos encontramos frente a lo que se puede definir como un cambio de época más que como una época de cambios, ya que éste, lleva consigo una serie de elementos que influyen en la socialización del individuo postmoderno como consecuencia de la transformación en los tres ámbitos fundamentales de la vida social: el de la producción o consumo (economía), el del poder (política) y el de la experiencia cotidiana (social y cultural). Esta realidad no sólo afecta a la sociedad en general sino también a las organizaciones educativas que, conocedoras del cambio y de la incertidumbre que caracteriza esta época, están obligadas a replantearse la educación para el siglo XXI.

Entender la educación como un hecho humano complejo que se puede interpretar subjetiva y culturalmente presupone reflexionar, no sólo sobre la actuación de maestros y maestras sino también sobre la actuación de aquellos docentes que se ocupan de su formación inicial para que, desde la academia, no sólo se reivindique la innovación educativa como motor para el cambio en las escuelas, sino que la propia actuación del profesorado universitario sirva de ejemplo para las futuras generaciones.

Desde el área de Didáctica y Organización Escolar empezamos a plantearnos qué cambios -en la formación inicial del profesorado- eran necesarios para que futuros maestros y maestras se alejen de la idea tradicional del docente transmisor, encerrado en su aula, separado de los demás y que actúa dentro de una institución construida sobre clases aisladas unas de otras.

Después de varios debates y estudios paralelos, acerca de la tarea educativa tanto en centros de la provincia almeriense como en el seno de la propia universidad, nos hemos dado cuenta de que múltiples son los factores pedagógicos que entran en juego; no obstante, a la base de todo posible cambio educativo, hay algo que puede verdaderamente incentivar y transformarse en aliciente: la coordinación de los profesionales de la educación. Distintos autores afirman que mejorar la colaboración es mejorar la educación ya que la tarea compartida de acciones educativas mejora la calidad de la enseñanza y guía hacia un proyecto educativo coherente e integral.

Por todo ello, a partir de una reflexión profunda acerca de qué es la coordinación y para qué necesitamos equipos docentes coordinados, iremos analizando cómo la labor conjunta de distintos profesionales que trabajan en la formación inicial de maestros y maestras no sólo es sinónimo de innovación educativa sino también de mejora de la práctica docente, permitiendo aprovechar aquellos espacios de conocimientos que en ocasiones, trabajando de forma aislada, olvidamos o solapamos, perjudicando a un alumnado que, el día de mañana, será docente en las escuelas infantiles y primarias de nuestro país.

Palabras clave: Coordinación docente - Innovación – Formación inicial - Cambio - Inclusión

CHALLENGE AND IMPORTANCE OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PROJECTS AS AGENTS OF CHANGE

AUTORES

María José Fernández Maqueira, Javier Blanco Encomienda y María José Latorre Medina

Universidad de Granada (España)

tulatin@hotmail.com, jble@ugr.es y mjlator@ugr.es

We live in a changing era, in which man had never lived so closely with knowledge. Thus it seems paradoxical that in the first decades of the Twenty-First Century students do not feel the passion for learning, the passion that has moved the world through history and turned the human being into something unique and unrepeatable.

Through the bleak image projected by the mirror of our educational system we must make a broad and comprehensive debate about what we should change and how we want that change to be managed, who the players that should be involved in this transformation are and which goals we want to achieve. Although there are multiple answers, we focus on creativity and innovation. We think that change is possible and necessary for society, investing in the future project goal. If we are able to combine the appropriate tools for change, the flow of work of teachers and students, the commitment and the enthusiasm we could develop a school that contains the basic principles for which it was created: to improve the quality of the person.

In light of such evidence, in this research we are interested in deepening this issue and show the importance of a substantial and internalized change in the different educational agents, especially teachers. This change can only be done from training, creativity and innovative projects.

The incorporation of creativity and educational innovation in the classroom results in an increased motivation by students and, in most cases, the improvement of their academic performance. In this line, it is essential to work advisedly, analyzing and internalizing the attitudes that teachers should have in order to achieve a substantial change in mentality and philosophy of work.

Keywords: Innovation – Training – Creativity – Change – Teacher

LA MUJER EN EL TEBEO ESPAÑOL: DEL RECATO AL VAMPIRISMO

AUTORA

Raquel Fernández Martín-Portugués

Madrid (España)

raquelfmp@yahoo.es

La representación y el papel de la mujer a lo largo de los años ha sido muy variada pero en todas las manifestaciones artísticas el modelo se suscribe a dos: la mujer perfecta y el deseo oculto del hombre. Tradicionalmente la mujer, siempre vista bajo el patrón de los ojos masculinos, ha de ser el estándar perfecto, no solo en belleza sino en carácter ya que ambas cualidades conforman el origen de la semilla: la madre tierra que dará perpetuidad a la especie. Haya sido representada de una manera u otra, conforme a los cánones estéticos de una época, la mujer debe de cumplir esa perfección y su papel será el de ser la continuidad del ser humano. Sin embargo en el hombre subyacen impulsos sexuales que hacen que, cuando él es quien describe a la mujer, esta podrá abarcar roles opuestos que darán dos tipos: la que se tiene y la que se desea. Son la oposición entre el bien y el mal, aunque siempre como en una novela de ángeles y demonios, el deseo será machacado por el bien.

En la inmediata posguerra española nace un medio de comunicación de masas que obedece a su época: el tebeo. Junto a la radio, la novela popular y el cine, crearon una amplia cultura popular de la que se retroalimentaban. Y entre sus páginas, la mujer perfilada siempre por manos masculinas, estuvo presente. Ella era parte del conflicto narrativo y su modelo fue el del recato o el de la maldad obedeciendo siempre a los impulsos del hombre.

Tanto su psicología como su iconografía fueron el reflejo de los cánones estéticos de la época. Bellezas voluptuosas latinas y rubias anglosajonas compartieron los trabajos del héroe. Vistas en positivo o en negativo, dependiendo de la tradición cultural de cada país, los estereotipos femeninos respondieron a un juego de metonimias en los que se traspasaban sus cualidades morales a las físicas. La novia eterna será el complemento perfecto del galán pero sin olvidar el papel de la anti heroína. Una y otra serán representadas icónicamente muy sensuales siempre sin evadir los límites establecidos de la censura y así lo analizaremos en esta investigación.

El principal modelo femenino responderá a ser el complemento masculino: ella será el origen de la familia siendo la vía principal para conseguir este objetivo la unión religiosa de ambos protagonistas. Sin embargo estos tebeos no olvidan a otro tipo de mujer como es *Lilith*: vampiresa que representa la parte negativa del estadio femenino y a la vez el deseo oculto del hombre. Ella será la contraposición a la maternidad, el modelo opuesto a la perfección que desemboca en la *femme fatal*, el mito sexual de los hombres, que son, en el fondo quienes las pincelaron a ellas en estas viñetas.

Palabras clave: Mitos - Mujer Fatal - Tebeos - Iconografía - Posguerra española

DEL COMPROMISO A LA REALIDAD: UN CASO PRÁCTICO DE SOSTENIBILIZACIÓN CURRICULAR

AUTORAS

Mónica Fernández Morilla, M^a Teresa Fuertes Camacho y Silvia Albareda Tiana

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mfernandezm@uic.es, tfuertes@uic.es y salbareda@uic.es

Hace veinticinco años, los Líderes de Universidad por un Futuro Sostenible, conscientes ya de los graves problemas de insostenibilidad del planeta firmaron la Declaración de *Talloires* (1990), un documento a través del cual, las instituciones de enseñanza superior se comprometían a asumir el liderazgo mundial en el desarrollo, creación, apoyo y mantenimiento de la sostenibilidad. En la Cumbre para la Tierra de 1992 la comunidad internacional adoptó el Programa 21 (ONU, 1992), un plan de acción global sin precedentes que tenía por objetivo conseguir una plena integración de la dimensión ambiental en todos los ámbitos de actividad, incluida la educación.

Más recientemente, ante los indicadores y la falta de compromiso de la sociedad, la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (2005), proclama la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014), recogiendo en su programa la necesidad urgente de reorientar la educación hacia el desarrollo sostenible. Siguiendo un modelo de formación orientada al aprendizaje de competencias impulsado por las directrices de la convergencia europea, las competencias en sostenibilidad a desarrollar en los planes de estudio serían el conjunto complejo e integrado de conocimientos, procedimientos, actitudes y valores, que los individuos ponen en juego en los diferentes contextos en los que se desarrollan para resolver situaciones, con criterios de sostenibilidad, relacionadas con una problemática ambiental.

Así pues, una propuesta de formación universitaria para la sostenibilidad debería integrar la promoción del aprendizaje organizado en los tres núcleos básicos de Delors (1996):

- a) Comprensión crítica de la problemática ambiental global (saber),
- b) Adquisición de habilidades, estrategias, técnicas y procedimientos para la toma de decisiones y la realización de acciones relacionadas con el desarrollo sostenible (saber hacer) y
- c) Desarrollo de actitudes y valores coherentes con la sostenibilidad (saber ser y saber valorar).

A través de este trabajo, se presenta una propuesta metodológica, integrada en la asignatura de “Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias Experimentales” de 3º curso del Grado en Educación Primaria (curso académico 2012-2013), que permitió desarrollar las competencias profesionales en Educación para la Sostenibilidad de los estudiantes. La adquisición de competencias por parte de los futuros maestros se evidenció tras el análisis de los resultados obtenidos en la autoevaluación y evaluación de las mismas, mostrando un caso práctico de integración curricular de la sostenibilidad.

Palabras clave: Competencias Profesionales en Educación para la Sostenibilidad – Sostenibilización Curricular – Grado en Educación Primaria

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TELEVISIÓN

AUTOR

Francisco Javier Fernández Obregón

Universidad de La Laguna y Universidad Europea de Canarias (España)

prensa_10@infonegocio.com

La telepolítica ha provocado que todo gire en torno a la figura del candidato; las siglas pasan a un segundo plano. Con el reinado de la televisión en el mundo de la comunicación social la centralidad del líder frente a la organización es un hecho. Ahora, el candidato y su grupo de asesores se concentran más en la competencia mediática que en las labores tradicionales de la vida de partido. La televisión se ha encargado de desterrar el poder de la marca o partido y convertir la contienda electoral en un cruce de imágenes de personas. Es decir; la dictadura de la forma sobre el fondo.

La perfecta comunión entre política y televisión hace que la campaña electoral sea, innegablemente, televisiva y, por ende, aliñada con la tensión derivada del manifiesto interés de las formaciones políticas por "colocar" sus mensajes y el lógico papel que, como guardabarreras, ejercen los propios medios, en este caso la televisión.

Nos enfrentamos, pues, a una "americanización" de la política, que provoca, sobre todo, una obsesión por hacer que el candidato despunte sobre la organización y que los mensajes tengan una sobrecarga de emotividad. Y es la televisión quien, a través de cinco alambicados procesos, coadyuva a lograr los objetivos de la comunicación política moderna: mediatización de la política, audiovisualización de la política, espectacularización de la política, personalización de la política, y marketinización de la política.

Palabras clave: Telepolítica – Televisión - Comunicación política – Americanización – Candidato

PARA TÍ, PARA MÍ, Y PARA 1.000.000 DE AMIGOS. NUEVAS PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN ENTORNO A LA TEORÍA Y CONSTRUCCION SOCIAL DEL SELFIE EN LA ÉPOCA DE LA AUTOTEMATIZACIÓN

AUTOR

Antonio Rafael Fernández Paradas

Universidad de Málaga (España)

antonioparadas@hotmail.com

En plena Sociedad del Conocimiento, las redes sociales, y el cooperativismo, el *Selfie*, mal entendido con un autorretrato al uso, esto es, como aquel testimonio donde un individuo o grupos de individuos se retratan a sí mismos en primera persona, se ha convertido en un auténtico fenómeno mass mediático, acultural y social que abre toda una nueva serie de posibilidades y perspectivas desde el punto de vista de la generación de nuevos conocimientos, investigaciones y propuestas metodológicas.

Un *selfie*, no es un autorretrato, que podía tener diversas finalidades, ya fueran familiares, políticas, como un regalo, para iniciar un cortejo amoroso etc. Partiendo de la materialidad del soporte, un selfie queda definido como una “fotografía que se ha tomado de uno mismo, por lo general con un teléfono inteligente o webcam y compartida en un sitio Web de medios sociales”, y que por lo tanto es recepcionada por el público consumidor/prosumidor de esa red social, cuestión de vital trascendencia, porque en el autorretrato al uso, era uno, o un reducidísimos grupo de personas quienes lo consumían. Es más, el *selfie*, como producto netamente social y 2.0, no termina su cometido al ser compartido en una red social, sino que partir de aquí comienzan a desarrollarse una serie de etapas “vitales” con nuestra imagen compartida, entre ellas, ver cuantos “Me Gusta” ha recibido, comentarios, o comparticiones ha tenido.

En el trasfondo de este uso social del selfie, descansa el gran desarrollo de la cultura de la “autotematización”, “escenificación” y “comercialización del Yo”. Partiendo de la teoría de la narratología, nos adentramos en el trasfondo del “*selfie*”, como medio de construcción de las identidades sociales, vía por la que nos “fabricamos un Yo”, propio, en el que se produce una subjetivación de la narración.

De todas estas cuestiones, la teoría social del *selfie*, tipologías, teorías relacionadas, de la autoestima, y la aceptación de un individuo así mismo, la autotematización, confesión, escenificación, y comercialización del Yo, versará la presente ponencia.

Palabra clave: *Selfie* – Comunicación – Autorretrato - 2.0

PUBLICIDAD INMOBILIARIA Y MEDIATIZACIÓN: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

AUTORES

A. Raúl Fernández Rincón y Pedro A. Hellín Ortuño

Universidad de Murcia (España)

antonioraul.fernandez@um.es y phellin@um.es

El mercado inmobiliario constituye hoy un sector transversal cuyo devenir afecta al ámbito económico, político, social y cultural de las sociedades industrializadas. En un contexto en el que los medios de comunicación desempeñan un papel relevante en la configuración de la realidad de los consumidores, el análisis de la publicidad como maquinaria de comunicación y expansión de los bienes de consumo en el mundo material, es un revelador privilegiado de la cultura social. El publicitario es un discurso capaz de legitimar visiones, imaginarios y modelos de comportamiento.

Con el objetivo de generar un acercamiento a los mecanismos discursivos de la publicidad inmobiliaria, desarrollamos una metodología de análisis que parte del modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina. Un modelo anclado en la fenomenología de Charles S. Peirce y la sociosemiótica pluridisciplinar de Eliseo Verón, para el que la construcción social de la realidad es contemplada como un proceso de producción, circulación y consumo discursivo. Su relevancia para nosotros reside en que analiza cómo las circunstancias políticas, económicas y culturales inciden en las industrias comunicativas, afectando a los discursos generados.

Discursos que circulan en un ecosistema comunicativo o espacio simbólico de mediación, donde se inscriben e interrelacionan, proponiendo una realidad social a consumir por los individuos, que merece ser descrita. A partir de este modelo, introducimos una dimensión más en el proceso que enlaza con las últimas corrientes de pensamiento en comunicación: la mediatización. A través de este concepto, estaríamos entendiendo un nuevo lugar de articulación de un contexto de actuación de las marcas desde el que se divulga la ideología del consumo. Si la semiótica es útil para desvelar los mecanismos creativos y el contenido ideológico de los textos publicitarios, la mediatización podría servirnos para conocer cómo esa carga ideológica circula y es consumida. El objetivo de esta metodología, por tanto, es describir las relaciones de mediatización en la publicidad inmobiliaria.

A partir de aquí, nuestro modelo aplica una ficha de análisis a un corpus de anuncios publicitarios aparecidos en los principales diarios de información general españoles. El periodo de análisis elegido coincide con la denominada burbuja inmobiliaria española (1997-2006). El estudio de las variables que integran las cuatro fases del proceso: producción, circulación, consumo y mediatización, ayudarán a describir las relaciones de mediatización presentes en la publicidad: tipos de vivienda, anunciantes, características de los soportes de difusión, perfil de las audiencias y ámbito geográfico, condiciones de lectura o la capacidad de generar un estado de opinión, y efectos o señales visibles de la mediatización en la publicidad inmobiliaria.

Estimamos que la metodología *ad hoc* que presentamos aquí puede servir para describir y comprender el discurso publicitario contemporáneo. El sector de la vivienda supone un campo de estudio novedoso cuyos resultados esperamos sean altamente extrapolables.

Palabras clave: Publicidad inmobiliaria - Mediatización - Consumo - Cultura - Sociosemiótica

COOPERACIÓN Y APRENDIZAJE POR PROYECTO EN EL PERIODISMO DIGITAL

AUTORES

Diana Fernández Romero y José Manuel Sánchez Duarte

Universidad Rey Juan Carlos (España)

diana.fernandez.romero@urjc.es y josemanuel.sanchez@urjc.es

La enseñanza y el aprendizaje del periodismo implican una continua adaptación al contexto digital definiendo nuevos perfiles profesionales con los que responder a una audiencia activa y móvil. El cambiante entorno comunicativo demanda una aplicación práctica de las enseñanzas oficiales a través de la producción de formatos y contenidos propios así como de su ejecución cooperativa por parte del alumnado. El siguiente artículo presenta los resultados del aprendizaje por proyecto en la asignatura “Periodismo Multimedia” del Grado en Periodismo durante el curso académico 2014-15. El objetivo de este trabajo se centra en identificar las potencialidades y deficiencias de esta metodología docente así como en definir las nuevas competencias exigibles al profesorado.

Palabras clave: Aprendizaje por Proyecto - Innovación - Cooperación - Periodismo Digital

ESTUDIO DEL GRADO DE IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

AUTOR

César Fidalgo Díez
Universidad de Burgos (España)
cfidalgo@ubu.es

El desarrollo de la Sociedad de la Información constituye un fenómeno nodal en la Historia. Su etapa de consolidación y desarrollo, extremadamente breve, ha provocado que muchos ámbitos sociales hayan debido adaptarse de forma rápida y en ocasiones incluso precipitada a este nuevo canal de información y comunicación que es la Red.

Por otro lado, la propia evolución de las distintas plataformas de comunicación social – ya sea por criterios económicos o por la evolución derivada de la forma de actuar de sus usuarios- ha generado la necesidad de adaptarse de forma permanente a un escenario en continua evolución donde es la propia marca (ya sea ésta una empresa, asociación o una organización pública) la que ha de migrar hacia las plataformas donde se encuentra su público potencial.

Ante este escenario, las universidades, como cualquier otro agente social o económico, han realizado un esfuerzo importante para generar una presencia propia en los distintos medios de comunicación social, presencia que se ha visto condicionada tanto por la imposibilidad en algunos casos de evolucionar de forma suficientemente rápida como por la incapacidad - o falta de interés – para ofrecer un contenido adaptado a las características propias de cada una de las plataformas de comunicación social surgidas en la última década.

Así, el panorama actual que presenta el conjunto de la Universidad española en cuanto al grado implantación de las distintas plataformas de comunicación social es sumamente heterogéneo. Su análisis, así como la confrontación de este análisis con los usos del público actual es un primer paso obligado y fundamental para entender la integración de nuestras universidades en la nueva Sociedad de la Información.

Palabras clave: Redes Sociales – Internet – Social Media – Universidad

COOPERATIVE WORK AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TEACHERS

AUTORA

Maria da Conceição Figueira Santos Pereira

Instituto Politécnico de Lisboa y Escola Superior de Educação de Lisboa (Portugal)

clanca@eselx.ipl.pt

The cooperative work between teachers has been receiving more attention over the last years, in relation with the mutual assistance (Carneiro, Geller & Nitzke, 2008), where everybody works with an aim to achieve predefined goals, which were created in relation to one another (Dillenbourg, 1999) and to obtain professional skills. Although individual work practices are still tempting to teachers, there is currently a greater trend to work as a group in schools or in training groups organized by teachers' associations.

It is in the context of this problem that develops this study aims to understand the cooperative self training processes in the context of cooperative groups of the Modern School Movement (MEM) Portuguese and their impact on the professional development of teachers.. Considering the subject of study, the following questions were identified: i) What motivations lead the teachers to integrate MEM's cooperative groups? ii) How is the cooperative self-training organized and how is it developed within in MEM's cooperative groups? iii) What are the positive aspects and constraints identified by the teachers within the work developed in the cooperative groups? iv) What are the reasons that lead the teachers to stay or abandon its participation in MEM's cooperative groups? v) What is the impact of experiences carried in the context of cooperative groups in the professional teacher development? For this purpose, we had the participation of six teachers belonging to one of MEM's cooperative groups.

Keeping the subject of study as a reference, we use a qualitative methodology and gave preference to the semi-structured interview as the data collection technique. We based the data processing in the content analysis, following the recommended steps for content analysis by Bardin (2009).

The study's results allowed determining that the executed work promotes the teachers professional development, given that it increases the reflexive competence about the pedagogic practice, as well as the development of other competences of *praxis*, namely, the identification of the most adequate strategies for the resolution of emerging issues in the teacher's professional everyday life and a greater argumentation and foundation capacity of the work executed with the students. These skills lead to a greater safety, and presenting themselves as essential for the creation and development of the professional identity.

Palabras clave: Professional teacher development - Professional identity - Modern School Movement - Reflection - Cooperative group

EL POTENCIAL DE LOS JUEGOS PRESENCIALES COLABORATIVOS EN LAS CIENCIAS SOCIALES

AUTORES

Igor Filibi e Ixone Alonso

Universidad del País Vasco (España)

Igor.filibi@ehu.eus, ixone.alonso@ehu.eus

Los autores agradecen el apoyo del Grupo de Investigación 'Parte Hartuz', financiado por el Gobierno Vasco

En los últimos años se está asistiendo a un renovado interés por los juegos con fines educativos en el ámbito universitario en todos los campos, incluyendo las ciencias sociales (relaciones internacionales, economía, derecho, etc.). La ingente literatura producida muestra un acuerdo bastante amplio en torno a algunos puntos, como en lo referido a la motivación de los estudiantes o la capacidad de inmersión y su potencial para el aprendizaje. Otros aspectos, sin embargo, son más discutidos, como por ejemplo en lo referente a los modos de evaluar su impacto en el aprendizaje real.

Nuestra investigación se sitúa en unas coordenadas muy precisas de este inmenso debate. En primer lugar, dentro de la discusión sobre las ventajas e inconvenientes entre los juegos presenciales (cara a cara) y los juegos electrónicos, sin negar algunas apreciables ventajas de los juegos en formatos electrónicos, defendemos el uso preferente de los juegos cara a cara en las ciencias sociales, sobre todo debido a su mucho menor coste, mayor transparencia de la mecánica de juego, mayor facilidad para su análisis y mayor potencial para trabajar competencias como el trabajo en equipo, negociación, habilidades sociales o pensamiento crítico.

En segundo lugar, dentro de los juegos presenciales (cara a cara), se discutirán y valorarán las ventajas del empleo de los juegos de rol además de los juegos de tablero tradicionales. Ambos presentan ventajas que, cuando son conocidas y se incorporan adecuadamente en el diseño de los juegos, presentan un gran potencial educativo. En tercer lugar, dentro de la clasificación de los juegos educativos entre competitivos, cooperativos y colaborativos, mostramos el peligro de una cierta tendencia o moda que privilegia los juegos competitivos respecto a las otras variantes. En contra de lo sostenido durante mucho tiempo por la teoría de juegos, no sólo existen juegos competitivos o cooperativos (aquellos en los que es preciso alternar pautas cooperativas y competitivas). Se hará especial mención al valor educativo de los juegos genuinamente colaborativos, en los que todos los participantes comparten el destino del grupo, lo que resulta una herramienta idónea para mostrar las temáticas y problemas de los bienes públicos, identificación de problemas globales, bien común, etc.

A este respecto, en cuarto lugar, nuestro trabajo ofrece una reflexión sobre la capacidad de los juegos de contribuir a la sensibilización social, cultural y medioambiental. Algo que, junto a la capacidad colaborativa, ha demostrado ser una potente herramienta en la creación de grupos que buscan la transformación social, además de ser un elemento esencial de las sociedades democráticas. Esta ponencia ofrece tanto un repaso de la literatura sobre estas cuestiones, como una reflexión en base a la experiencia de los autores con estas herramientas en los últimos años.

Palabras clave: Juegos colaborativos- Ciencias sociales- Democracia - Transformación social

PROCESO ANALÍTICO JERÁRQUICO PARA LA PRIORIZACIÓN DE COMPETENCIAS QUE FAVOREZCAN LA IMPLANTACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS

AUTORES

María del Pilar Flores Asenjo y Miguel Ángel Beltrán Bueno

Universidad Católica de Murcia (España)

pflores@ucam.edu; mabeltran@ucam.edu

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) consiste en “integrar de manera voluntaria, las preocupaciones sociales, económicas y medioambientales en las acciones propias de la actividad de la empresa” (Gallardo y Sánchez, 2013). La situación de crisis sufrida recientemente, y las consecuencias de la misma sobre la sociedad, ponen de actualidad este concepto y la necesidad de incorporarlo al proceso organizativo y de gestión de las empresas.

La importancia de la RSC ya se estableció en la Cumbre de Lisboa celebrada en el año 2000 y que dio lugar al Libro Verde (2001), cuya misión era fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En España también se han ido desarrollando progresivas acciones encaminadas a delimitar y definir el concepto de RSE y a fomentar su implantación en el territorio (la constitución del Foro de Expertos en RSE, la aprobación del Código unificado de buen gobierno de las sociedades cotizadas y del informe denominado Libro blanco de la RSE, la publicación de la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible, la incorporación de la RSE a la agenda del Diálogo Social, la creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) y la aprobación de la Ley 2/2011 de 4 de marzo, de Economía Sostenible, entre otros).

Dada la importancia de esta temática, se hace imprescindible que los planes actuales de los grados de Administración y Dirección de Empresas recojan competencias orientadas al logro de habilidades y actitudes que favorezcan la implantación de la RSC. Para establecer las competencias prioritarias para este objetivo, se ha realizado un proceso analítico jerárquico (AHP) con un grupo de formadores expertos en esta materia, en el que se ha logrado establecer un ranking de los factores impulsores de la implantación de la RSC en las empresas.

Los resultados del análisis establecen como competencias prioritarias que los alumnos sean capaces de implantar y trabajar con estructuras de comunicación adecuadas, tengan formación específica en las necesidades que genera la implantación de las RSC, y entre sus habilidades destaque el trabajo en equipo y la creatividad e iniciativa.

Palabras clave: Administración - Competencias - Dirección de empresas - Proceso analítico jerárquico (AHP) - RSC y RSE

REPUTACIÓN EN MEDIOS SOCIALES: PROPUESTAS MÉTRICAS COMPARATIVAS

AUTORES

Joan Francesc Fondevila Gascón, Josep Rom Rodríguez, Eva Santana López y Jordi Botey López

U. Pompeu Fabra, Escola Universitària Mediterrani de la U. de Girona y U. Ramon Llull (España)
fondevila@upf.edu, josepr@blanquerna.edu, evasl1@blanquerna.url.edu y
jordibl@blanquerna.url.edu

El creciente peso de Internet y de los medios sociales (web, *blog*, redes sociales) está conduciendo a las empresas a invertir una porción de sus recursos en comunicación y de márketing en ellos. La presencia en la red es esencial si una marca pretende posicionarse en el entorno competitivo. Al tratarse de un ecosistema relativamente reciente, desde los órganos gestores de la empresa se buscan parámetros que permitan evaluar el rendimiento de la inversión en Internet al efecto de tomar decisiones. En la presente investigación se comparan los diversos matices, las similitudes y las diferencias entre las métricas empleadas en los medios sociales. Igualmente, se trata de asociar las diferentes métricas al tipo de objetivo que se pretende alcanzar con ellas.

El artículo profundiza en el análisis de sentimiento, una fórmula metodológica cualitativa cada vez más utilizada para calibrar la percepción de marca por parte de los consumidores potenciales. Se observa que medir la polaridad de los comentarios insertados en los medios sociales ayuda a la empresa a buscar soluciones más precisas y a mejorar la experiencia del consumidor mediante el diálogo con éste. Las fórmulas de interactividad son las más determinantes a la hora de fidelizar al usuario y de crear, de esta manera, una imagen de marca más sólida.

Palabras clave: Comunicación - Medios sociales - Reputación - Análisis de sentimiento - Medición

ANÁLISIS DE LAS SERIES DE FICCIÓN EN LAS WEBS DE LAS TELEVISIONES GENERALISTAS ESPAÑOLAS

AUTORES

María Josefa Formoso Barro, Manuel García Torre y José Juan Videla Rodríguez

Universidade da Coruña (España)

m.formoso@udc.es, manuel.garcia.torre@udc.es y Videla@udc.es

La distribución de contenidos audiovisuales desde las cadenas de televisión ha sufrido una profunda transformación en los últimos cinco años. Las emisoras han pasado de programar sus productos propios y adquiridos en una parrilla cerrada a ofrecerlos para ser consumidos según las preferencias del espectador. Por otra parte, la pantalla del televisor ha dejado de ser el único medio para acceder a los contenidos, primero el ordenador y posteriormente los dispositivos móviles se han convertido en instrumentos de consumo de productos audiovisuales.

La ponencia que desarrollamos se centra en el estado actual de la comercialización de las series de ficción en las plataformas de web de las televisiones comerciales en abierto. Como se ha apuntado con anterioridad, las cadenas se han transformado en grandes contenedores que distribuyen productos a través de diferentes plataformas mediante una multiexplotación de esos contenidos.

En este contexto, las series de ficción son uno de los productos que atraen mayor número de espectadores, con su correspondiente influencia en los balances de resultados económicos. Una serie ya no es solo un capítulo que se emite en un medio durante un tiempo determinado. Ahora se recibe en multiplataforma y en torno a ella se articulan toda una serie de contenidos extra que han adquirido cada vez más peso en la concepción global del producto.

En el primer nivel de análisis nos centraremos en la forma en la que se presentan las series en las webs institucionales de las cadenas; en este punto será obligado reflejar si la serie tiene su propia página web. A partir de ese escalón habrá que aplicar una taxonomía que deberá abordar, entre otros aspectos, el lugar que ocupan en la arquitectura de la página, el tipo de contenidos asociados que se presentan, su conexión con las redes sociales y la estrategia *on line*, la forma en que se introduce la publicidad si es el caso o el desarrollo de las comunidades de seguidores y el papel que juega la interacción emisor-receptor.

Palabras clave: Páginas web – Televisión – Ficción – Interactividad – Distribución de contenidos

LA LITERATURA INFANTIL: UNA FORMA DE LEERNOS, O UNA MANERA DE PROPICIAR LA IDENTIDAD CARIBEÑA

AUTORA

Jenny Fraile Velásquez

Universidad Metropolitana en Caracas (Venezuela)

yfraile@unimet.edu.ve

Desde épocas ancestrales el hecho de descubrir quiénes somos se ha constituido en una pregunta filosófica que ha orientado desde la duda más existencialista hasta una de las frases más célebres de una obra literaria “ser o no ser, he allí el dilema”, tanto en lo personal como en lo social, y nuestra sociedad latinoamericana y caribeña no escapa de esta inquietud, de esta búsqueda identitaria. ¿Quiénes somos? Definitivamente somos mucho más que la reminiscencia de pueblos indígenas diezmados, o pueblos africanos desarraigados, despatriados, que se mezclaron, se fundieron, se amaron, se odiaron, se reconciliaron, con el conquistador europeo.

La intención de estas líneas es presentar una revisión de los signos de identidad caribeña en un corpus de cuentos de literatura infantil de autores venezolanos, brasileños, colombianos, y argentinos como parte de esta búsqueda de respuesta a una inquietud, o quizás, en el mejor de los casos, el encuentro con muchas otras preguntas que llevarán a buscar sus respuestas, o seguir preguntándonos por nuestra cultura y nuestra identidad. La revisión de los documentos propuestos en literatura latinoamericana y del Caribe abrió un nuevo panorama, que ha permitido resignificar un territorio y cómo este es visto, plasmado en la literatura infantil.

Ahora bien, la inquietud por el término “identidad”, está rondando desde la década de los setenta (70), sin embargo, parece que ha sido en la últimas décadas motivador de arduos debates, tema de congresos, simposios, eje filosófico, pero es en realidad un problema propio de la existencialidad humana, y que desde el cuento, puede favorecerse el proceso de construcción de identidad, del entendernos, asumirnos; ya que, como es sabido a lo largo de la historia se ha dado lugar al surgimiento de diferentes corrientes del pensamiento, como bien planteó Galíndez (s/f) “la universalidad se alcanza comprendiéndose como hombre para poder así comprender a otro hombre”, y en la literatura infantil se puede encontrar una forma de leernos, de mirarnos. Latinoamérica tiene tiempo en la búsqueda de su identidad, ha pasado por diferentes etapas, han surgido términos como la hibridación, negritud, tercer espacio; tanto los estudiosos de los textos literarios de Latinoamérica como del Caribe, tanto en su zona insular como continental, con la llegada del europeo se desdibujó al indígena, se dominó al negro y el blanco de allá o de aquí siempre guio.

Con lo cual, en la generalidad de los casos se obvia el mestizaje cultural, étnico y social. Esta falta de identidad era un problema, según los documentos revisados a finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX, pero al leer algunos documentos emanados de las cumbres de las Américas pareciera que sigue vigente este conflicto de identidad, por lo cual se tornó interesante realizar una revisión de algunos libros de autores latinoamericanos de literatura infantil e indagar en sus textos esos rasgos que pueden fomentar la construcción de la identidad caribeña en conexión con la latinoamericana y presentar y los hallazgos.

Palabras clave: Cultura – Identidad – Literatura infantil – Creatividad

LA NARRATIVA BREVE COMO PRÁCTICA COLABORATIVA Y EXPERIENCIA INTERCULTURAL EN EL AULA

AUTORA

M^a Jesús Framiñán de Miguel
Universidad de Salamanca (España)
mjfm@usal.es

Esta propuesta pretende dar cuenta del diseño y resultados de un proyecto de innovación docente aplicado durante el curso 2014-15 en asignaturas optativas de Grado y de Máster del Departamento de Literatura española de la Universidad de Salamanca. La iniciativa parte del hecho de que la Facultad de Filología recibe un amplio número de estudiantes originarios de una gran diversidad de países, tanto europeos y asiáticos como iberoamericanos y norteamericanos. Este factor multi-cultural se ha utilizado para promover un proyecto que propicia el conocimiento e intercambio de tradiciones muy diversas entre quienes comparten estudios.

Se ha planteado integrar ese bagaje *natural* del estudiantado en una vía de aprendizaje, mediante una práctica que requiere su interacción efectiva en un trabajo colaborativo, realizado con el apoyo de una plataforma *moodle*. El resultado de dicho aprendizaje ha permitido incorporarlo como un caudal de conocimientos propios, en paralelo al temario oficial del plan de estudios, que de este modo no resulta ajeno a la propia experiencia cultural de los estudiantes. También se ha conseguido abrir una vía para insertar dicha diversidad cultural en el currículum académico de quienes cursan una titulación de estudios humanísticos.

El eje del proyecto ha tenido por fin confeccionar una antología elaborada por los propios estudiantes a base de recopilar los cuentos conocidos de su propia tradición folklórica, oral o popular, de sus respectivos países de origen y, en el caso de los españoles, de sus respectivas áreas geográficas de proveniencia. Así, en paralelo al desarrollo del programa oficial cursado en clase, que atiende a un recorrido diacrónico de la historia literaria y al trazado de una amplia tipología de relatos, se ha incorporado otro conjunto de textos, fruto del bagaje personal, pero también como resultado de un trabajo colectivo y de un proceso de sistematización, categorización y análisis de las *piezas* aportadas.

Tanto el corpus textual como su correspondiente organización han sido alojados por los propios ‘recopiladores’ en la plataforma *moodle* de la universidad. Digamos, si vale la analogía, que se ha propuesto una especie de trabajo de campo al modo de los folkloristas europeos clásicos, pero realizado no sobre el terreno, sino en soporte digital y en un ámbito didáctico-cultural. De la planificación, el proceso de elaboración, las pautas confeccionadas para el estudiantado, la metodología empleada y los recursos utilizados, se dará cuenta en el contenido de la oportuna ponencia, si es admitida la presente propuesta.

Palabras clave: Narrativa y auto-aprendizaje – Cuento y metodología activa de enseñanza – Práctica colaborativa en red y relato breve

EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA INMIGRACIÓN EN LA PRENSA DE REFERENCIA EN ESPAÑA

AUTORES

Miguel Franquet dos Santos Silva, Elena Real Rodríguez* y Ana Beriain Bañares

Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona y Universidad Complutense de Madrid* (España)

mfranquetd@uao.es, ereal@ucm.es y aberiainb@uao.es

Los autores desean mostrar su agradecimiento a la profesora de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid, la doctora María del Mar López Talavera, por la ayuda prestada en el vaciado del diario ABC.

El estudio centra su análisis en la representación de los inmigrantes en cuatro diarios españoles de información general y de ámbito nacional: *El País*, *El Mundo*, *La Razón* y *ABC*, en el período comprendido entre los días 1 de junio de 2013 y 31 de junio de 2014. La constitución de la muestra obedeció al siguiente criterio: se seleccionaron de forma aleatoria siete días para cada mes, correspondiendo cada uno de ellos a un día distinto de la semana. En total se han analizado 91 ediciones de cada periódico y 364 ediciones en total. Del total de 289 noticias identificadas relativas a inmigrantes, se han analizado las 179 que se acompañaban con fotografías.

Entre los resultados principales del estudio importa destacar dos tendencias:

1. El hecho de que los inmigrantes no suelen tener oportunidad para comunicar directamente con los lectores de los periódicos (en la mayoría de las noticias no son escuchados y las fotos que los representan no suelen retratarlos de forma personalizada, ni fomentan el contacto visual con ellos) y
2. La representación de los inmigrantes suele hacerse en contextos que comprometen la integración social (situaciones delictivas o criminales, en las que muchas veces los inmigrantes están acompañados por personal sanitario o de las fuerzas de seguridad. Otras formas de interacción social entre inmigrantes y miembros de la comunidad local son muy excepcionales.

Palabras clave: Ética – Fotoperiodismo – Inmigración – Periodismo – Representación

ANÁLISIS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN LOS CANALES DE YOUTUBE DE LAS ASOCIACIONES MÉDICAS ESPAÑOLAS

AUTORES

Joan Frigola Reig, Ana M^o Palomo Chinarro y Guillem Marca Francés

Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)

joan.frigloa@uvic.cat, anna.palomo@uvic.cat y guillem.marca@uvic.cat

La red se ha convertido en la principal fuente de búsqueda de información y cada vez con más frecuencia los usuarios consumen contenidos sobre salud. Por otro lado es un hecho que en internet cada vez más los contenidos son audiovisuales y que YouTube es la plataforma más importante teniendo en cuenta que cuenta con más de mil millones de usuarios registrados; que cada día se ven cientos de millones de horas de vídeo y se generan miles de millones de reproducciones; se suben a YouTube 300 horas de vídeo por minuto y actualmente la mitad de las reproducciones de esta plataforma se consumen en dispositivos móviles.

El mayor uso de las herramientas 2.0, como YouTube, ha empoderado a los usuarios/pacientes para que busquen y encuentren información sobre aspectos relacionados con la salud llegando a poder compartir sus contenidos y a crearlos. Por esta razón a día de hoy existe un creciente número de instituciones médicas que están creando y empezando a gestionar esta plataforma para divulgar y compartir información sobre el ámbito de la salud. Estos contenidos audiovisuales cada vez tienen más visitas y muchos usuarios recurren a ellos como fuente oficial de información. La difusión de esta información tiene muchas ventajas, como llegar a gran cantidad de usuarios y de una forma rápida, bajo coste económico en la difusión y gratuidad para el consumidor, facilidad de interacción, pero también tiene algunos inconvenientes ya que en algunos casos no se citan las fuentes, los autores no se identifican, no se fundamentan sobre hechos científicos por esta razón de ponen en duda la calidad de estos contenidos audiovisuales.

En la actualidad existen prestigiosas instituciones sanitarias a nivel mundial que gestionan sus, propios o de otros, contenidos audiovisuales en sus canales de YouTube para comunicarse con su público y gestionar la información sobre salud (eSalud). Según el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad español en España hay 139 sociedades médicas y de estas, 69 (49,65%) de ellas están presentes en alguna plataforma de las redes sociales más relevantes (Twitter, Facebook y YouTube), pero sólo 13 (9%) tienen canal en YouTube. La presente investigación ha realizado un análisis del contenido audiovisual de los clips de vídeo de la plataforma de vídeo online (YouTube) de las asociaciones médicas españolas que disponen de este servicio 2.0. Obteniendo resultados sobre la calidad de los contenidos que almacenan, dichas sociedades en su canal y analizar posibles mejoras en el mensaje, el lenguaje y la producción audiovisual.

Palabras clave: YouTube - Contenidos audiovisuales - Usuarios - Salud - Sociedades Médicas

VERDAD COMO COHERENCIA: UNA APROXIMACIÓN ENTRE JAMES Y DAVIDSON

AUTORA

Nairobi Margarita Fuenmayor Mendoza

U. del Zulia en Maracaibo (Venezuela)

naymfm@hotmail.com

James nos ofrece una forma de concebir la verdad que posee una gran riqueza de elementos, entre otros podemos mencionar: la verificación, el conservadurismo, la instrumentalización, la pluralidad, el humanismo o como guía de la experiencia. Se consideran básicos o pilares fundamentales de su doctrina de la verdad los siguientes: la verdad como proceso de verificación o verificación –como el propio James resalta– y la conservación de verdades pasadas o coherencia. Este trabajo está dedicado al estudio de este último elemento lo que permitió tener una idea más clara de la coherencia en James, al exponer las razones que condujeron a este autor a introducir este aspecto en su interpretación de la verdad y, también, su forma de concebirla, al hacer más notoria la importancia del concepto de actuación y su concepción instrumental de la verdad.

Ahora bien, este estudio se enfocará, principalmente, en comparar la coherencia como elemento de la verdad, tan importante en James, con una explicación más reciente sobre la coherencia aportada por Davidson, con la finalidad de mostrar hasta qué punto son coincidentes sus planteamientos al considerar que este último posee una orientación pragmatista en sus explicaciones sobre esta materia; y que ambos parecen concebir la coherencia como prueba de la verdad.

Se parte del concepto de *actuación* ofrecido por James que va a consistir en una íntima relación entre el proceso de verificación de nuestras ideas y la efectiva congruencia con las verdades pasadas, y al referirse a éste último aspecto nos dice que “la teoría debe mediar entre todas las verdades previas y determinadas experiencias nuevas” (James, 2002: 139).

En base a tal concepto se compara la posición coherentista de James con la Davidson en los siguientes aspectos: oposición a dualismos, conciliación de correspondencia y coherencia en relación con la verdad, coherencia como garantía de verdad, antifundacionalismo y ausencia de intermediarios epistémicos. Al final se muestra que al compartir James y Davidson algunos compromisos ontológicos y epistemológicos, como algunos de los mencionados, la coherencia está presentada como garantía o resguardo.

Palabras Clave: Verdad – Coherencia – Garantía – Actuación

EFECTOS DEL VIDEOJUEGO EN ADOLESCENTES ESCOLARIZADOS

AUTORAS

Luz Stella Fuentes Fuentes y Libia María Pérez Castro

Corporación Universitaria del Caribe (Colombia)

Luz.fuentes@cecar.edu.co y Libia.perez@cecar.edu.co

Las Nuevas Tecnologías de la Información han propiciado cambios en todas las áreas de actividad humana incluyendo la educación. Esta investigación surgió como producto de la reflexión pedagógica al observar el gusto que muestran los estudiantes por el videojuego. De hecho, los videojuegos son un medio de uso masivo, que ha adquirido importancia social y se caracterizan porque pueden llegar a tener implicaciones cognitivas, especialmente en niños y adolescentes, de acuerdo con Labrador y Villadangos (2010) estas nuevas tecnologías, han generado polémica por su influencia en la cotidianidad. Lo planteado llevó a formular el siguiente interrogante: ¿Cómo incide el uso del videojuego en el rendimiento académico y comportamental de los estudiante? el objetivo general estuvo orientado en determinar si el uso excesivo de videojuegos puede interferir en el rendimiento escolar y comportamental de los estudiantes de instituciones oficiales del municipio de Sincelejo-Sucre- Colombia.

Un fundamento teórico importante para este estudio fue el aporte de Tejeiro, Et al., (2009) quien plantea que los videojuegos llegan a generar adicción, agresividad, aislamiento social y bajo rendimiento escolar. Vinculando así un efecto adictivo y con repercusiones en los logros académicos. A su vez, Echeburúa, E., Corral, P. & Amor, P. (2005) manifiestan que la conducta implicada en los videojuegos, puede convertirse en patológica en función de la intensidad o frecuencia invertida en ellos y del grado de interferencia en las relaciones familiares, sociales y/o escolares de las personas implicadas. Esto indica, que el uso de videojuego en tiempos sin una autorregulación por parte del sujeto implicado es de riesgo para su salud. Pero, por otro lado, Mcfarlane, A. & Sakellariou, S. (2002) señalan que la mayoría de docentes reconoce que los juegos apoyan el desarrollo de estrategias en los chicos. Otros autores clave en la construcción del marco teórico fueron: Navarro, (2009), González y Blanco, (2010), Escribano, F. (2012). De Miguel, A. & De Miguel, I. (2011), y Beltrán Carrillo, V., Valencia Peris, A. & Molina Alventosa, J. (2011).

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo de corte descriptivo. La muestra fue estratificada, los criterios de inclusión fueron: estudiantes de básica secundaria de instituciones educativas públicas de género masculino y usuarios de videojuegos. Se aplicó un cuestionario tipo encuesta a 480 estudiantes de cinco instituciones educativas. La información fue analizada mediante estadística descriptiva. Los resultados obtenidos muestran que más del 80% de los estudiantes presentaron pérdida de asignaturas y logros académicos bajos. Asimismo, se encontró que los videojuegos, han generado adicción, agresividad, aislamiento, sexismo, trastornos de salud y la mayoría reconocen ser jugadores habituales. Se puede concluyó que el uso de los videojuegos puede generar en los encuestados aspectos positivos como estrategias y habilidades de pensamiento. Pero por la cantidad de horas dedicadas a esta práctica, se remplazan actividades como deportes, paseos y tareas escolares, que afectan el rendimiento académico y promueven conductas como adicción, agresividad, aislamiento y cambios en hábitos de alimentación y sueño que pueden afectar el estado físico y emocional de los estudiantes.

Palabras clave: Videojuego - Adicción - Rendimiento académico - Comportamiento

ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMPETENCIA COMUNICATIVA ORAL

AUTORAS

Mariana Fuentes Loss, M. Carmen Balaguer Fábregas y Mercè Palau Royo

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mafuentes@uic.es, mcbalaguer@uic.es y mpalau@uic.es

La palabra, la voz, el gesto, es decir la comunicación oral es uno de los instrumentos más importantes de que disponen los maestros y las maestras para transferir las enseñanzas a su alumnado. Por otra parte, la comunicación oral del profesorado constituye también el modelo de interacción social y de lenguaje que los niños/as aprenden de manera inductiva. A partir de esta afirmación, la investigación pretende aportar elementos de análisis de la competencia comunicativa oral en la formación inicial de maestros y maestras.

Las razones que nos llevan a plantear esta comunicación surgen de la evidencia que la escuela tradicional ha trabajado escasamente el desarrollo de la lengua oral en comparación con la lengua escrita. En el ámbito universitario, y concretamente en la formación inicial de maestros, la formación en lengua escrita suele predominar frente a la formación en lengua oral (Calsamiglia y Tusón 1999; Cassany, 2006). Otra importante razón la constituye el hecho de que la investigación en la didáctica de la lengua oral es comparativamente más escasa que la de la lengua escrita (Núñez, Fernández y Romero, 2008), por lo cual esperamos que nuestro trabajo contribuya a subsanar esta diferencia.

En este sentido, el objetivo general de este trabajo es presentar la revisión de la literatura sobre la investigación de la competencia comunicativa oral y su incidencia en la formación inicial de maestros y maestras de Educación Infantil y Primaria. Es importante señalar que esta revisión constituye el marco teórico de una investigación más amplia en curso, sobre la mejora de la competencia comunicativa oral en estudiantes de Educación.

La metodología utilizada es de naturaleza cualitativa, basada en la revisión bibliográfica y centrada en investigaciones y experiencias publicadas en bases de datos internacionales y bibliografía especializada. La base se sitúa en la importancia que distintos referentes bibliográficos como Vigotsky, Bruner, Tusón, Calsamiglia, y otros autores que han desarrollado estas teorías, otorgan al lenguaje y en general a la interacción.

El resultado que se espera obtener es doble. Por un lado, el conocimiento actualizado de los desarrollos teóricos. Por otro lado, el conocimiento de las experiencias que determinan las condiciones personales y didácticas que se han consolidado como óptimas para mejorar la competencia comunicativa oral en el aula universitaria de Educación.

Como se ha señalado, la perspectiva que se plantea es diseñar, implementar y validar un programa de instrucción de la lengua oral que aporte ayudas para superar posibles déficits en la competencia comunicativa oral de los futuros maestros y maestras y que, en el futuro, pueda ser implementado de manera preventiva y normalizada. Esperamos que este programa pueda ser de aplicación en otros estudios de grado donde la competencia comunicativa oral sea un requisito a tener en cuenta.

Palabras clave: Competencia comunicativa oral – Formación inicial de maestros – Didáctica de la lengua oral

FILOSOFÍA DE LA CIENCIA DEL DERECHO

AUTORA

Cristina Fuertes-Planas Aleix

Universidad Complutense de Madrid (España)

cfuertes@ucm.es

La filosofía de la ciencia tiene como objeto de investigación el conocimiento científico, es decir, cómo se conoce la ciencia, así como los problemas prácticos que pueden darse en la práctica científica, lo que se encuentra íntimamente relacionado con la teoría del conocimiento y con el método lo que, normalmente será acometido por parte de filósofos, aunque una buena parte de científicos, partiendo del pensamiento griego, se han interesado en este ámbito de conocimiento.

Si se puede predicar la existencia de una “ciencia del Derecho” que, tradicionalmente se denomina “dogmática jurídica”, también existirá una “filosofía de la ciencia del Derecho”, como así ha sido elaborada por eminentes iusfilósofos.

No se pueden ocultar los problemas inherentes a estos planteamientos por varios motivos: a) La negación del estatuto científico del Derecho (como señaló von Kirchmann: *tres palabras del legislador y bibliotecas enteras se convierten en papeles inútiles*), en cuanto el objeto de estudio, al igual que el de otras parcelas sociales y de humanidades, además de contingente y no cuantificable, es sumamente mutable; b) Las soluciones que utilizan los juristas para la resolución de problemas no encajan de modo exacto con una lógica formal, como lo hacen otro tipo de ciencias; c) El *esoterismo* de la ciencia del Derecho, es decir, su carácter misterioso, casi mágico, comprendido tan sólo por quienes se dedican a su estudio; d) Porque la ciencia del Derecho tampoco cuenta con un rigor metodológico como el de otros saberes científicos.

No obstante, se han elaborado multitud de aportaciones para tratar de dilucidar cómo tiene que ser el saber jurídico para considerarse científico, es decir, para saber si las afirmaciones que nos proporciona la ciencia del Derecho son o no verdaderas.

Todas las aportaciones realizadas por la filosofía de la ciencia, en cuanto investigación del conocimiento científico, ya sea observando la ciencia como un producto de la lógica y la razón (empirismo lógico y falsacionismo); como la reacción a tales postulados excesivamente “angostos” (historicismo, cultura); como otras más modernas (estructuralismo, semántica, naturalismo, sociologismo, realismo, etc.), para predicar la existencia de lo “realmente científico”, así como de los métodos adecuados aplicables, han sido trasladados, con mayor o menor acierto, al ámbito de la ciencia del Derecho.

Este título quiere responder al planteamiento de tales problemas, su recorrido histórico, marcando la diferencia entre el propio Derecho, que utiliza un lenguaje prescriptivo, y su ciencia -dogmática jurídica-, que es descriptiva, ya que señala cómo es la ciencia del Derecho pero, como ponen de relieve muchos juristas, también es prescriptiva, en cuanto intenta influir en las conductas.

Por otra parte, para los juristas -no así para los expertos en metodología externa al propio Derecho- lo más importante no es la catalogación o no del saber jurídico como un saber científico, que naturalmente dependerá de la misma concepción que tengamos de la ciencia, para atribuirle o no estatuto científico, sino poder llegar a comprender el funcionamiento, en cuanto a la posibilidad de conocimiento, de quienes se dedican -científicos o *jurisprudentes*- al estudio del Derecho.

Palabras clave: Ciencia del derecho - Filosofía de la ciencia - Jurisprudencia

LOS PROCESOS DE TUTORIZACIÓN EN LA MODALIDAD ONLINE DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

AUTORES

Vicente Gabarda Méndez, Ana Rodríguez Martín y M^a Mercedes Romero Rodrigo

Universidad Internacional de Valencia (España)

vgabarda@campusviu.es, ana.rodriguez@campusviu.es y mmromero@universidadviu.com

La presente comunicación persigue clarificar cómo se plantean los procesos de tutorización en los entornos virtuales de aprendizaje a partir del caso de una institución concreta y la percepción de los alumnos matriculados en dos de sus títulos oficiales con respecto a los procesos que enmarcan la tutorización.

La VIU, como Universidad Online Audiovisual que fundamenta su metodología en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se plantea la necesidad de reformular el concepto de tutoría, una necesidad que se deriva de las características que enmarcan el nuevo rol docente definido en estos entornos.

En este contexto, el método de recogida de información son los cuestionarios de satisfacción que los alumnos del Máster de Educación Secundaria y el Grado de Educación Primaria cumplimentan al finalizar sus asignaturas como parte del proceso de seguimiento de calidad de la institución. El propósito es conocer, por tanto, la percepción que tienen los estudiantes del proceso de realización que se les realiza a través de dos criterios fundamentales: la tutorización vinculada a aspectos docentes y de desarrollo de la materia y la tutorización en términos de atención, motivación y participación.

Los resultados arrojan que los alumnos perciben de un modo favorable el planteamiento de los modelos de tutorización que realiza la Universidad, siendo más valorados los aspectos de la tutoría ligados a cuestiones docentes y de desarrollo de la materia que el proceso de tutorización ligado a la atención, motivación y participación en los dos títulos. Igualmente, cabe subrayar que, en términos generales, la valoración de los estudiantes de Grado con respecto a los procesos de tutorización es ligeramente superior a la de los estudiantes de Máster.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación – Tutorización – Percepción del alumnado – Grado en Educación Primaria – Máster en Educación Secundaria

MEDIOS DE PROXIMIDAD: LAS EMISORAS MUNICIPALES DE ANDALUCÍA ANTE EL RETO DE INTERNET

AUTORA

Victoria Gabilondo

Universidad de Málaga (España)

taquile@uma.es

Las Emisoras Municipales de Andalucía constituyen hoy en día como una plataforma esencial de las dinámicas de la información y de la comunicación de proximidad, promoviendo un servicio público y dinamización de la ciudadanía. En especial en el fortalecimiento del tejido social en aquellas zonas históricamente aisladas o débilmente integradas de la región. Esta experiencia ha configurado el Mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía (2015) convirtiéndola en una de las experiencias más importantes de radios públicas locales en el país. Analizaremos el estado de las 314 licencias otorgadas a municipios y su incidencia en Internet.

En la actualidad, es evidente el progreso y transformación social que ha experimentado la sociedad andaluza y también las acertadas medidas democráticas que incidieron en una más eficiente articulación de su territorio e integración a nuevos mercados. Lo que ha permitido la adopción de políticas más eficientes encaminadas al equilibrio y la vertebración territorial. No cabe duda que las múltiples iniciativas políticas puestas en marcha en estos años han contribuido a transformar la realidad cumpliendo muchos de los objetivos marcados.

El reto de las telecomunicaciones es primordial en las zonas rurales, donde se encuentran casi el cincuenta por ciento de las emisoras municipales en la región. Disminuir la brecha digital es clave en el contexto de los medios de proximidad y en la sociedad en general.

El reto de internet

La investigación realizada evidenció el interés creciente en el uso de las nuevas tecnologías, en la mejora de la interacción con sus usuarios, incorporando a nuevos públicos, en particular a una población joven usuaria de este medio, fomentando así una mayor participación activa en apoyo de la vertebración comunicacional y fortalecimiento democrático en la región.

Internet y las redes sociales on-line amplían el contacto y la retroalimentación de las emisoras municipales con sus públicos, a través de las diferentes herramientas que permiten incorporar video, imágenes, chats, foros, etc. El medio permite que su incidencia vaya más allá de lo local, globaliza su comunicación. Una globalización de interés para estos medios de proximidad, según las valoraciones recogidas en el trabajo.

Presentamos el uso que se hace de Internet por las E.M., centrándonos en las Web/blogs, Facebook y Twitter. Incidiendo en la identidad visual, frecuencia y tipologías de contenidos y participación e interacción con los usuarios.

Investigación realizada en el Laboratorio de Comunicación y Cultura, grupo de investigación COMandalucía de la Universidad de Málaga. Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía P118100, concluido en Junio 2015.

Palabras clave: Emisoras municipales- Radios públicas- locales - Medios proximidad- Internet- Redes sociales online

PROPAGANDA TERRORISTA EN INTERNET VERSUS LIBERTAD DE EXPRESIÓN

AUTORA

Gilda Gadea Aldave
Universidad de Granada (España)
ggadea@ecssr.eu

En la última década han surgido nuevas formas criminales en Internet, que al amparo del desconocimiento o de la escasa legislación en la materia, están teniendo un crecimiento acelerado.

Tal es el caso del uso de Internet por parte de grupos terroristas con fines propagandísticos, cuyas acciones en la red están destinadas, entre otras, a la exhibición de las acciones violentas, la difusión de manuales armamentísticos, el enaltecimiento o glorificación del delito, el reclutamiento online, etc.

La importancia de la propaganda terrorista en Internet, y asimismo su aspecto más peligroso, radica en el hecho de que Internet permite llegar a todo tipo de usuario, simpatizante o no, por medio del uso común de servicios en línea.

La relación que puede establecerse entre terrorismo e Internet es muy variada, y está compuesta casi exclusivamente por hechos delictivos por parte de los grupos terroristas para la consecución de determinados fines criminales específicos.

Ello ha generado una rápida y profusa respuesta institucional a fin de elaborar un marco jurídico adecuado en el ámbito internacional y europeo tendiente a la erradicación de estos delitos de terrorismo.

El marco jurídico internacional referente a la lucha contra el uso de Internet con fines terroristas comprende una gran variedad de fuentes, basado principalmente en iniciativas multilaterales, regionales y nacionales.

La concepción criminológica del fenómeno de terrorismo, que persigue la neutralización del enemigo, en ocasiones fundamenta la noción de que el recorte de garantías otorgadas por el Estado de derecho puede estar justificado en la consecución de los fines propios de la persecución de los crímenes de terrorismo, actuando en ocasiones sin proporcionalidad y/o denotando como terrorismo acciones u opiniones personales que no representan ninguna finalidad criminal y atentan deliberadamente contra la libertad de expresión.

Palabras clave: Libertad de expresión – Propaganda – Terrorismo – Internet

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS FIN DE GRADO USANDO CONGRESOS CIENTÍFICOS COMO HILO CONDUCTOR

AUTORES

Alfonso Gago Calderón y José Ramón de Andrés Díaz

Universidad de Málaga (España)

agago@uma.es y deandres@ctima.uma.es

La necesidad de realizar proyectos de Fin de Grado (PFG) dentro de los nuevos planes docentes busca ser un puntal en estos programas para el desarrollo de tan mencionadas competencias o metodologías que permitan un acercamiento entre el mundo académico y el mundo laboral. Sin embargo, la realidad es que en muchos casos esta actividad académica se convierte en un proceso de recopilación, en una gran parte teórica, de diversos conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios con lo que el éxito de este objetivo del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se puede considerar que en muchos casos es muy limitado.

En este proceso se simplifican en muchos casos muchos aspectos que tiene un valor muy importante para la formación de nuestros alumnos en este último paso de su etapa educativa:

- Participar en un proceso creativo, estableciendo el mismo los objetivos del proyecto. En muchos casos se trabaja con proyectos planificados completamente por su director.
- Interactuar de manera real con el mundo exterior a la universidad, más allá de buscar documentación en Internet. El alumno solo se relaciona de manera habitual con su director de proyecto que en muy habitualmente un docente universitario y puntualmente la evaluación de su proyecto en una exposición ante un tribunal formado por profesores de su misma facultad o escuela que ya le han dado clase previamente.
- Los criterios de evaluación de este tipo de trabajo son una cuestión muy discutida en revistas educativas y no hay un consenso claro en cómo abordar este punto.
- Los criterios de planificación de tiempo y trabajo los impone el alumno según sus criterios propios de conveniencia.

En este trabajo planteamos una metodología de trabajo que se ha aplicado hasta el momento en 7 PFG en el que el alumno si trabaje superando estas limitaciones mencionadas. Para ello se le propone tratar el desarrollo de su trabajo con el objetivo de presentarlo en plazo y forma a la convocatoria de un congreso científico de la materia. De este modo se genera un elemento de motivación para el estudiante, se establecen unas pautas de trabajo y plazos más propios del mundo profesional que los del universitario y una vinculación a una actividad social representativa. Del mismo modo el alumno obtiene una valoración de su trabajo que, analizada adecuadamente con su director, le debe servir como una referencia de evaluación más propia del mundo profesional.

La limitación que se puede argumentar contra esta metodología es el aspecto económico que conlleva la participación y asistencia al congreso. Sin embargo, los principales objetivos que son aprender la metodología para trabajar y preparar una aportación a este tipo de organizaciones y obtener las valoraciones de los revisores de su comité científico con implica gasto alguno. Además, en el caso de encontrar algún congreso de temática apropiada en la propia ciudad de nuestra Universidad hace que en muchos casos, acogiéndonos a las tarifas para estudiantes, los costes de la participación efectiva del alumno en el evento sea muy pequeña y la experiencia para el mismo mucho más completa y enriquecedora.

Palabras clave: Proyecto Fin de Grado - Congreso Científico - Competencias - EEES

APRENDIZAJE CON TAREAS PARA ENSEÑAR A LA GENERACIÓN GOOGLE A REALIZAR BUSQUEDAS DIGITALES EN INGENIERÍA

AUTOR

Alfonso Gago Calderón
 Universidad de Málaga (España)
agago@uma.es

La generación actual de estudiantes universitarios ha nacido en una sociedad muy digitalizada y se encuentran muy acostumbrados a resolver múltiples aspectos de sus vidas utilizando internet. Sin embargo, este uso común de las TIC se limita en la mayoría de casos a un uso lúdica y los profesores universitarios encontramos que nuestros alumnos no son capaces de usarlas de manera adecuada para resolver las nuevas tareas y actividades que les proponemos dentro del marco de aprendizaje del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Para solucionar este problema se ha diseñado una actividad de trabajo en grupos que se aplica en el segundo curso del Grado en Tecnologías Industriales de la Universidad de Málaga en la asignatura de Ingeniería de Fabricación. En esta se propone a grupos reducidos de alumnos varios términos que se tratan a lo largo la asignatura y se les pide que ofrezcan su propia definición de cada concepto. Para ello deberán usar de manera justificada múltiples referencias y fuentes accesibles a través de la *world wide web* (WWW). Como mínimo les pedimos que intenten utilizar:

1. Wikipedia, Webs de la R.A.E. y del Diccionario Esencial
2. Normativas (accediendo a la webs de AENOR o ISO, ...)
3. Documentación técnica de asociaciones, organismos o entidades profesionales
4. Libros (con herramienta de búsqueda como Google Books, ...)
5. Patentes (Bases de datos: Latipat, oepmpat, google patents...)
6. Artículos científicos (Web of Science, Google Academico, Microsoft Academic Search...)

Se espera que comprendan que la mayoría de aspectos que se deben tener en cuenta al hacer una búsqueda optimizada en su campo de estudio:

- Discriminar entre las múltiples referencias que podemos encontrar en internet y que no siempre son las más adecuadas para el este contexto de trabajo
- Seleccionar las mejores fuentes de información (contrastadas)
- Conocer la existencia de más buscadores que la de los más extendidos y como ofrecen sistemas de búsqueda más específicos
- Entender que no toda la información que existe en internet no es de libre acceso pero a la que, en algunos casos, pueden llegar usando diversas herramientas que ponen a sus disposición las universidades como la descarga de artículos científicos a través de las webs de las bibliotecas de las mismas o el acceso a bases de datos a través de las licencias de la universidad (Normativas UNE, Editoriales, ...)

Se extraen muchas conclusiones de la aplicación de esta metodología simultáneamente al resto de actividades (más o menos) convencionales de la asignatura. Pero la más importante a destacar es ver como los alumnos toman conciencia de que su conocimiento de internet son bastante más limitados de las que se atribuyen y como tras superar esta actividad se encuentran mucho más preparados para enfrentarse a nuevos trabajos de sus estudios superiores.

Palabras clave: Buscadores Internet - Referencias - Bases Datos - Aprendizaje Basado en Tareas

PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL PARA LA REGIÓN ORIENTE DE MICHOACÁN

AUTORA

María del Consuelo Gallardo Aguilar
Instituto Tecnológico de Zitácuaro (México)
cgallardo@yahoo.com.mx

El desarrollo regional es una detonante de la competitividad, una posibilidad también de mejores niveles socioeconómicos y estabilidad económica, social y política en las regiones, sin embargo, el desarrollo no es un evento aislado es más bien un producto de la planificación en las regiones, y la planificación será cada vez más efectiva si se realiza de manera formal, sistemática y tomando en consideración las situaciones de cada región.

La presente investigación pretende sustentar el impacto que la formación a nivel posgrado en el área de planificación de empresas y desarrollo regional representa en el desarrollo de la región oriente de Michoacán.

Palabras clave: Planificación empresarial - Desarrollo regional - Michoacán - Impacto de la educación

LA EXPANSIÓN DE LOS VÍDEOS DE 360 GRADOS EN YOUTUBE Y SU CONSUMO EN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

AUTORES

Jorge Gallardo Camacho y Eva Lavín de las Heras

Universidad Camilo José Cela (España)

jgallardo@ucjc.edu y elavin@ucjc.edu

El lenguaje audiovisual se transforma en las pantallas secundarias (teléfonos y tabletas) a través de fenómenos como la expansión del consumo del vídeo en 360 grados. En esta comunicación analizaremos la eclosión de los vídeos esféricos que permiten modificar el punto de vista del espectador durante toda la reproducción de la obra audiovisual.

Para ello nos centraremos en la red social de vídeos Youtube que desde marzo de 2015 permite subir y visualizar este tipo de vídeos. Su principal característica es que permite la navegación del espectador dentro del montaje lineal a través del desplazamiento del ratón en el ordenador o, simplemente, a través del movimiento del dispositivo móvil para ver diferentes partes de la escena.

Analizaremos la evolución tecnológica, la difusión y el alcance de este nuevo tipo de vídeos principalmente en teléfonos móviles y tabletas digitales ya que modifican la experiencia del espectador audiovisual. El género que potencialmente parece beneficiarse a priori en el ámbito audiovisual es el videoclip ya que es un tipo de contenido que invita a ser visto en varias ocasiones asegurando nuevas experiencias visuales en función del encuadre seleccionado en 360 grados.

Además observamos que esta nueva tecnología de grabación influye directamente sobre el contenido que queda supeditado a un planteamiento narrativo audiovisual que debe tener en cuenta la posibilidad de que el espectador vea toda la escena. La forma, al menos en esta fase de eclosión, está por encima del cómo o del qué se cuenta.

Palabras clave: Vídeos esféricos – 360 grados – Teléfonos inteligentes – Tabletas – YouTube – Redes sociales

LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LOS CIBERMEDIOS. ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS COMENTARIOS DE NOTICIAS DE EDUCACIÓN

AUTORES

Santiago Gallur Santorum y Berta García Orosa

U. de Ciudad Juárez (México) y U. de Santiago de Compostela (España)

santiagotgs@hotmail.com y bertago@gmail.com

La investigación presentada en este artículo se sitúa en los estudios sobre participación en medios y, concretamente, en los análisis sobre contenido generado por los usuarios. La literatura reciente sobre medios de comunicación destaca el potencial de la interacción en los cibermedios como elemento necesario en la democracia y muestra el desarrollo de opciones y visibilidad de esa participación (Fondevila, 2012; García de Torres, 2011; Negredo, 2013; De Kayser y Raeymachers, 2008). Pero, al mismo tiempo, advierte de la brecha establecida entre los usuarios con diferentes posibilidades de participar y cuestiona en algunos casos la libertad de intervención permitida por los medios.

En este contexto, los autores proponen un estudio sobre la imagen de la mujer creada en los cibermedios españoles a través de los comentarios realizados a las noticias del ámbito educativo. En estudios anteriores, indicamos que la presencia de la mujer en los medios de comunicación ha aumentado, todavía es menor a la de los hombres y tienen escasa visibilidad en portada (Marín, Armentia, Caminos, 2011; Aladro, Padilla, Requeijo, Semova, García, García, Viñarás, 2014; Gómez y Patiño, 2011). La figura de la mujer continúa mayoritariamente relegada a secciones blandas de los medios (Gallego, 2013; Marín, Ganzabal, 2011) y, en general, su imagen continúa siendo estereotipada y con un enfoque reducido a los roles tradicionales (Tous, Meso, Simelio, 2013). En este trabajo se realiza un análisis de contenido de los comentarios realizados por los usuarios en la noticias sobre educación de los diarios digitales: *El País*, *ABC*, *El Mundo*.

Palabras clave: Participación - Cibermedios - Género - Educación - Periodismo

LOS PERIODISTAS COMO PROTAGONISTAS DE LAS NOTICIAS DE SUCESOS EN MÉXICO. EL PROCESO DE CONSOLIDACIÓN DE UN NUEVO “GATEKEEPER”

AUTOR

Santiago Gallur Santorum

Universidad de Ciudad Juárez (México)

santiagotgs@hotmail.com

Desde 1983, fecha en la que comienzan a recogerse datos, más de 150 periodistas han sido asesinados en México. Además de las consecuencias obvias para los profesionales de la información, a la vez, en los últimos años se empiezan a percibir los primeros efectos directos sobre la profesión (Reporteros sin fronteras, 2012; Reporteros sin fronteras, 2011; Reporteros sin fronteras, 2010). Uno de los más evidentes y graves es la aparición de un nuevo “gatekeeper” en el periodismo (Centro de Periodismo y Ética Pública, 2009).

Este término normalmente hace referencia a una tarea básica para los profesionales de la información: la selección de aquellos acontecimientos que cumplen los requisitos necesarios como para convertirse en noticias según los criterios determinados por el medio y sus periodistas. El problema es que el hecho de que la violencia derivada de la guerra contra el narco en el 2006 provocase que los periodistas comenzasen a ser atacados (Article 19, 2007; Article 19, 2010; Article 19, 2012, Article 19, 2013), tiene como consecuencia que el papel de “gatekeeper” pasa a ser ocupado por personas ajenas al periodismo en algunos medios de comunicación (Centro de Periodismo y Ética Pública 2013).

Así la gravedad de esta situación a partir de 2006 ha sacado a la luz una problemática a la que los periodistas de todo el mundo se enfrentan diariamente (Human Rights Watch, 2011, p. 32-36): por realizar su bien su trabajo muchos profesionales de la información son asesinados. Concretamente, en la década del 2000 unos 141 periodistas fueron asesinados en todo el mundo a manos del crimen organizado por ejercer su profesión: investigar y sacar a la luz todo tipo de situaciones que muchos grupos de poder legal o ilegal quieren mantener ocultas (Reporteros Sin Fronteras, 2011, p.2).

Todo esto teniendo en cuenta que el periodista a veces puede llegar a convertirse, voluntaria o involuntariamente, en un actor dentro de una situación de conflicto (Borrat, 1996, p. 16), y por lo tanto de su labor ética y moral no sólo depende el derecho a la información de la sociedad sino su propia vida, aunque de forma inversamente proporcional: Cuanto más investigue el periodista (y por lo tanto más cumpla su obligación ética de garantizar el derecho a la información), más riesgo correrá de sufrir amenazas, agresiones o incluso de ver en peligro su propia vida (Human Rights Watch, 2011; Reporteros sin fronteras; 2012; Reporteros sin fronteras, 2011; Reporteros sin fronteras, 2010). Esto, que en las décadas anteriores al 2000 era algo sabido, en los últimos dos años se ha convertido en México en una realidad diaria palpable. Así, el país pasó en 2010 del puesto 136, a ocupar el puesto 149 en 2011 de la lista de Reporteros Sin Fronteras que evalúa la peligrosidad del ejercicio del periodismo, situándose así entre los 30 países de todo el mundo con menor libertad de prensa (Reporteros sin fronteras, 2010, p.58-60; Reporteros sin fronteras, 2011, p. 85-90).

Palabras clave: Noticias en México - Periodistas de sucesos - *Gatekeeper* - Ética periodística

UN NUEVO MARCO TEÓRICO: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN COMUNICACIÓN Y MARKETING EXPERIENCIAL

AUTORA

María Galmés Cerezo

Universidad Internacional de La Rioja (España)

maria.galmes@unir.net

Actualmente, tanto en el ámbito académico como en el profesional, es frecuente el uso del término “experiencial” para hacer referencia a conceptos relacionados con las estrategias de comunicación y de marketing de las marcas. Es un concepto innovador que se utiliza sin precisión teórica llevando a una interpretación indeterminada del mismo.

En el presente artículo se realiza un análisis documental sobre la “comunicación experiencial”, el “marketing experiencial” y las “experiencias de marca” que identifica las principales líneas de investigación en este campo. En esta primera revisión se han consultado más de setenta recursos bibliográficos que delimitan las principales tendencias en este campo, fundamentalmente de procedencia anglosajona.

En esta labor investigadora, se percibe que los conceptos con mayor vinculación al término “experiencia” son: comunicaciones de marca, marketing digital, marketing relacional, organización de eventos, punto de venta y atención al cliente. De igual modo, se pone de manifiesto que las principales investigaciones académicas se enfocan en el diseño y evaluación de las experiencias de los clientes, así como en la relación entre la experiencia de marca y otros parámetros de la misma.

De hecho, el comienzo de la producción científica y profesional en este campo es reciente, por ello la gran parte de la documentación utilizada se ubica temporalmente a partir del año 2010. Y, los principales exponentes de esta corriente incipiente son Bernd H. Schmitt - presidente del *Center on Global Brand Leadership* de la Universidad de Columbia – y Max Lenderman – fundador de IXMA, Asociación Internacional de Marketing Experiencial.

Podemos decir, entonces, que la producción de investigaciones aplicadas en este campo es limitada, probablemente debido a una falta de consenso conceptual y a la desordenada aplicación profesional de todo lo relacionado con la experiencia del cliente.

Por esta razón, se hace necesario sentar las bases teóricas que permitan definir un estado de la cuestión con el fin de delimitar claramente la realidad del “marketing experiencial” y sus posibles ámbitos de aplicación.

Palabras clave: Experiencia - Comunicación experiencial - Marketing experiencial - Análisis documental - Marco teórico

¿PUEDE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL) SER UNA TÉCNICA EFICIENTE PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA? ANÁLISIS DE LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE Y LOS CANALES DE PERCEPCIÓN EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

María Cristina Gamboa Mora, John Jairo Briceño Martínez y Johanna Patricia Camacho González

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Universidad Manuela Beltrán (Colombia) y Universidad de Chile (Chile)

maria.gamboa@unad.edu.co; jhonjairobriceno@gmail.com y jpcamacho@uchile.cl

En este trabajo se ha buscado analizar cuáles son los estilos de aprendizaje (EA) (Cabrera y Fariñas, 2005) y los canales perceptivos (CP) según la Programación Neurolingüística (PNL), en estudiantes de primeros semestres de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD y de la Universidad Distrital de Colombia, con el fin de aportar a la reflexión por un lado, de cómo contribuir a la disminución de la deserción estudiantil que ocurre en los primeros semestres como de la importancia de promover acciones que ayuden a la motivación de los estudiantes para que consigan mejores resultados de aprendizajes.

Los cuestionarios que se utilizan para esta tarea son: para los EA, los de los autores Honey y Alonso (CHAEA) y para el análisis de los CP, se adapta un cuestionario basado en la teoría que se ha consultado sobre la PNL, y que en su mayor parte ha estado asociado al campo empresarial y de acompañamiento terapéutico, pero que en este trabajo, se indaga por sus potencialidades en la educación.

Se concluye, que frente a la primera categoría indagada (EA) no hay una tendencia mayoritaria por parte de los estudiantes hacia a alguno de los EA a saber: activo, reflexivo, teórico y pragmático, y en cambio, para las variables indagadas para CP, se detecta una leve diferencia a favor del CP auditivo sobre el visual, seguido por el kinestésico.

Esto nos ha permitido con ayuda además del marco teórico utilizado, ofrecer unos elementos importantes que pueden ser utilizados por las universidades para diseñar estrategias que contribuyan como se ha mencionado, a la motivación y la disminución de la deserción estudiantil.

Palabras clave: Estilos de Aprendizaje – Canal Perceptivo – Programación Neurolingüística (PNL) – Motivación

CONSIDERACIÓN CIENTÍFICA DE LA EMPRESA INFORMATIVA

AUTOR

Pedro García-Alonso Montoya

Universidad Complutense de Madrid (España)

pedro.garciaalonso@gmail.com

Desde la introducción del planteamiento kantiano con la Crítica, la Teoría del Conocimiento o la Gnoseología, toda estudio de un disciplina científica debe partir de una justificación razonada y demostrada de su capacidad, alcance y valía cognoscitiva. No sirve cualquier tipo de conocimiento para asumir el rango constitutivo de toda una Ciencia. En las ‘Ciencias de la Información’, o más modernamente denominadas ‘Comunicación’, científicamente estudiamos como objeto la transmisión de contenidos, mediante los medios informativos y la comunicación pública del saber.

Nuestro nuevo mundo del tercer milenio, pivota y gira especialmente en torno a este aspecto social y humano, del transvase de informaciones publicitarias, políticas, comerciales... hasta el punto de ser por ello bautizado como ‘Era de la Comunicación’. Es totalmente incuestionable que hoy podamos potencialmente comunicarnos prácticamente de modo directo con cualquier entidad o individuo. Multitud ingente de datos lo avalan. No obstante, no basta con mostrar un acontecimiento, para sólo con ello pretender que su estudio pueda independizarse y constituir un modelo científico propio, plenamente segregado de la sociología, o de la psicología, o de la historia... capaces de estudiarlo como otro más de los fenómenos que el transcurso de los acontecimientos transforman el tiempo, las civilizaciones, las comunidades o los caracteres humanos.

El estudio de las Empresas Informativas, asumido como materia de investigación científica y de docencia superior, planteado desde una perspectiva periodística, enlaza con otras áreas científicas muy próximas, tan incuestionables hoy como puedan ser la Economía de la Empresa, el Comercio y el Márketing, la organización productiva, la Publicidad y la doctrina jurídica mercantil.

En esta ponencia se pretenden afianzar los puntos clave que demuestran el carácter plenamente científico del Área de la Empresa Informativa, tanto de su objeto de estudio, como de sus fuentes y método, así como de sus escuelas y enfoques, sin omitir sus creadores y autoridades que lo iniciaron y los expertos profesores e investigadores que hoy la acreditan. La Empresa Informativa es un conocimiento científico, de carácter específico, que se atreve a plantear cuestiones desde un conocimiento teórico-práctico, contribuyendo a aumentar el conocimiento y a formar las destrezas y las mentes de los estudiosos en la materia. Su estructura y su orientación facilitan igualmente el ejercicio del periodismo profesional. Sus contenidos proporcionan nociones imprescindibles para afianzar el funcionamiento de los medios y de la actividad periodística.

Esto lo demuestra más aún la digitalización global de nuestro mundo por la Web. Las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) han transformado el sector, dando a sus usuarios o consumidores una capacidad productiva y difusora enormes, impensables hace muy poco tiempo, potenciando la capacidad de elección, la riqueza de planteamientos y libertad de opinión de sus públicos hasta grados incalculables. Las TIC incluyen “un conjunto de innovaciones tecnológicas pero, también, las herramientas que permiten una redefinición del funcionamiento de la sociedad” (López y Villafañe, 2010: 11). Por eso no conviene olvidar que la aplicación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, afecta radicalmente a saberes organizacionales y de la gestión del conocimiento.

Palabras clave: Empresa informativa – Conocimiento científico - TIC – Ciencias de la Información

LOS ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

AUTOR

Manuel García Borrego
Universidad de Málaga (España)
manoletus@uma.es

Tradicionalmente, la presencia de estudiantes en prácticas en las redacciones y su función de sustitutos de los profesionales consolidados ha sido una de las mayores preocupaciones de los periodistas, hasta el punto de que hace cinco años suponía uno de los principales problemas de la profesión para más del 35% de los encuestados por la APM (Farias, 2010). A pesar de ello, así como de las advertencias de Cantalapiedra (1997) y Lamuedra (2007) sobre las posibles irregularidades y abusos que podrían estar cometándose en este período de formación, se conocen pocos trabajos sobre la situación laboral de los estudiantes en prácticas.

Este estudio se propone realizar un repaso de la literatura existente en España hasta el momento para enumerar y explicar las posibles líneas de investigación a desarrollar en los próximos años. Para ello, se acomete una revisión sistemática de documentos científicos relacionados con los estudiantes en prácticas publicados en los últimos 20 años en las principales revistas españolas, libros e informes.

La investigación de referencia sobre los estudiantes en prácticas la realiza la APM (Farias, 2005) y pone el objetivo en las condiciones laborales de los becarios, algunas de las rutinas profesionales y otras variables como la satisfacción general o el peso en la estructura redaccional. Desde entonces, las referencias al asunto en el Informe de la Profesión Periodística son menores y abordadas desde la perspectiva del periodista sénior. Anteriormente, Cantalapiedra (1997) ya había examinado el estado de la profesión situando el foco en los jóvenes como parte fundamental de la actividad periodística.

Lamuedra (2007), en uno de los estudios más recientes, desgana cualitativamente las memorias de prácticas de 100 estudiantes en el que tratan, de manera genérica, áreas como las de las rutinas profesionales, el *newsmaking* y el uso de fuentes en las redacciones, la satisfacción laboral o el papel de las universidades, aunque se hace poco hincapié en aspectos como las condiciones laborales.

En los últimos años parece haber renacido el interés por el tema de las prácticas con artículos como el de Pérez-Serrano, Rodríguez-Barba y Rodríguez-Pallares (2015), en el que se desgana la demanda de perfiles profesionales por parte de las empresas adscritas al convenio de prácticas de la UCM, aunque no se han llevado a cabo estudios empíricos sobre cómo éstas se materializan.

De los resultados de la revisión bibliográfica se concluye que existen pocos trabajos que analicen de manera cuantitativa o extrapolable la situación actual de los estudiantes en prácticas. Por ello, se sugiere una batería variada de líneas de investigación de vanguardia para enriquecer el área de conocimiento en cuestión: entre ellas se encuentran las rutinas profesionales de los becarios, su peso en la estructura redaccional, el marco legal, la función de la socialización en la configuración de la cultura profesional o el rol de las universidades en el proceso de formación y adquisición de competencias prácticas de los periodistas del futuro.

Palabras clave: Prácticas en empresa - Formación - Estudiantes - Universidad

INCLUSIÓN DE COMPETENCIAS DIGITALES EN LOS PLANES DE ESTUDIO DEL GRADO EN TRABAJO SOCIAL

AUTORES

Francisco Javier García Castilla y Eloy Vírseda Sanz
Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)
fjgarcia@der.uned.es y evirseda@der.uned.es

En estos tiempos donde la información y la tecnología fluyen a ritmos elevados creando realidades cambiantes y nuevos escenarios digitales cada pocos espacios de tiempo, *la Universidad se encuentra en un proceso de transformación e innovación pedagógica de sus modelos y prácticas de enseñanza* (San et al.: 2012) que impone la inclusión de nuevos contenidos en competencias transversales dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Los procesos actuales de socialización cultural y digital que experimentan en la actualidad los alumnos de cualquier disciplina, y en concreto de Trabajo Social, son muy diferentes a los de anteriores generaciones. Con los avances tecnológicos nos hemos ido introduciendo en un mundo digital en el que algunas cohortes quedan fuera y jóvenes y niños, en la actualidad, están inmersos en múltiples actividades multimediáticas (ordenadores, *tablets*, *smartphones*, redes sociales, inmediatez de la información, etc.) que, además, son cambiantes en cortos periodos de tiempo. Para los estudiantes universitarios de la actualidad, las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en habituales en su día a día y además son "... seña de identidad generacional que les distingue del mundo de los adultos" (Area, M. 2008:2).

La realidad altamente tecnificada en la que está inmersa la sociedad y en la que van a desarrollar su actividad profesional los trabajadores sociales en el marco de la cobertura de las necesidades de la población y en donde el mundo digital se contempla como una oportunidad para reducir las vulnerabilidades, es importante desarrollar competencias digitales e informacionales en varias dimensiones.

Una primera línea sería la de *aprender a utilizar de forma inteligente la información tanto para acceder a la misma, como a recrearla y a difundirla en los medios digitales* con la finalidad de prevenir a quienes empleen estos espacios incorrectamente con comentarios en redes sociales y evitar que se conviertan en "idiotas digitales" perjudicando en el futuro sus currículums profesionales. A partir de esta idea, la segunda línea de trabajo sería *la de adquirir y desarrollar normas de comportamiento, que impliquen una actitud personal y social positiva hacia los demás, evitando actitudes tecnofóbicas ni sumisas ante estas innovaciones*, siendo conscientes de las oportunidades que nos ofrecen. Y por último incidir en *la idea de que las tecnologías no son asépticas desde una visión global y social sino que influyen en las relaciones sociales, culturales y políticas, y se deben evitar conductas desviadas en el acceso y empleo de estas tecnologías*. (Area, M. 2008:4)

La universidad debe tener la finalidad de formar personas con las competencias y habilidades necesarias para sobrevivir en los actuales entornos culturales, del conocimiento, de la ciencia y otras disciplinas y ante todo en las relaciones sociales digitales e informacionales actuales.

Palabras clave: Competencias digitales - EEES – Era de la información – Nuevas realidades sociales – Trabajo Social

LA IDEA CLÁSICA DEL MENSAJE EN LA BOTELLA EN EL CONTEXTO DE LA DIGITALIZACIÓN. NUEVOS MODELOS PEDAGÓGICOS, PRODUCTIVOS Y CREATIVOS EN EL ÁMBITO AUDIOVISUAL

AUTORES

Oswaldo García Crespo y Diana Ramahí García

Universidad de Vigo (España)

oswaldogarciacrespo@gmail.com y dianaramahi@gmail.com

Como consecuencia del proceso de digitalización, el ámbito de la creación de contenidos audiovisuales se encuentra, tanto en su vertiente artística como industrial, inmerso en un proceso de adaptación a modelos más flexibles y con un alto componente tecnológico. Un nuevo paradigma en el que el software y la web mediatizan la creación de objetos culturales transcodiando el mensaje audiovisual, mediatizando la morfología del discurso y abriendo posibilidades al receptor a través de la red, copartícipe en muchas ocasiones de la propia narrativa audiovisual.

La celeridad de estas transformaciones hace que el entorno académico corra el peligro de estudiar las consecuencias de esta revolución tecnológica una vez las causas que las originaban ya hayan sido superadas; que las tradicionales propuestas didácticas no sean capaces de responder a un entorno creativo e industrial sometido a un constante proceso de reestructuración en el que el potencial de las herramientas digitales y las posibilidades de la web superan las expectativas de forma sistemática.

En este contexto parece pertinente, entonces, la creación de prácticas académicas exploratorias y experimentales para la creación de contenidos audiovisuales, que permitan el surgimiento de espacios para la reflexión y la implementación de modelos creativos e interactivos controlados académicamente; que faciliten la adaptación de las habilidades de los alumnos a flujos de trabajo basados en software online; y que favorezcan la transferencia de conocimientos con el sector; en definitiva, estrategias académicas que permitan el estudio de las sinergias que se producen entre las competencias tradicionales asociadas a las titulaciones de Comunicación Audiovisual y la introducción de tecnologías disruptivas que suponen un aumento del potencial comunicativo en términos de flexibilidad, accesibilidad y expresividad formal.

Es éste el marco en el que surge Mensaje en una botella-Mensagem na Garrafa, un proyecto académico de creación colectiva transnacional y multidisciplinar, desarrollado conjuntamente por profesores y alumnos de la Escola de Cinema de la Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil) y de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo (España) basado en la idea clásica del mensaje en la botella; intercambio de mensajes que en el actual entorno computarizado se convierte en un diálogo visual e interactivo a través de Hangouts, una aplicación desarrollada por la multinacional tecnológica Google para la realización de videoconferencias, entre alumnos de dos universidades separadas por el Océano Atlántico.

Palabras clave: Interactivo - *Software* - Experimental - Internacional - Aprendizaje

LUCES Y SOMBRAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN DE TESIS DOCTORALES EN ESPAÑA

AUTORAS

Marta García Domingo, Virginia Fuentes Gutiérrez y María Aranda López

Universidad de Jaén (España)

mgdoming@ujaen.es, vfuentes@ujaen.es y aranda@ujaen.es

El proceso de realización de la tesis doctoral y los costes personales asociados al mismo, constituyen un tema recurrente en las conversaciones informales que tienen lugar en el ámbito académico. Sin embargo, se observa una insuficiencia de estudios que analicen esta realidad desde una perspectiva que visibilice la propia percepción de las personas insertas en dicho proceso. Según datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte el número de tesis presentadas en España está experimentando un considerable ascenso, siendo en 2013(último dato estadístico) 10.889 las tesis doctorales presentadas frente a las 7.830 de 2008 (crecimiento de casi el 40%). Coincidiendo con una coyuntura socioeconómica crítica en España y ante un escenario de falta de oportunidades laborales, la realización de la tesis se percibe como una alternativa de futuro para buena parte de los egresados (titulados de grado y/o máster). Sin embargo, en una sociedad crecientemente selectiva y meritocrática, el grado de Doctor no garantiza la inserción laboral en las Universidades españolas y carece de una valoración real en el ámbito público y en la empresa privada.

En este contexto, aumentan las exigencias durante el periodo de realización de la tesis, así como los requerimientos para la acreditación que habilita el acceso a cuerpos docentes en Universidades Españolas. Partimos de la premisa de que la realidad dibujada anteriormente incrementa el grado de exigencia externa y de exigencia autoimpuesta, lo que conlleva una serie de costes personales, sociales y de salud a los implicados en el proceso y condiciona su experiencia y sus expectativas de futuro.

Es por ello que decidimos emprender un estudio que analice su experiencia desde una perspectiva temporal y situada, que permite extraer diferencias en las distintas fases del proceso. El estudio se enmarcó en la Universidad de Jaén (España), un centro de educación superior de tamaño medio, que experimenta las vicisitudes a las que se han hecho referencia. Se ha empleado una metodología cualitativa a través de la técnica de la entrevista en profundidad semiestructurada y se ha seleccionado un triple perfil de entrevistado/a, que nos permite analizar la vivencia en los diferentes estadios del proceso (temporal) y dentro de un mismo contexto/realidad (situada): (1) doctorandos/as fase temprana de realización de la tesis; (2) doctorandos/as en la fase final de la tesis, involucrados en la redacción de la misma (3) Doctores/as que obtuvieron el grado académico en el último curso; todos/as ellos/as de la Universidad de Jaén. Los resultados muestran diferencias significativas entre grupos en cuanto a las expectativas, siendo éstas más optimistas en la fase inicial.

Con respecto a los costes asociados, percibimos también diferencias en los distintos momentos, de manera que a medida que avanza el proceso, aumentan los costes percibidos. El género también actúa como factor diferenciador en relación a los costes, visualizándose entre las mujeres una mayor sensación de renuncia. En definitiva, este trabajo pretende contribuir a la visibilización de las “luces y sombras” de la obtención del grado de Doctor en España.

Palabras claves: Tesis Doctoral - Implicaciones personales - Costes sociales - Exigencias - Futuro Laboral

LA APLICACIÓN DE LAS ACREDITACIONES LABEL 1 Y LABEL 2 DE CALIDAD DOCENTE EN DEUSTO BUSINESS SCHOOL

AUTORAS

María García Feijoo y Almudena Eizaguirre Zarza

Universidad de Deusto (España)

maria.garciafeijoo@deusto.es y almudena.eizaguirre@deusto.es

Con la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) las universidades españolas han experimentado un proceso profundo de transformación en su manera de pensar, hacer y vivir la docencia. Uno de los ámbitos en los que se han producido mayores cambios es la gestión y acreditación de la calidad docente.

En este contexto, el **programa Docencia de la Agencia Nacional de Calidad (ANECA)** tiene como objetivo apoyar a las universidades para que diseñen mecanismos propios para valorar la calidad de la actividad docente de su profesorado y favorecer su desarrollo y reconocimiento.

En este artículo se presentará la aplicación de las **acreditaciones Label 1 y Label 2** en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto (Deusto Business School), en el ámbito del programa Docencia.

En primer lugar se explicará el modelo propio de evaluación acreditativa de la Universidad de Deusto, en sus dos niveles. El primer nivel, denominado Label 1, hace referencia a la planificación docente, y maneja tres estándares relacionados con: la contribución de la asignatura al perfil académico-profesional y la gestión de competencias, las estrategias de enseñanza-aprendizaje y su adecuación al ECTS, y el sistema de evaluación. Por su parte, el segundo nivel, el Label 2, acredita la puesta en práctica. Para conseguirlo, maneja tres estándares, que hacen referencia a la gestión del aprendizaje, los sistemas de orientación y tutoría, y la evaluación del aprendizaje.

Además, y para cada uno de los dos niveles, este artículo describirá los principales instrumentos utilizados. En el caso del Label 1, la guía de aprendizaje, y en el caso del Label 2, el portafolio docente. La guía de aprendizaje es el documento que articula la planificación de una asignatura, complementando y detallando el programa público de la misma y orientando al estudiante en su proceso de aprendizaje. El portafolio docente, por su parte, es el instrumento que permite al profesorado recoger y presentar evidencias de la puesta en práctica de su docencia.

El artículo continuará describiendo el proceso de implantación de ambas acreditaciones, para finalizar con el análisis de los resultados tanto cuantitativos como cualitativos obtenidos hasta la fecha en la Facultad.

Palabras clave: Educación Superior - Calidad docente - Acreditación - Competencias docentes - Innovación pedagógica

ENSEÑAR LA GUERRA: TENDENCIAS ACTUALES EN DIDÁCTICA DE LA GUERRA EN LAS ASIGNATURAS DE CIENCIAS SOCIALES

AUTOR

Víctor García González
Universidad de Málaga (España)
v123gg@gmail.com

Dado que la guerra es una constante en los temarios de la asignatura de Historia en todo el período de Secundaria y un elemento recurrente en otras asignaturas de Ciencias Sociales, tanto en enseñanza obligatoria como en titulaciones universitarias, vale la pena utilizarla como eje vertebrador de los contenidos. Pero no en el sentido tradicional basado en la transmisión de fechas y hechos por parte del profesor de manera unidireccional, sino como pretexto para, desde la guerra, hablar del conjunto de factores que componen el estudio de una época histórica concreta o de una realidad objeto de análisis: estructuras de gobierno y poder, sociedad, economía, cultura, personajes, arte e incluso legado y memoria.

El tratamiento de la guerra en la didáctica ha vivido, *grosso modo*, los mismos vaivenes que la historia militar en el conjunto de la historia general: tradicionalmente estaba omnipresente y era utilizada como medio para inculcar en los jóvenes los valores considerados nacionales por las respectivas autoridades o gobiernos, luego fue condenada al ostracismo, y en las últimas décadas ha vivido un resurgimiento, dominando la investigación histórica actual junto a la historia política y cultural. No obstante, cabe plantearse si estas nuevas perspectivas han calado suficientemente en la didáctica de las Ciencias Sociales en el ámbito hispanoamericano.

Este artículo analiza las tendencias actuales en didáctica de la guerra y asimismo realiza propuestas de aplicación docente inspiradas en éstas. Uno de los objetivos que nos proponemos en ésta investigación es situar al alumno en el centro del proceso de aprendizaje. Reivindicamos la importancia clave de la guerra para entender los procesos históricos y los contextos del presente, para lo que buscamos conocer las propias impresiones del alumno sobre los conflictos pretéritos y actuales, evitando así la unidireccionalidad y relacionando el pasado histórico y el presente a través de recursos didácticos muy diversos, entre los que destacan las TIC o, por ejemplo, innovadores usos de la cartografía como recurso didáctico. Pretendemos establecer un proceso de enseñanza-aprendizaje significativo en el que el alumno construya su propio discurso con la ayuda del docente.

En última instancia, se trataría de inculcar en el discente la consciencia de valores como la paz, haciendo hincapié en los conceptos de memoria y legado y analizando cómo vemos los conflictos históricos desde la perspectiva de nuestros días. No obstante, no estamos realizando un ejercicio de “educación para la paz”. Diferimos parcialmente de los planteamientos de esta corriente pedagógica, aunque reconocemos el carácter renovador que ha aportado a la relación de la guerra con el conjunto de los contenidos de los currículums.

Nuestra aportación ayuda a reforzar un perfil docente que trasciende la mera transmisión de datos y adquiere el papel de guía para la adquisición de competencias por parte del alumnado. Es nuestra intención, en síntesis, poner en valor el estudio de la guerra como campo de conocimiento y debate.

Palabras clave: Cartografía - Didáctica - Guerra - Historia militar - TIC

EVOLUCIÓN DE LOS INFOGRÁFICOS DE RESULTADOS ELECTORALES EN EL PERIÓDICO EL CORREO

AUTORES

Daniel García González y Simón Peña Fernández

Universidad del País Vasco (España)

daniel.garcia@ehu.es y simon.pena@ehu.es

Tal y como indica su lema anglosajón, *'Show, don't Tell'*, la infografía periodística es el lenguaje visual que utilizan los medios de comunicación para transmitir aquellas informaciones que por su naturaleza resulta más oportuno 'mostrar' que 'contar' con palabras, como ocurre con los mapas, los diagramas ilustrativos, visualizaciones de datos, etc. Aunque viene siendo utilizada por los rotativos desde sus comienzos allá por el siglo XIX, es en la década de los 90, tras la Guerra del Golfo y la aparición del software de autoedición aplicado a la prensa, cuando se generaliza su uso en los periódicos de todo el mundo y experimenta una rápida evolución hasta alcanzar, en torno a una década después, el aspecto profesionalizado con que la conocemos hoy día.

El periódico bilbaíno El Correo (País Vasco / España) es uno de los referentes mundiales de la infografía periodística. El prestigio de su sección de Infografía y los sucesivos galardones obtenidos en las cumbres mundiales de este género informativo organizadas por la Society of News Design tanto en Europa como en América han hecho de él uno de los rotativos más respetados en el ámbito de la plasmación gráfica de la información, hasta el punto de que en este ámbito profesional se ha generalizado la expresión 'estilo Correo' para referirse a unas características reconocibles y una apariencia definida de los infográficos. Algunos de los profesionales que comenzaron su trayectoria en esta sección, en su sede de Bilbao, han pasado después a dirigir la infografía de periódicos como: *El País*, *La Nación* (Buenos Aires), *San José Mercury News*, *Boston Globe*, *Los Angeles Times*, *South China Morning Post* o *China Daly* y a liderar los trabajos de equipos de *The National Geographic Magazine* en Washington DC.

En el presente trabajo revisaremos la hemeroteca del diario El Correo para investigar cuál fue la evolución de la infografía desde su etapa anterior a la irrupción de los ordenadores en las redacciones hasta su asentamiento definitivo a comienzos del presente siglo. Para ello llevaremos a cabo una revisión diacrónica de un tipo de infográficos determinado; los de resultados electorales. Hemos elegido este tipo de piezas informativas por responder a un patrón de datos similar año tras año y enfrentarse a unos condicionantes periodísticos y de producción también comparables.

Desde las rudimentarias tablas de datos y los gráficos de hemiciclos realizados casi manualmente hasta la aparición del color en las rotativas, los infográficos de resultados electorales nos mostrarán año tras año cómo despertó y fue desenvolviéndose este tipo de lenguaje visual periodístico. Cómo adoptó rápidamente las nuevas herramientas informáticas y cómo fue poco a poco encontrándose y definiéndose a sí mismo.

Palabras clave: Infografía – Infográfico – Elecciones – El Correo – Comicio

CIUDAD, PATRIMONIO Y CONFLICTO: (A LA LUZ DE LAS) NUEVAS METODOLOGÍAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Modesto García Jiménez

Universidad Católica de Murcia (España)

mgarcia@ucam.edu

Las reflexiones aquí presentadas nacen en el marco de un proyecto CIMAR "La Ciudad y el Mar. La Patrimonialización de las Ciudades Portuarias" (HAR2013-48498-P. Ministerio Competitividad)

Aunque parezca reproducir un tópico, el mundo ha cambiado radicalmente; a velocidad de vértigo y de manera acelerada (R. Koselleck). Tanto, que las teorías sociales hasta ahora vigentes se afectan de una obsolescencia galopante por más que éstas sean todavía ostensiblemente 'jóvenes'.

La última hornada de producción intelectual o científica sobre diversos aspectos sociales se ha visto impactada fundamentalmente por dos asuntos de alcance todavía impredecible: la implantación generalizada de nuevas tecnologías individuales de la comunicación, fundamentalmente las que circundan alrededor de la telefonía móvil y su enorme despliegue de posibilidades (cada persona es un terminal digito-cibernético con todas las posibilidades de conexión, información, conocimiento, gestión, comunicación, expansión, participación...); y la onerosa crisis de la última década (no tanto en el sentido de una gran recesión económica, como en el de componente esencial y demostrativo de la eficacia de los recursos y estrategias de autorregulación, fagocitación y perpetuación de los sistemas capitalistas). Los grandes discursos omniexplicativos y dicotomías con las que la ciencia moderna se expresaba, así como los intentos postmodernos de crítica epistemológica, se han extinguido o han dejado de ser pertinentes. Por ejemplo las que explican el patrimonio (último gran fenómeno de catarsis social) en virtud de los pares popular/culto, tradicional/moderno, material/intangible, rural/urbano, o basándose en grandes teorías como las de la identidad social.

De entre las 'preocupaciones' derivadas de lo anterior, ocupa un lugar central el análisis de los modos de vida urbanos –tomados aquí como requisito evolutivo civilizatorio y no como la simple dicotomía habitacional clásica rural/urbano- y los del significado de la ciudad hoy. Las ciudades, en la transmodernidad (Kapfinger; Lootsma; Jameson; Bauman; Zizec...), se han abandonado definitivamente en los brazos de las políticas y de los procedimientos neoliberales. Prefieren proyectarse bajo fórmulas vacías (*smartcities, app hack, makingcity, walkscapes, regaining, multicity design*) de espejismo futurista que afrontar la gravedad de los problemas sociales de manera franca y resuelta. Las velocidades a las que evolucionan la reflexión teórica y el procedimiento metodológico son dispares, y lo más preocupante aún, son paralelas, en el sentido de que difícilmente convergen. Pero fundamentalmente no parecen ser idóneas para desentrañar las perspectivas adecuadas de interpretación de la realidad social. Es apremiante el establecimiento de nuevos marcos teóricos y, como consecuencia, también metodológicos más acordes con la nueva realidad.

¿Cómo investigamos hoy –y bajo qué parámetros- los asuntos de comunicación –o incomunicación- social: tensión, disconformidad, perjuicio, conflicto, segregación, o bien apropiación del espacio, justicia, equilibrio urbano, inmersos como estamos en una revolución sin límites, en una convulsión total, en una desfiguración de los órdenes con que habíamos intentado explicar lo que seguimos llamando realidad?

Palabras clave: Metodologías emergentes - Ciudad - Conflicto

LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD FRENTE A LOS GRANDES PROBLEMAS DE NUESTRO TIEMPO

AUTOR

Javier García López

Universidad a Distancia de Madrid (España)

javier.garcia@udima.es

En la actualidad, la publicidad marca los caminos a seguir a las audiencias para que puedan eliminar o distraer sus dolores sociales, al menos de un modo imaginario o simulado. Multitud de académicos han propuesto que la publicidad es una herramienta de persuasión valiosa para perpetuar el engranaje productivista/consumista, en un contexto de crisis socioecológica creciente. El presente trabajo es un análisis sobre la capacidad que tiene la industria publicitaria de ofrecer condiciones óptimas para el ejercicio de la vida buena. Para ello, como método de estudio y de argumentación, se toma como punto de partida la filosofía práctica. Una filosofía de la acción humana que no descuida los contextos cotidianos y que presta atención a los problemas sociales, culturales y ambientales de nuestros días.

Los resultados del trabajo ponen de manifiesto que la publicidad no es el único mecanismo que tiene a mano el sistema para forjar la visión de no hay salida, pero se configura como un artefacto comunicativo que disimula en sus relatos la intención última de eternizar el régimen de consumo creciente. No obstante, lo que las narraciones publicitarias conllevan no son únicamente efectos en las decisiones de compra de los individuos. Se puede argumentar que la organización social preponderante sostiene un modo de vida que propicia el agotamiento de la naturaleza y de las relaciones sociales tal y como las conocemos.

La industria publicitaria, como una herramienta de seducción importante en manos de entes dominantes, puede agudizar la crisis social, cultural y ecológica en la que vivimos inmersos hoy. Utilizada como una herramienta al servicio de la ciudadanía, la publicidad también podría convertirse en una vía de persuasión en defensa de la socialidad y del medio ambiente. Todo ello abre un camino de reflexión sobre las limitaciones éticas de la publicidad y sobre su relación con la vida buena.

Palabras clave: Publicidad – Vida buena – Crisis socioecológica – Filosofía práctica – Ética

NATURALEZA Y SOCIEDAD, DE LA GLOBALIZACIÓN A LA ESCISIÓN: UNA REVISIÓN CRÍTICA DE LOS CONTENIDOS CURRICULARES SOCIALES EN LA ACTUAL LEGISLACIÓN EDUCATIVA (LOE / LOMCE)

AUTORAS

Antonia García Luque, Guadalupe Romero Sánchez y María de la Encarnación Cambil Hernández

Universidad de Jaén y Universidad de Granada (España)
agalu@ujaen.es; guadalupers@ugr.es y ncambil@ugr.es

En el marco de los actuales cambios legislativos en materia de educación obligatoria en España, a merced de las corrientes políticas e ideológicas (LOMCE), una de las mayores polémicas está relacionada con las modificaciones producidas en la nueva organización de las asignaturas de la Educación Primaria, con la consecuente alteración curricular de las mismas, especialmente en relación a la estructuración y selección de los contenidos. En esta línea, la presente propuesta plantea realizar un análisis de las transformaciones producidas en los contenidos sociales al hilo de la desaparición del área de *Conocimiento del Medio Natural, Social y Cultura*, que ha dado paso a la división de la misma en dos asignaturas troncales diferenciadas: Ciencias de la Naturaleza y Ciencias Sociales. Se realizará un estudio comparativo entre los objetivos, contenidos, competencias y criterios de evaluación relacionadas con las Ciencias Sociales trabajados en la LOE a través del área de *Conocimiento del medio* y la asignatura troncal de Ciencias Sociales de la LOMCE, a fin de realizar una evaluación inicial del impacto que la nueva legislación pueda tener en relación a la educación para la ciudadanía desde un pensamiento crítico.

Para ello, necesariamente hay que realizar en paralelo un análisis de la nueva dirección que ha tomado la cuestionada asignatura *Educación para la Ciudadanía y los Derechos Humanos*, eliminada en la Educación Secundaria y modificada en la Educación Primaria en base a las ideologías de poder dominantes.

Partiremos del cuestionamiento de la asimilación educación-ideología, presente en nuestro país, responsable en gran medida de que las políticas educativas sean políticas ideológicas, así como de la crítica al inestable contexto de nuestro sistema educativo en relación a la calidad de la educación.

Palabras clave: Contenidos Curriculares – Ciencias Sociales – LOE – LOMCE – Política educacional

LA VINCULACIÓN CON EL ENTORNO: COMO PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. CASO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS MÉXICO

AUTORES

Francisco García Matías y Erika Román Montes de Oca

Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México)

fgarmat@yahoo.com.mx

El Sistema de Integración al Medio Rural (SIMR) es un modelo educativo teórico-práctico de formación de los estudiantes dentro de un esquema de participación comprometida con los procesos de desarrollo local (estancia), que alberga en sí un enfoque interdisciplinario, característico del programa de Ingeniería en Desarrollo Rural (IDR). (Plan de Estudios, 2008-2011).

El presente trabajo hace un estudio cuantitativo-cualitativo del curso Sistema de Integración al Medio Rural, donde de acuerdo al plan de estudio vigente (2011) los estudiantes deben desarrollar competencias específicas relativas a Interlocución. (Comunicación mediante la palabra de dos o más personas entre sí. Conversación, diálogo). Liderazgo (Condición de quien se encuentra a la cabeza o dirige un grupo) Visión holística(Compleja, integral, multifuncional, multimodal) Planeación prospectiva estratégica(Pensar o preparar una acción escrita para realizarla en el futuro) Es decir, se pretende obtener evidencias muestren que la meta de formar con las competencias señaladas se está logrando con el proceso docente educativo, y en vinculación con el entorno como lo plantea el PE. Respecto a las competencias estas “se entienden como la capacidad que tiene una persona de seleccionar, movilizar, gestionar sus disposiciones(habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos) y los recursos materiales que se requieren para ejercer las habilidades o destrezas, o bien resolver problemas en un campo determinado, o satisfacer necesidades y cumplir interese en un contexto dado” (Modelo universitario, 2010:32 y 33).

La recogida de datos se llevó a cabo en la segunda generación, (2008-2012) casi a la totalidad de estudiantes por medio de técnicas cuanti-culitativas como la observación y la encuesta, con un enfoque etnográfico que propone Woods (1987) y el estudio de caso de Stake (1999). Para el tratamiento de los datos obtenidos se usó el programa de Excel de office 2010, las variables de contraste fueron las competencias propuestas en el SIMR.

De ello se obtienen como ejemplo que se les solicitó opinión sobre la percepción positiva o negativa de formación en el SIMR a lo que el 40% considera que es muy buena, otro 40% mencionó que fue buena y 15% que fue suficiente. Por otra parte el 95% mencionan que el SIMR es indispensable en la formación como Ingeniero en Desarrollo Rural (IDR), de igual forma el 100% señala que se refuerzan valores y también se forman de manera integral. De la observación se obtiene que desarrollaron actividades de gestión de recursos ante instancias oficiales como vacunas y bacterinas para campañas zoonosanitarias, participaron en actividades educativas con estudiantes de nivel básico entre otras.

Palabras clave: Evaluación- Integral-Competencias - Vinculación

**LA TELEVISIÓN PRIVADA EN REINO UNIDO:
ACERCAMIENTO AL ESTILO DE CANAL
DE INDEPENDENT TELEVISION Y CHANNEL 4 (2004-2014)**

AUTORA

Silvia García Mirón

Universidad de Vigo (España)

silviamiron@uvigo.es

La producción televisiva inglesa se ha configurado y diferenciado en el mercado europeo con un estilo único y distintivo, especialmente en lo que se refiere a su producción de ficción seriada, desde la inacabable *soap opera Coronation Street* a series históricas de emisión actual como es el caso de *Downton Abbey*, *Shameless* o *Black Mirror*, que han tenido su protagonismo y significativa aceptación por parte de la audiencia en España. De este modo, pretendemos realizar un análisis de los contenidos y estrategias programáticas utilizadas por las principales emisoras de titularidad privada en el país británico: Independent Television (ITV) y Channel 4. El periodo de estudio se configura entre 2004 —año en el que se produce la consolidación empresarial de ITV dejando de ser un compendio de franquicias independientes y pasando a ser propiedad de cinco compañías, de las cuales dos, Carlton y Granada, se habían convertido en las principales propietarias— y 2014. Así, observaremos la evolución experimentada en los últimos diez años por los canales señalados en su franja horaria de máxima audiencia (que para el mercado inglés se establece entre las 18:00 y las 23:00 horas).

El principal objetivo de la investigación consiste en la realización de un análisis del estilo corporativo y especialmente programático de la televisión privada en Reino Unido, al tiempo que consideramos adecuado realizar una comparativa entre España y Reino Unido con el objetivo de observar diferencias y similitudes entre uno y otro mercado y poder, así, confirmar o refutar la hipótesis en la que señalamos que la cultura de un país ejerce una influencia clave en los contenidos y estrategias programáticas de una emisora. Con una lengua y realidad política diferente pero con ciertos puntos de enlace como la fuerte influencia americana en la televisión (especialmente en los contenidos de ficción) y la inclusión de otros formatos de origen europeo (en concreto de la mano de los *reality shows*) hacen que este tipo de comparativa España-Reino Unido resulte de relevancia para el conocimiento de nuestra propia realidad televisiva.

El diseño metodológico se plantea a través de un análisis de contenido a partir de la información incluida en el documento base de la investigación: las parrillas de programación. Atenderemos, principalmente, a la diferenciación del programa por hora y género al que pertenece, tratando de delimitar los principales géneros utilizados en el *prime time* de la televisión inglesa, así como la observación directa de las estrategias de programación que predominan en dicha franja horaria. Por último, buscaremos la solidez de la investigación, a través de la comparación analítica, desarrollando la obtención de conclusiones a partir de la observación y comparación con otros casos (Coller, 2000: 50-51), es decir, con el estilo programático de otras emisoras televisivas, en concreto las principales privadas españolas (Antena 3 y Telecinco).

Palabras clave: Reino Unido - Series de televisión - Cadenas privadas - Comparación con España - Diferencias culturales

MARCA PERSONAL: APLICACIÓN DEL MAPA MENTAL AL ANÁLISIS DEL AUTOCONCEPTO, LA IMAGEN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

AUTORAS

Eva García Montero y Marián de la Morena Taboada

Universidad Camilo José Cela (España)

egarmo@ucjc.edu y Mmorena@ucjc.edu

En múltiples estudios y obras relacionadas con la creación de marca personal se presta atención a las diferentes etapas para la construcción de la misma. Usualmente se plantea una primera etapa de autoconocimiento en la que el sujeto tiene a su alcance múltiples herramientas para detectar sus fortalezas, así como sus debilidades, y la oportunidad de convertir las segundas en las primeras. En este trabajo proponemos el uso o aplicación de una herramienta concreta en esta etapa de autoconocimiento: el mapa mental. Para ello, además del análisis teórico, hicimos una experiencia de aula en el curso 14-15 entre los alumnos del máster de Dirección de Comunicación Corporativa que gestiona el EAE junto a la Universidad Camilo José Cela.

El mapa mental como herramienta de análisis la planteó originalmente Toni Buzan. A grandes rasgos se trata de la plasmación de una serie de datos o información relacionada con un tema de una manera no lineal. El recurso a la simultaneidad, la asociación, así como las posibilidades gráficas del mapa mental lo convierten en instrumento idóneo para sacar las potencialidades del cerebro en su conjunto. Diseñar un mapa mental requiere de la participación del cerebro lineal, racional y del cerebro emocional o asociativo. Entendemos, por tanto, que utilizar este recurso para el análisis de nuestro concepto personal (“autoconcepto”) posibilitará una visión del mismo desde diferentes perspectivas y se aproximará a la complejidad del constructo.

El concepto de marca personal definido como el conjunto de atributos de cada individuo que le sirven para diferenciarse de los demás nos remite directamente a la percepción que los demás tienen de dichos atributos. No podemos considerar la marca personal de una manera aislada pues tiene su razón de ser en la percepción que tienen los demás. Así, lo importante en la construcción de la marca personal no es sólo sacar lo mejor de nosotros mismos, sino ser capaces de comunicarlo, que los demás nos valoren. De esta manera parece coherente que el análisis de nuestro autoconcepto se vea complementado con una investigación acerca de la imagen que tienen los demás de nuestros atributos. El recurso al mapa mental no nos constriñe en ese aspecto ya que el mapa mental como herramienta permite el análisis colaborativo de la información. En nuestro trabajo de campo se cogieron dos grupos de alumnos (43 y 39 alumnos respectivamente) se les dio formación teórico-práctica acerca de cómo construir mapas mentales, después se les pidió que analizaran su autoconcepto usando la técnica del mapa mental. Se les sugirió que contemplaran una serie de ramas básicas (fortalezas, debilidades, oportunidades,...) después, el mapa mental personal pasaba al resto de sus compañeros que lo iban complementando en función de la percepción que ellos tenían de los atributos que se planteaban, se trabajaba en grupos de 3 o 4 personas) finalmente se consensuaba en grupo cuál es atributo de imagen principal o cuál debería potenciarse para que lo fuese.

En conclusión, nuestra comunicación pretende poner de manifiesto la utilidad del mapa mental en el análisis del autoconcepto y la imagen que los demás tienen de nuestros atributos con el fin de construir de manera colaborativa nuestra marca personal.

Palabras clave: Imagen - Marca personal - *Branding* - Autoconcepto - Mapa mental

LA METODOLOGÍA MIXTA EN LAS INVESTIGACIONES EN CIENCIAS DE LA SALUD. RETOS Y EMERGENCIAS

AUTORA

Rosa García Orellán

Universidad Pública de Navarra (España)

rosa.garcia@unavarra.es

El Grado de Enfermería en España tiene un recorrido muy corto, entre el 2010 y 2011 ya se implanta plenamente en nuestras universidades, hasta este momento es una formación de diplomatura y para acceder al grado y postgrado era preciso optar por otras disciplinas. A diferencia de otros países como Canadá, Brasil o Colombia, por citar algunos, donde el postgrado en enfermería tiene un consolidado recorrido.

El objetivo de esta presentación es mostrar los retos en los que nos sumergen las investigaciones en ciencias de la salud y concretamente en enfermería, que aplica la metodología cualitativa junto a una metodología cuantitativa. Es por ello que desarrollaré las características de cada una de las metodologías aplicadas. El segundo objetivo de este trabajo es profundizar en la metodología cualitativa centrándome en dos aspectos que considero fundamentales: la observación participante o etnografía y la perspectiva biográfica. Ambos métodos abiertos a diferentes proposiciones teóricas epistemológicas según el tema objeto de estudio en el que nos estamos sumergiendo.

La observación participante o etnografía, es una técnica de recogida de información que consiste en observar a la que vez que participar en el grupo que se está investigando. Según Oscar Guasch, (2002) el primer antropólogo que estructuró la observación participante fue Bronislaw Malinowsky. En el campo de la práctica socio sanitaria, llegan a formularse las preguntas de qué investigar, por qué investigar.

Es decir el tema de investigación aparece constantemente. Aquí reflexionaremos sobre la observación participante y los dilemas éticos. Otro elemento de profundización metodológica es el trabajo de la perspectiva biográfica Daniel Bertaux, (1980). Mediante este término englobamos todo un proceso de observación y de reflexión que aplicamos a lo largo de la recogida de relatos de vida. El análisis del sujeto/objeto está presente, es decir la persona investigadora es consciente de que su informante también está mediado en su relato por la relación que establece con el investigador.

Las narrativas que recogemos, además, se pueden analizar usando diferentes propuestas teóricas, entre las que destacaría, por su gran incidencia en el campo de los estudios de la salud, la teoría de las emociones. En este sentido, destaco el sugerente concepto de Barbara Rosenwein de “comunidades emocionales”, que nos puede llevar a nuevas interpretaciones y análisis de temas como el aborto o el duelo.

Como reflexión final, mostrar que no resulta suficiente argumentar un trabajo de investigación en base a propuestas metodológicas, sino que es preciso reflexionar en las herramientas teóricas con las que analizamos los datos.

Palabras clave: Enfermería - Metodología de investigación mixta - Observación participante - Perspectiva biográfica

ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE TWITTER DE LOS PRINCIPALES CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE ARAGÓN DURANTE LA CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS DE 2015

AUTORA

Carmela García Ortega
Universidad San Jorge de Zaragoza (España)
cgarcia@usj.es

La presente investigación forma parte de la actividad del grupo de investigación “Comunicación, Periodismo, Política y Ciudadanía”, reconocido como consolidado por el Gobierno de Aragón y financiado por éste (código S-101).

El trabajo propuesto se enmarca en el ámbito de la comunicación política y, más concretamente, en la línea de las investigaciones que pretenden conocer el uso que los políticos hacen de Twitter en campaña electoral. La investigación se centra en el ámbito aragonés y analiza las cuentas de los cabeza de lista de los partidos más votados en las pasadas elecciones autonómicas del 24 de mayo de 2015: Luisa Fernanda Rudi (Partido Popular), Javier Lambán (PSOE) y Pablo Echenique (Podemos).

La metodología utilizada en la investigación es el análisis de contenido cuantitativo. Mediante la aplicación de un código de análisis a todos los tweets publicados por los tres candidatos entre el 8 y el 24 de mayo de 2015 se pretende descubrir, por un lado, si Rudi, Lambán y Echenique utilizaron Twitter para dialogar con otros usuarios de esta red social y, por otro lado, cuáles fueron los temas más presentes en las cuentas de los tres políticos. Es decir, interesa descubrir si los candidatos objeto de estudio utilizaron Twitter como “tablón de anuncios” de sus actos de campaña o si, por el contrario, aprovecharon la capacidad dialógica de esta red social. Asimismo, se pretende averiguar cuáles fueron las cuestiones de las que más se ocupó en Twitter cada uno de los candidatos durante la campaña y si esos temas coinciden, o no, con los asuntos que, según las encuestas de opinión, más preocupan a los ciudadanos.

Palabras clave: Comunicación política – *Twitter* – Elecciones autonómicas 2015 – Aragón

REPUTACIÓN MEDIÁTICA COMO INTANGIBLE DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS: EL CASO DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE ESPAÑA

AUTOR

Álvaro G. García Pabón

Universidad Complutense de Madrid (España)

alvarogg@ucm.es

En esta comunicación se presenta una investigación que está enmarcada bajo los parámetros que conciernen al campo de los intangibles dentro del sector público, tema del cual, se desprenden, conceptos afines que vienen trazados desde algunas disciplinas como son las relaciones públicas, la comunicación de las instituciones públicas y en si, la comunicación de las organizaciones.

Dentro del tema de intangibles en el sector público, se estudiará la reputación mediática de una organización pública, el concepto de reputación mediática, entendido desde la definición de Deephouse como “la evaluación global de una organización tal y como se muestra en los medios” (2000:1097). Para ello, se investiga en primer lugar y a modo de diagnóstico, el carácter estratégico a nivel de comunicación de la oficina de Gabinete de Prensa del Instituto Nacional de Estadística de España, a través de una entrevista en profundidad al encargado de dicha área y en segundo lugar, se procede a realizar un análisis de contenido, a través del examen minucioso de los principales periódicos nacionales, durante un periodo de tiempo determinado y con ciertas variables y valores establecidos. Esto permite poder hacer cruces de información, contrastar entre lo que se quiere proyectar desde la organización y lo que realmente se proyecta, obtener resultados generales, dar conclusiones y posibles aportaciones.

Siendo así, se revisa un marco teórico-conceptual pertinente, cohesionado y que ponga además, en contexto al lector, sobre los términos que debe conocer para comprender esta investigación, dicha revisión, combinando varias teorías entre si. Se pretende develar el tipo de comunicación que proyecta una institución pública y que se verá reflejada en la reputación mediática de la misma. Se analizan una serie de atributos; el sentido de la atribución de los mismos, la intensidad, el atribuyente, el carácter de la aparición del INE (episódico y/o temático), entre otros.

Como resultado de esta investigación, a rasgos generales, se ha comprobado que el Instituto Nacional de Estadística de España tiene una reputación mediática neutra e ideal de acuerdo a las conceptualizaciones al respecto, hechas por algunos autores especialistas en comunicación dentro de las organizaciones públicas, como lo son la finlandesa Vilma Luoma-aho y la española María José Canel Crespo, entre otros.

Palabras claves: Reputación mediática - Intangibles en el sector público – Comunicación de las organizaciones públicas – Comunicación institucional – Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA DOCENCIA VIRTUAL

AUTORES

Pedro Antonio García Ramiro y M^a Salud González Melero
Universidad de Jaén y Servicio Andaluz de Salud (España)
pgramiro@ujaen.es y mariasalud@me.com

Las innovaciones tecnológicas han supuesto para el aprendizaje el aumento de entornos virtuales y nuevas formas de transferencia del conocimiento. Durante los últimos años, las comunidades universitarias han dedicado grandes esfuerzos para integrar nuevas tecnologías a fin de mejorar sus procesos de aprendizaje. La gran mayoría de universidades europeas han comenzado procesos de implantación de nuevos métodos de enseñanza y aprendizaje apoyados en este tipo de tecnologías, tanto en proyectos educativos virtuales como en proyectos semipresenciales. La aplicación de la virtualidad de la docencia puede darse en diferentes proporciones en las que se combina con la educación presencial. La proporción en la que las universidades emplean la docencia virtual varía desde el soporte a la educación presencial hasta convirtiéndose en un sistema completamente virtual.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han convertido en la actualidad en los instrumentos para la difusión de la información y el proceso de comunicación vinculados al proceso de enseñanza-aprendizaje. Las plataformas de docencia son ambientes de aprendizaje, donde convergen docentes y estudiantes, a los que debe exigirse el cumplimiento de criterios de excelencia en función de cada una de las propiedades que lo componen.

Existe un interés creciente sobre la necesidad de establecer criterios comunes de la calidad de la educación virtual ya que el aumento de entornos virtuales y su variabilidad ha llevado, en muchos casos, a replicar los sistemas tradicionales de evaluación de la calidad de la educación superior presencial a la docencia virtual. Desde la premisa de que la docencia virtual posee características propias, la evaluación de la calidad no puede reducirse a los mismos criterios que la educación presencial sino que requiere de nuevos criterios y metodologías de evaluación. La evaluación de la calidad virtual se encuentra en continua evolución debido a la rápida adaptación del uso de las tecnologías en las instituciones educativas.

El objetivo del presente trabajo es analizar las dimensiones y criterios principales de evaluación de la calidad de la docencia online contribuyendo de este modo, desde un punto de vista metodológico, a la elaboración y validación un modelo de evaluación de la calidad de entornos virtuales de aprendizaje que permita establecer modelos comparables en el EEES mediante la elaboración de guías y protocolos de evaluación como elementos necesarios para la acreditación de la docencia virtual.

Palabras clave: Evaluación de la calidad - Contenidos Virtuales - Docencia *Online*

LOS PUNTOS CARDINALES DEL CIBERESPACIO EN LOS SITIOS WEB DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ESPAÑOLES

AUTOR

Daniel Francisco García Rosales

Universidad Complutense de Madrid (España)

dani_garcia_rosales@hotmail.com

Los sitios web de los partidos políticos españoles muestran un diferente grado de aprovechamiento de los cuatro puntos cardinales que caracterizan el ciberespacio: la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la actualización. La presente investigación pretende analizar el grado de aprovechamiento de estos puntos cardinales, para apuntar las tendencias y los caminos a seguir por los partidos políticos en el ámbito de la comunicación digital en los próximos años.

Pérez Martínez (2009) apunta la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización como características e indicadores de la dinámica de los modelos de comunicación en línea. De hecho, “en cuanto a las características principales del nuevo medio, parece haber un acuerdo en la comunidad científica en que son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad” (Díaz Noci, 2008, p. 57). Y añade a continuación otros aspectos como la renovación continua de información, equivalente a la actualización. Además, “la mayor o menor inclusión de elementos hipertextuales, interactivos o multimedia se interpreta como signo del nivel de evolución de los medios en la red: los medios con menor aprovechamiento de esos elementos se describen como más rudimentarios, en tanto que los más ricos en ese tipo de recursos se presentan como más avanzados” (Salaverría, 2005, p. 517).

El desarrollo tecnológico y estas características que brinda Internet permiten incrementar el nivel de participación ciudadana en los asuntos políticos. Pero, “la interactividad, así como la hipertextualidad y la multimedialidad, no se hace presente sólo porque la tecnología lo permita. El medio tiene que propiciarla, tiene que habilitar los canales apropiados para que florezca” (Rost, 2007, p. 384). López García (2005) arguye que cuanto mayor sea el nivel de aprovechamiento de cada uno de estos cuatro puntos cardinales, mayor será, consecuentemente, el dinamismo del sitio web.

En un contexto en el que la convergencia tecnológica ha provocado la posibilidad de ofrecer recursos cada vez más diversos en este tipo de páginas web, los partidos políticos han de considerar y aprovechar estas nuevas tendencias. La evolución de Internet en los últimos años, el consecuente incremento de los espacios digitales y el progresivo aumento del número de usuarios que disfrutan y hacen uso de las nuevas tecnologías, generan una necesidad de adaptación a estas características en los sitios web de los partidos políticos españoles.

Palabras clave: Comunicación política – Comunicación digital – Partidos políticos – Sitios web

ANÁLISIS DE LA INTERACTIVIDAD EN LAS NUEVAS PLATAFORMAS DE LAS TELEVISIONES AUTONÓMICAS DE NUEVA GENERACIÓN

AUTOR

Manuel García Torre
Universidade da Coruña (España)
manuel.garcia.torre@udc.es

Los medios de comunicación tradicional se han tenido que adaptar, por un lado, a los caminos a la hora de difundir sus contenidos y por otro, a la transformación de la audiencia. Con la aparición de Internet y los dispositivos móviles, se ha pasado de una pantalla a la multipantalla, de una audiencia pasiva a una audiencia activa y de ver lo que la tv emite en un momento concreto, a elegir lo que se quiere ver, donde y cuando el usuario quiera.

En esta investigación se plasman las herramientas interactivas que se le ofrecen a la audiencia en las nuevas plataformas, esto es, páginas web y aplicaciones móviles de las televisiones autonómicas de nueva generación, que son las que se han puesto en marcha durante el año 2000 y a partir de este: Televisión de Castilla-La Mancha, IB3 Televisió, Aragón Televisión, Televisión del Principado de Asturias, Televisión Región de Murcia y Canal Extremadura. Todas ellas forman parte de Forta (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos) a excepción de Canal Extremadura que firma acuerdos puntuales con esta Entidad.

La metodología desarrollada utiliza técnicas cuantitativas realizando un análisis formal de las páginas web y aplicaciones móviles objeto de estudio, utilizando una ficha diseñada por el autor donde se profundiza sobre las opciones de interactividad en las nuevas plataformas. Dicha ficha está compuesta por ítems como “Comunidad virtual”, “Disponibilidad de blogs”, “Posibilidad de hacer comentarios”, “Valorar”, “Compartir noticias, vídeos,...”, “Encuestas” o “Formulario de contacto”.

Las televisiones analizadas cuentan en sus páginas web y aplicaciones móviles con herramientas interactivas, pero son pocas las que hacen una apuesta clara por el nuevo papel de la audiencia. En los portales web, todas ofrecen forma de contacto con la Corporación pero son escasas las que permiten que el usuario envíe contenido como textos, fotografías o vídeos.

Las televisiones autonómicas de nueva generación, tienen por delante el reto de adaptarse a las demandas de los usuarios en las nuevas plataformas.

Palabras clave: Páginas web – Aplicaciones móviles – Televisiones autonómicas – Interactividad

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA. EL CASO DE UNA ENTIDAD EDUCATIVA SUPERIOR

AUTORA

Esperanza García-Uceda
Universidad de Zaragoza (España)
mariola@unizar.es

Actualmente, la gestión de la comunicación interna en las organizaciones se caracteriza por su carácter global, así como también, multipropósito. Es utilizada como una herramienta clave en distintos ámbitos de la empresa, desempeñando un papel primordial en los distintos procesos que pueden darse en el seno de la misma: procesos de cambio en las organizaciones, refuerzo del papel de liderazgo de equipos, difusión de la cultura y valores de la organización, entre otras.

En las empresas del s. XXI, es necesario que se entienda que la información que no se comparte pierde su poder (Velasco, 2012). Existen nuevos modelos y plataformas de transmisión de información en los que la instantaneidad y la interacción es la base del modelo comunicacional actual. Los mensajes se envían y reciben de forma inmediata y si además, se generan de forma transparente, participada y colaborativa garantizan una mayor involucración y transformación social. En este contexto, el objetivo que nos proponemos con este trabajo es mejorar la gestión de la comunicación interna de una Institución educativa privada aragonesa, un centro de formación superior, con diez años de antigüedad. La población diana es el personal docente e investigador -54 profesores que desarrollan su actividad en el Grado de Fisioterapia y presentan distintas relaciones contractuales con la Organización educativa- y Personal de administración.

Para conseguir este objetivo primero se identifica la red secreta de relaciones, esa red subterránea que se arma paralelamente a las estructuras oficiales, y que determina mucho de lo que pasa a nivel del poder y de las relaciones interpersonales. Segundo se valora si existen subgrupos o posibles rupturas en el mismo. Por último, se detectan los líderes informales o empleados claves en la organización, esto es, personas que probablemente sin saberlo por sus competencias y habilidades están actuando o pueden hacerlo como “Líderes sociales 2.0”. Son posibles influenciadores que tras un proceso de formación permitirían a medio plazo implementar una red social corporativa (comunicación 2.0). Un sistema abierto y multicéntrico que a través de intercambios potenciaría recursos e idearía alternativas novedosas para la resolución de problemas (Dabas, 2001).

Como metodología se utiliza el Sociograma. Un procedimiento de análisis que permite conocer las relaciones que se establecen en un equipo de trabajo, tanto de trabajo, de amistad como de influencia (Ibarra, 1992), y sobre las que poder basar la configuración del “organigrama informal” (Molina, 1995). Se elabora un test sociométrico a partir del trabajo realizado con un grupo de expertos.

Por último, en este trabajo se pone de manifiesto el potencial que representa gestionar estratégicamente la comunicación interna de una organización. Cómo identificar la red informal y valorar el posible paralelismo o desequilibrio existente entre la misma y la red formal permite conocer las verdaderas relaciones que se dan en un grupo para mejorar las relaciones interpersonales y beneficiar el buen clima interno. Esta experiencia puede servir de referencia a otras entidades interesadas en la creación de una red capaz de detectar y potenciar el talento, el sentimiento de pertenencia y la integración de sus equipos.

Palabras clave: Comunicación interna - Organigrama informal - Líderes sociales 2.0 - Relaciones informales - Test sociométrico

EL CONTEXTO COMUNICACIONAL DE LOS MOOC

AUTORA

M.ª Isabel Garrido Gómez
Universidad de Alcalá (España)
misabel.garrido@uah.es

En general, las TIC en las enseñanzas del Derecho ayudan a que la docencia abarque la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes básicas de una forma nueva no conocida anteriormente. Pero, para llevar a cabo esta nueva modalidad de enseñanza-aprendizaje, los profesores nos debemos valer de nuevos instrumentos comunicativos que sean más acordes con las nuevas exigencias del Espacio Europeo de Educación Superior.

En este sentido, entre los nuevos modelos que han surgido en los últimos años ocupan un destacado lugar los MOOC, los cuales aportan una auténtica revolución en el sector comunicacional. Sus fortalezas son muchas y, entre ellas, cabe destacar la autonomía de los participantes, la ilimitabilidad espacial, la democratización educativa o la formación de redes sociales.

Desde la perspectiva indicada, la información es universal y está abierta a toda persona interesada, ya pertenezca al ámbito académico o no, lo que potencia la igualdad real en el plano educativo. Lo único que se necesita es tener interés por aprender nuevas realidades, a lo que hay que añadir la participación y colaboración activas del usuario tratando de construir conocimientos mediante las conexiones entre el contenido y las personas registradas en el curso, y mediante conversaciones entre iguales alrededor de un cronograma.

Es consecuencia, se trata de establecer una comunicabilidad a distancia accesible por internet al que se puede apuntar cualquier persona, y prácticamente no tiene límite de participantes. Además de los materiales de un curso como estamos acostumbrados a conocer, los MOOC proporcionan foros que permiten conformar una comunidad de interacción entre estudiantes y profesores.

Se trata de un trabajo autodirigido e informal desarrollado en red, el cual puede seguirse una vez terminada la duración del curso contribuyendo a la democratización de la educación. Suele tratarse de una implementación dinámica y motivadora que despierte el espíritu crítico, estimando al director del curso como un cuidador de contenidos y orientador del proceso de aprendizaje.

Palabras clave: Docencia - MOOC - Comunicación virtual

ADICCIÓN AL *SMARTPHONE*: UN ESTUDIO CUALITATIVO CON NATIVOS DIGITALES DE 12 A 16 AÑOS

AUTORAS

Sandra Gaspar Herrero y Victoria Cuesta Díaz

Universidad Complutense de Madrid y Hospital Quirón de Madrid (España)

sgasparherrero@ucm.es y victoria.cuesta.diaz@gmail.com

El *Smartphone* es un objeto indispensable en la vida de los “nativos digitales”. Existe un alto riesgo de “uso excesivo” por su parte.

En anteriores investigaciones (Cuesta y Gaspar, 2013) se ha profundizado en las bases motivacionales que subyacen a esta conducta. En esta ocasión se trata de hacer un análisis en profundidad de dichas motivaciones entre una muestra de sujetos “nativos digitales” (Ahn y Jung, 2014) con el objetivo de: (1) identificar posibles “patrones de conducta” y (2) analizar la posible evolución con la edad de dichos patrones.

Se han empleado técnicas cualitativas de investigación consistentes en la realización de cuatro “focus group” (Lapointe, Boudreau-Pinsonneault y Vaghefi, 2013). Cada uno de los grupos de discusión se realizó en uno de los cuatro cursos de ESO (Educación Secundaria Obligatoria). De este modo se estudiaron sujetos de 12-13 años (G1), 13-14 años (G2), 14-15 años (G3) y 15-16 años (G4). Se ha analizado el “imaginario colectivo” así como los “*insights*” en cuanto al uso del *smartphone*. Se debatieron cuestiones relacionadas con los motivos, tipos de uso y empleabilidad (apps, widgets, juegos) del *smartphone* por parte de los jóvenes. Se analizaron los momentos, tiempo y tipo de relación con sus iguales a través del Smartphone así como la conducta de sus padres en relación con el objeto de estudio.

Los resultados parecen indicar que se observan tendencias de uso del *smartphone* coincidentes con rasgos de personalidad: impulsividad, sociabilidad, excitabilidad, etc.; así como con ciertas “*trends*” en cuanto a aplicaciones o juegos relacionadas con el entorno del colegio. Se observan diferencias evolutivas con respecto a los motivos y tipos de uso. A su vez, se analizan las convergencias y similitudes de este aspecto entre los cuatro grupos.

Los resultados indican que parece existir una baja percepción de riesgo ante un uso abusivo del *smartphone*. Sin embargo, al profundizar más en las motivaciones “implícitas” (poco accesibles a la conciencia de los sujetos) se detecta que perciben un uso excesivo del *smartphone*, así como mayores niveles de ansiedad. Los resultados se interpretan dentro del marco teórico de rasgos de personalidad y uso del *smartphone* en línea con las propuestas de James, Pullig y Manolis (2015) y Pearson, Hussain (2015).

Palabras clave: Adicción *smartphone* – Nativos digitales – Redes sociales - Psicología comunicación

EL ÁMBITO DE LA NO FICCIÓN INTERACTIVA Y TRANSMEDIA. APROXIMACIÓN A CUATRO FORMAS DE EXPRESIÓN NARRATIVAS

AUTOR

Arnau Gifreu Castells

Massachusetts Institute of Technology (Estados Unidos) y Universidad de Vic (España)

agifreu@mit.edu

En este trabajo pretendemos estudiar el concepto de "no ficción" aplicado a los medios audiovisuales en tres formas de expresión narrativa específicas: el audiovisual lineal, el audiovisual interactivo y el audiovisual transmedia, poniendo especial énfasis en las dos últimas formas. El término "no ficción", utilizado por diferentes teóricos del cine, se ha presentado como un macrogénero que engloba formas muy diversas de expresión como las propias del documental, el periodismo, el film ensayo, las películas científicas o de investigación, el vídeo con fines específicos, los materiales educativos o el ámbito expositivo, entre otras. Los objetivos de este trabajo son cartografiar el territorio de la no ficción interactiva y transmedia, analizar las intersecciones y combinaciones entre los diferentes géneros y formatos, estudiar las relaciones entre determinadas formas propias de la ficción y de la no ficción, y diseñar una herramienta metodológica –modelo analítico– con el objetivo de analizar y producir obras de no ficción interactiva y transmedia.

Nuestra hipótesis de partida se basa en considerar que el campo de la "no ficción" permite experimentar, construir y deconstruir discursos, formatos y lenguajes, siendo una disciplina casi sin colonizar, sin categorizar, que la hace particularmente apta para acoger planteamientos creativos de largo alcance e impacto social. Si bien es cierto que algunos autores han avanzado en el estudio de los modos de expresión audiovisuales de no ficción (Català, Meran Barsam, Nichols, Weinrichter, etc.), aún no se ha efectuado una investigación extensa que se focalice en el campo de los nuevos medios. Nos interesa estudiar, analizar y reflexionar sobre estas nuevas formas narrativas ya que los resultados pueden incidir decisivamente en la calidad, comprensión, lectura e impacto de estas obras como nuevo lenguaje audiovisual. El interés del estudio podría generar herramientas para la creación, producción y promoción de narrativas audiovisuales de no ficción con posibles aplicaciones en diversos ámbitos tales como la televisión, educación, cultura, comunicación política, etc.

A nivel metodológico, en primer lugar realizaremos una aproximación a las formas de expresión narrativas de no ficción interactiva y transmedia que consideramos más importantes en la actualidad: documental, periodismo, formatos educativos y museografía. De cada área elegida se analizará una muestra significativa de 4 proyectos. En segundo lugar, con la muestra inicial de 16 proyectos se realizará un análisis comparado con el objetivo de obtener evidencias de sus peculiaridades y para detectar si utilizan recursos propios de otros géneros o formatos. La metodología cualitativa específica a seguir, a grandes rasgos, es la siguiente: 1. Caracterización–Marco teórico (revisión bibliográfica, estado del arte y desarrollo de cada área); 2. Diseño y desarrollo de un modelo de análisis y aplicación sobre la muestra; 3. Análisis comparado; 4. Detección de posibles intersecciones entre las cuatro formas de expresión estudiadas. A nivel indicativo, algunas obras para su estudio y análisis podrían ser: *Highrise* (2009-2015) y *Do not track* (2015) –documental; *Snowfall* (2013) y *NSA Files Decoded* (2014) –periodismo; *The Elements* (2014) y *Las Sinsombrero* (2015) –campo educativo; y *Monet 2010* (2010) y *MediaPro Exhibitions* –museografía.

Palabras clave: No ficción interactiva – Documental – Periodismo – Educación – Museos

CREACIÓN Y UTILIZACIÓN DE APLICACIONES INTERACTIVAS COMO FÓRMULA DOCENTE EN EL AULA

AUTOR

Arnau Gifreu-Castells

Massachusetts Institute of Technology (EE.UU.) y Universidad de Vic (España)

agifreu@mit.edu

Este trabajo propone algunas estrategias de innovación docente a partir del uso de proyectos interactivos divulgativos en tres instituciones educativas (y contextos) específicas: la escuela (educación primaria), el instituto (educación secundaria) y la universidad (educación superior). En primer lugar, se realiza una introducción a los distintos paradigmas educativos, destacando las aproximaciones constructivistas y construccionistas pedagógicas actuales. En segundo lugar, se analizan varias obras y referentes en relación a la innovación docente desde la forma. A continuación se diseña una propuesta de modelo analítico con el objetivo de detectar y caracterizar un conjunto de innovaciones docentes que la forma de expresión audiovisual interactiva y transmedia posibilita, para focalizarnos en cinco plataformas y/o aplicaciones que se han desarrollado en los últimos años con estos propósitos: *MetamentalDOC* (Uvic-UCC, 2010), *2puntllibre* (ERAM-UDG, 2013), *COME/IN/DOC* (Espill Media, 2014), *Interactivos de la Marató de TV3* (Espill Media y Ask Yourself, 2013-2014) y *Las Sinsombrero* (intropiaMedia, 2015). Los objetivos del trabajo son caracterizar nuevas prácticas docentes que incidan en la forma de transmitir el conocimiento, detectar procesos de innovación en la forma y el contenido, y proponer nuevas estrategias a la hora de impartir docencia. Nuestra hipótesis de partida sostiene que los estudiantes que utilizan en su proceso formativo estas nuevas herramientas, plataformas y metodologías aumentan sus notas y el nivel de satisfacción en general de la docencia recibida.

Algunos autores de diferentes campos de investigación han señalado la necesidad de un nuevo paradigma en la educación (Cobo, Pardo y Scolari, 2011; Piscitelli, 2009; Prensky, 2001; Salaverría, 2003). En la línea de las teorías constructivistas pedagógicas actuales (Piaget), la Enseñanza orientada a la acción con sus teorías de la actividad (Vygotski y Leóntiev) o la teoría del *Learning by doing* (Dewey y Heard Kilpatrick), la narrativa interactiva y transmedia podría representar una posible solución para aumentar la motivación de los estudiantes –niños, adolescentes y adultos–, mediante la mezcla de la narración y el contexto de información/conocimiento. La narrativa interactiva permitiría al alumno cuatro procesos clave en la lógica constructivista del aprendizaje: navegar/jugar (jugador), visionar/observar (observador), leer/aprender (estudiante), y finalmente contribuir/compartir (colaborador).

En la actualidad, los estudios de caso analizados son utilizados por profesores y estudiantes de diferentes colegios, institutos y universidades con el fin de experimentar con nuevas metodologías de aprendizaje y modelos de enseñanza en España. Estos proyectos son usados en aulas de escuelas catalanas (*Interactivos La Marató TV3*), en institutos españoles (*Las Sinsombrero*), y en universidades como complemento de asignaturas de cine y multimedia (Uvic-UCC, UDG, ESCAC). Se invita a los estudiantes a ver primero recursos audiovisuales, navegar y jugar con la plataforma interactiva para descubrir documentos y hacer ejercicios, aprender la lección de una manera divertida y diferente y compartir la experiencia, el contenido y el conocimiento con otros compañeros de clase. Creemos que la manera de enseñar a los jóvenes estudiantes a partir de los nuevos medios pasa por diferentes nuevas aplicaciones y plataformas que se adaptan más a sus necesidades y ritmos vitales actuales.

Palabras clave: Educación – Innovación docente – Aplicaciones interactivas – Participación – Ludificación

COORDINACIÓN DE TRABAJOS FIN DE GRADO EN ENTORNOS EDUCATIVOS ONLINE. ANÁLISIS DE EXPERIENCIA EN LA UNIVERSIDAD ISABEL I

AUTORES

Manuel Gil Mediavilla, Antonio Segura Marrero, Adolfo Sánchez Burón y Olaia Abadía García de Vicuña

Universidad Isabel I (España)

manuel.gil@ui1.es, antonio.segura@ui1.es, adolfo.sanchez@ui1.es y olaia.abadia@ui1.es

Uno de los retos a los que se enfrentan los Centros de Educación Superior consiste en la puesta en práctica de metodologías innovadoras que promuevan la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. La incorporación en el entorno educativo universitario de diversos y novedosos instrumentos -como las herramientas que nos proporciona la web 2.0 o web social- posibilita formas de enseñar y aprender más eficaces y ofrece a los estudiantes un amplio abanico de posibilidades para sacar partido a sus capacidades y potenciar el desarrollo de competencias útiles para su desarrollo personal y profesional.

Este reto innovador no debe ceñirse a los aspectos puramente académicos, sino que debe ser extensivo al contexto organizativo para facilitar la comunicación y colaboración entre los órganos de coordinación académica y el cuerpo docente, y establecer los cauces de transmisión y recogida de información que sean más efectivos.

La experiencia descrita en el presente artículo consiste en el diseño y puesta en práctica de la estructura organizativa y de coordinación de la asignatura ‘Trabajo Fin de Máster’ correspondiente a los Grados en Educación Infantil y Educación Primaria de la Universidad Isabel I (Burgos, España). Su carácter on-line y la distancia física entre gran parte del cuerpo docente hace necesario el establecimiento de unos protocolos dinámicos y eficaces que faciliten el correcto desarrollo de todos los aspectos de la materia.

En el análisis realizado se especifica la función de cada una de las herramientas utilizadas, con especial atención en varias de la *suite* ofimática on-line *Google Apps for Educations: Groups, Drive, Docs, Gmail, Calendar*, entre otros ejemplos. A su vez, se realiza un análisis cuantitativo de los datos obtenidos durante la puesta en marcha de esta experiencia a lo largo del curso académico 14/15 y se lleva a cabo una discusión e interpretación de los resultados obtenidos.

Por último, se incluye una propuesta de nuevas líneas de mejora de cara a futuros cursos académicos y se concluye con una reflexión final sobre el caso descrito y sus posibilidades de generalización.

Palabras clave: Educación Superior - Gestión académica - Aprendizaje en línea – Tecnologías de la Información y la Comunicación – Trabajo Fin de Grado

EL TIEMPO CURRICULAR LIBRE EN LA PLANIFICACIÓN DOCENTE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL: EXPERIENCIAS Y OPINIONES DEL PDI

AUTORAS

María Sol Gómez Aguilar y Eugenia González Cortés

Universidad de Málaga (España)

marisol@uma.es y eugenia@uma.es

El presente trabajo se enmarca dentro del Proyecto de Innovación Educativa PIE 13-044 “Desarrollo de entornos personales de aprendizaje en la docencia del Periodismo a través de la integración de recursos vinculados a la web 2.0”.

El Espacio Europeo de Educación Superior ha supuesto una profunda transformación del sistema universitario español, que implica la incorporación de metodologías docentes innovadoras, nuevas estrategias de aprendizaje y un cambio en los roles tanto de alumnos como de profesores. Entre las distintas capacidades curriculares y didácticas, se encuentra el prever un Tiempo Curricular Libre (TCL). Esta capacidad se refiere a la cantidad de tiempo del que dispone libremente un alumno dentro de la totalidad de créditos de una materia. Un profesor que practica TCL posibilita que los estudiantes realicen actividades en espacios comunitarios y privativos que modifican la política de periodización de la materia de una titulación más allá de las bibliotecas, laboratorios, seminarios y otras dependencias universitarias (Sánchez y Alegre, 2004). El aprovechamiento del TCL está claramente vinculado a las posibilidades que Internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NN. TT.) nos permiten desarrollar.

Los estudiantes deben realizar cambios de actividades de aprendizaje descontadas del tiempo instructivo de la programación docente: seminarios y prácticas de laboratorio; módulos de ampliación de contenidos prácticos; visitas semanales a algún centro, empresa u organismo; tutorías telemáticas para evitar el solapamiento de las tutorías presenciales con las clases lectivas; y, actividades dentro y fuera del centro universitario. Practicar la capacidad TCL está relacionado directamente con organizar el curriculum de una titulación universitaria en módulos de competencias, estructurado en torno a logros complejos y completos que deben obtener los estudiantes (Hawes, 2013).

Los objetivos de este trabajo son 1) explorar qué se está haciendo en la Universidad Española con respecto a las innovaciones docentes relacionadas con el TCL; 2) observar el grado de conocimiento que existe del concepto (es probable que muchos docentes lo incorporen en la planificación de sus programas desde antes de la entrada del EEES, si bien la terminología se ha acuñado más recientemente); y 3) indagar tanto en las posibilidades de enseñanza como en los riesgos, analizando si existen resistencias a su incorporación como resultado de las estrategias docentes que se han perpetuado en el tiempo. Para ello, se examinarán las experiencias relacionadas con el TLC que se hayan realizado en el sistema universitario español, y se llevarán a cabo entrevistas en profundidad tanto a expertos en innovación como a miembros del PDI de la Universidad de Málaga, nuestro caso concreto de estudio.

Palabras clave: Tiempo Curricular Libre – Docencia – Innovación

LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO

AUTORES

María Sol Gómez Aguilar, Francisco Javier Paniagua Rojano y Pedro Farias Batllé

Universidad de Málaga (España)

msgomez@uma.es, fjpaniagua@uma.es y farias@uma.es

Esta investigación está integrada en el proyecto de Innovación docente de la Universidad de Málaga “Desarrollo de entornos personales de aprendizaje en la docencia del Periodismo a través de la integración de recursos vinculados a la web 2.0” (PIE 13-044), en el que participan los investigadores firmantes del artículo.

Ante esta situación de deterioro de las bases tradicionales de la industria periodística y la ausencia de un nuevo modelo adaptado al entorno digital, autores como Campos-Freire (2010), Farias y Roses (2009) o Casero-Ripollés y Cullell-March (2013) plantean la necesidad de explorar nuevas vías para el negocio periodístico. Una de ellas es el emprendimiento, que se sitúa como una nueva opción para fomentar el trabajo y el autoempleo en el ámbito del periodismo. La puesta en marcha de proyectos personales y a pequeña escala por parte de los propios periodistas se configura en el escenario actual como una alternativa factible y real.

No obstante, para que pueda hacerse realidad resulta indispensable introducir, y estimular, el emprendimiento en la formación de los periodistas (Casero-Ripollés y Cullell-March, 2013). La formación en este tipo de materias se convierte en un elemento fundamental para fomentar la cultura emprendedora entre los estudiantes y adquirir actitudes favorables para emprender proyectos empresariales por cuenta propia.

En este trabajo se propone analizar la actitud emprendedora en los estudiantes de Periodismo. Se parte de la hipótesis de cada vez más los futuros egresados se plantean la posibilidad de trabajar por cuenta propia y, por tanto, poner en marcha nuevos medios, basados en la cultura digital y la marca personal. Esta comunicación se apoya, tanto en el método cuantitativo como cualitativo. En concreto, se realiza una encuesta a estudiantes de primero y cuarto del Grado en Periodismo en la Universidad de Málaga, para conocer y comparar su predisposición a iniciarse como pequeños empresarios en el sector de la comunicación. Igualmente, se llevarán a cabo dos grupos de discusión con alumnos de estos cursos y, por último, se reforzarán los resultados con la opinión de un panel de expertos en la materia.

Palabras clave: Periodismo – Emprendimiento – Formación – Innovación

EL TRABAJO DE FIN DE GRADO DE LA TITULACIÓN DE MAESTROS DE INFANTIL Y PRIMARIA ¿QUÉ SE EVALUA: EL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN O EL PROCESO DE APRENDIZAJE Y DESARROLLO COMPETENCIAL? EL ESTUDIO DE UN CASO EN LA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA EN ALBACETE

AUTORA

Isabel María Gómez Barreto

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

isabelmaria.gomez@uclm.es

La reestructuración de las enseñanzas universitarias a partir de los planteamientos normativos en el EEES ha impulsado cambios estructurales significativos, y entre ellos, cambios en las metodologías docentes, así como en el proceso de evaluación, para favorecer el proceso de los aprendizajes y el desarrollo de competencias tanto genéricas, como específicas en la formación inicial profesional. En este caso abordamos la investigación del trabajo de fin de grado desde una doble perspectiva; el proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias y el proceso de evaluación. En este caso, se describe una reflexión de una experiencia didáctica; la tutoría del trabajo de fin de grado (TFG) a tres estudiantes de la titulación de Grado de Maestro/a de Infantil y cuatro de la titulación de Maestro/a de Primaria en la Facultad de Educación de la Universidad Castilla La-Mancha en Albacete, España.

Se muestra un juicio crítico a cerca del proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias adquiridas de las estudiantes a lo largo de la elaboración del mencionado trabajo, y del proceso de evaluación llevado a cabo en la Facultad a partir de un análisis cualitativo con la información obtenida por parte de las participantes del estudio referida a los resultados de una autovaloración del nivel de desarrollo de las competencias adquiridas a lo largo de la formación académica en la Universidad planteadas en cada una de las titulaciones, a así como de las narraciones de sus procesos de aprendizaje y competencias desarrolladas durante la elaboración del TFG, además de un análisis de contenido de la guía de elaboración, defensa y evaluación del trabajo de fin de grado de maestros en educación infantil y primaria, así como el análisis del propio proceso de evaluación del informe de las investigaciones, la presentación y defensa de dichos trabajos.

Los resultados de esta investigación sugieren que la evaluación aplicada a los estudiantes se centra más en el producto del trabajo de investigación y en la valoración del desarrollo de algunas competencias genéricas, que en el proceso de aprendizaje y sus resultados, y de la adquisición de competencias específicas de ambas titulaciones, lo que se contraponen frente al propósito del TFG, así como al planteamiento de la valoración de los créditos europeos (ECTS) como unidad de medida que refleja los resultados de aprendizaje y el volumen de trabajo realizado por los estudiantes para alcanzar los objetivos y competencias de su correspondiente titulación, y de lo que supone el carácter formativo de la evaluación.

Palabras clave: Trabajo de fin de grado - Aprendizaje - Competencias - Evaluación - Créditos

PERFIL DE LOS AUTORES ESPAÑOLES ALTAMENTE PRODUCTIVOS EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN (2009-2013)

AUTORES

Bernardo Gómez Calderón y Sergio Roses
Universidad de Málaga (España)
bjgomez@uma.es y sergioroses@uma.es

La carrera académica es cada vez más competitiva en lo que concierne a los hábitos de publicación de artículos científicos. Las instituciones y organizaciones responsables de la evaluación del profesorado universitario reclaman a la academia española mayores cotas de productividad, impacto e internacionalización.

Desde diversos campos de las Ciencias Sociales, como la Psicología o la Pedagogía, se ha tratado de identificar los factores que convierten a los investigadores en altamente productivos. En el área de Comunicación, sin embargo, no abundan los trabajos de este tipo, y aún menos en el caso español. Más allá del estudio de Jiménez Contreras et al. (2011), centrado en el Social Science Citation Index, y del de Roca y Pueyo (2012), limitado a las contribuciones a una única revista, *ZER*, los análisis bibliométricos disponibles hasta la fecha sólo ofrecen algunas pinceladas que permiten intuir las propiedades que confluyen en los publicadores más destacados.

En este trabajo nos propusimos identificar y describir el perfil profesional de los autores más productivos de los departamentos del área de Comunicación de las universidades españolas; y, adicionalmente, determinar mediante un análisis de clúster si entre estos investigadores existen grupos diferenciados por el impacto y grado de internacionalización de su obra.

Para alcanzar las metas planteadas, se recuperaron todos los artículos científicos publicados autores pertenecientes a universidades españolas en revistas indexadas en la base de datos Scopus durante el quinquenio 2009-2013. Tras una corrección sistemática de los errores de normalización de la firma de los autores, se procedió a seleccionar únicamente a aquellos adscritos a departamentos con área de conocimiento en alguna de las disciplinas de las Ciencias de la Comunicación, y se identificó al 5% más productivo (n= 68).

El perfil de estos autores se trazó, en primer lugar, documentando la información correspondiente al sexo, la antigüedad como doctor en número de años, la categoría académica, la situación laboral, la universidad de adscripción y la comunidad autónoma de trabajo. A continuación, y con objeto de medir el impacto y la internacionalización de su producción, se crearon dos variables que incluían, como indicadores, el cuartil promedio de las revistas en las que habían publicado, el promedio de citas obtenidas por sus trabajos, el porcentaje de colaboración con investigadores extranjeros y la tasa de publicación en revistas internacionales. Con toda esta información, acometimos el análisis de conglomerados.

Algunas conclusiones que pueden avanzarse de nuestro estudio son la existencia de una élite de profesores titulares altamente productivos; la escasa presencia de investigadores productivos en algunas universidades con un volumen de profesorado muy elevado; y el liderazgo de los autores adscritos a universidades catalanas en cuanto a impacto e internacionalización.

Palabras clave: Universidades españolas - Scopus - Productividad - Impacto - Internacionalización

INTRODUCCIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA DOCENCIA DEL GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS EN LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA (BARCELONA)

AUTORA

Eva Gómez Colell

Universidad Pompeu Fabra (España)

evagcolell@gmail.com

Una educación para una ciudadanía universal (Nussbaum, 1997) implica trascender la inclinación de profesorado y alumnado a definirse a sí mismo y a la complejidad social siguiendo identidades cerradas. Aplicada a la docencia, esta consideración exige una toma de conciencia. En el caso que nos concierne, la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito universitario se entiende como el análisis y la reflexión sobre la posible visión androcéntrica que afecta todo el diseño de una asignatura, incluyendo los contenidos de las unidades docentes, el tipo de ejemplos y fuentes utilizadas, el lenguaje y la definición y evaluación de competencias, así como la forma de hacer participar al alumnado.

El presente trabajo tiene como objetivo el estudio y la implementación de mejora de la oferta educativa referida a cuestiones de género en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). La integración de la perspectiva de género en la docencia universitaria es una apuesta de responsabilidad social necesaria para fomentar la participación de las mujeres en el conocimiento científico, modificar la visión androcéntrica del saber y visibilizar las aportaciones de las mujeres en el ámbito académico y situándolas así en primera línea.

Para lograr el objetivo planteado, se han recopilado los planes docentes que conforman el grado impartido en la UPF y se han sometido a un análisis cuantitativo de contenido a partir de los términos: *Perspectiva de gènere, Gènere, Dona, Sexisme, Estereotips, Feminisme y Sexualitat* [Perspectiva de género, Género, Mujer, Sexismo, Estereotipos, Feminismo y Sexualidad]. **De un total de 57 asignaturas analizadas, tan sólo el 8,7% de los planes docentes contiene alguna referencia al género.** Además, para ahondar en la cuestión que nos atañe, se ha realizado una encuesta tanto al profesorado como al alumnado de los cursos 2º, 3º y 4º del grado mencionado.

Con la intención de comparar las respuestas de ambos grupos de participantes, éstos han sido cuestionados sobre aspectos concretos de la docencia, como el grado de participación e implicación en las clases magistrales y de seminario según el género; sobre el uso consciente de recursos que fomenten el equilibrio de género tanto en los materiales creados por el profesorado como en las actividades realizadas por el alumnado; sobre la relevancia de la incorporación de la perspectiva de género en la docencia; o sobre la formación recibida acerca de temas de género.

En términos generales, **los resultados indican que, si bien hay conciencia de la importancia de la implementación de la perspectiva de género en el aulario, su aplicación práctica se presupone inexistente.** Por ello, se hace preciso elaborar un informe-guía sobre contenidos, competencias y participación en materia de género que valga como campaña de sensibilización y sea trasladable a cualquier ámbito de la enseñanza universitaria.

Palabras clave: Docencia - Perspectiva de género - Publicidad - Relaciones Públicas - Responsabilidad social

EL PAPEL DE LA CUBIERTA EN EL LIBRO DIGITAL. ESTADO DEL ARTE SOBRE LA EVOLUCIÓN Y MISIÓN DE LA IMAGEN EN EL LIBRO

AUTORA

Laura Gómez Cuesta

Universidad Europea de Madrid (España)

laura.gomez@uem.es

Inmersos en la que se ha venido a denominar la cuarta revolución del libro, testigos de los e-incunables y de la metamorfosis que está sufriendo el libro como objeto, nos planteamos el futuro de las cubiertas analizando el papel que la imagen en el libro ha venido desempeñando hasta nuestros días. Es en esta evolución donde se observa el paso de una misión interna en la que se completaba, acompañaba, ilustraba, sustituía o describía un texto al desempeño de un papel protagonista conquistando la portada del libro.

Muestra clara de esta conquista la encontramos en las cubiertas de Alianza Editorial, que en su día confió el objetivo de diseñar más de cuatro mil cubiertas de la colección *El libro de bolsillo* al diseñador gráfico Daniel Gil, y que en el 2010 apostó por uno de sus herederos, Manuel Estrada, para como expone su editora, Valeria Ciompi: *“reivindicar el libro como objeto de placer con el que el lector, zarandeado por los vaivenes tecnológicos, pudiera establecer una relación única y no seriada, valorando especialmente el cuidado de la edición también en sus aspectos formales”*.

Es evidente en la actualidad la concepción y enfoque de la cubierta como mecanismo de marketing editorial. No obstante, el análisis de propuestas como las de Alianza Editorial, y más concretamente las diseñadas para su Biblioteca de Autor por Manuel Estrada, nos hacen reflexionar sobre la aportación y contribución que éstas están haciendo a nuestra cultura visual y el impacto que tendría su pérdida, más allá de los cambios provocados en el sector por su uso comercial.

Esta investigación, por tanto, pretende poner en valor este tipo de cubiertas “protagonistas”, como exponentes de movimientos artísticos, contenedoras de diferentes técnicas de expresión plástica y figuras retóricas generadoras a su vez de un contenido visual complejo, dignas de ser estudiadas y valoradas por pertenecer además a un tipo de libro, el de bolsillo, que nació con un formato y precio bajo para acercarse a las masas, y que gracias a esta aportación plástica no sólo aproxima la obra literaria al gran público, sino también las experiencias sensoriales y vibraciones vitales que despierta el Arte.

No obstante, esta apuesta de Alianza Editorial por dotar a sus libros de bolsillo de un valor extra a partir de sus cubiertas contrasta con la realidad a la que se están enfrentando y de la que son cada día más conscientes las editoriales: la progresiva desmaterialización del libro como objeto, fruto de su digitalización.

Es precisamente esta realidad la que nos invita a reflexionar sobre el futuro de la cubierta en este nuevo contexto y la que justifica la necesidad de abordar su vigencia y aportación a la sociedad.

Palabras clave: Cubiertas – Diseño gráfico – Arte – Libro electrónico – Impacto social

LAS REVISTAS FEMENINAS COMERCIALES DE ALTA GAMA DURANTE LA CRISIS ESPAÑOLA: EL CASO DE VOGUE

AUTORA

Ruth Gómez de Travesedo Rojas

Universidad de Málaga (España)

ruthgtr@uma.es

Las revistas femeninas comerciales de alta gama, entre las que se incluyen *Elle*, *Woman*, *Glamour* o *Cosmopolitan*, cuentan en la actualidad con índices de lectoras que, en el caso de *Vogue*, se acerca al millón. Aunque han aparecido en Internet versiones electrónicas de las cabeceras nacionales e internacionales más conocidas y blogs de moda y belleza que se podrían perfilar como serios competidores de estas publicaciones periódicas, el 43% de las mujeres siguen adquiriendo estas cabeceras en soporte papel.

Además, España está atravesando desde 2008 una situación económica delicada lo que, en principio, podría haber hecho peligrar la supervivencia de este tipo de cabeceras, un tanto elitistas, sin embargo, ha sucedido todo lo contrario y el número de títulos no solo se ha mantenido sino que ha aumentado, con incorporaciones como *Harper's Bazaar*, *CuoreStilo*, *¡Hola! Fashion*, *Grazia* o *Divinity*.

El objetivo de este estudio es mostrar si estas revistas femeninas comerciales de alta gama han adaptado su contenido a la situación económica actual o por el contrario se han mantenido al margen del contexto económico del país.

El método utilizado en la investigación ha sido el análisis de contenido de una de las cabeceras con mayor difusión y penetración, *Vogue*, durante los meses de mayor audiencia de la cabecera en el año 2014.

Las conclusiones que se han alcanzado es que las revistas femeninas comerciales de alta gama, en general, y *Vogue* en particular, se mantienen fieles a la categoría de revistas especializadas a la que pertenecen, lejos de adaptar su temática y contenidos a la situación económica actual, siguen haciendo gala de aspectos como el lujo y glamour, algo que las ha caracterizado desde su nacimiento en los años ochenta.

Palabras clave: Mujer – Revistas femeninas – Prensa femenina – Periodismo

LOS RETOS DE LA EVALUACIÓN EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEL MAESTRO: UNA EXPERIENCIA DE INNOVACIÓN EN EL MARCO DE LA EDUCACIÓN LINGÜÍSTICA

AUTORA

María Begoña Gómez Devís
Universitat de València (España)
M.Begona.Gomez@uv.es

Esta contribución aborda la dimensión de la evaluación orientada al aprendizaje y el desarrollo de competencias básicas o esenciales en el estudiante universitario mediante la activación de prácticas educativas y procedimientos evaluativos que buscan promover y maximizar distintas competencias.

En el estudio participan 141 estudiantes de primer curso del grado de maestro de la Universitat de València (cursos 2013-14 y 2014-15) a través de un muestreo accidental por accesibilidad.

Tras el desarrollo de una metodología de encuesta basada en análisis descriptivos-exploratorios, los datos recabados nos permiten conocer cuál es el grado de dominio percibido por los futuros maestros en torno a las siguientes competencias: aplicación de conocimientos, argumentación, resolución de problemas, análisis de información, comunicación, aprendizaje autónomo, sentido ético, creatividad, trabajo en equipo y evaluación.

Como conclusiones más relevantes de la investigación se extrae que los universitarios se consideran menos capaces en la identificación de las propias necesidades formativas y en la gestión de estrategias educativas para la formación autónoma, así como para afrontar las tareas de una manera original y novedosa, entre otras.

Palabras clave : Evaluación - Plataforma de enseñanza - Procesos de aprendizaje - Competencias básicas

LA CONCIENCIA PLENA COMO VERDADERO APRENDIZAJE

AUTOR

Francisco Gómez Gómez

Universidad Complutense de Madrid (España)

fgomez@ucm.es

Este trabajo aborda el tema del aprendizaje en la Universidad que puede ser funcional, en el sentido de poder cumplir con los cometidos que socialmente tiene encomendados, sólo si respeta el orden jerárquico existente, a saber: los primeros son los padres, los segundos los alumnos y los terceros los profesores. Si dicho orden se respeta la inmensa mayoría de los problemas que se producen en la Universidad desaparecerán.

Como diseño teórico se abordarán brevemente algunos de los aspectos importantes del modelo sistémico-fenomenológico de las Constelaciones Familiares, que centran la figura del educador como profesional de la ayuda, a partir del cual se pueden establecer unos órdenes para que la citada ayuda haga posible la intervención educativa que se propone.

La fenomenología de Husserl, Heidegger, Hegel, Jasper, Roger, entre otros, se ha convertido hoy, en la práctica educativa, en lo que se denomina como evidencia. Así se denominan también a la medicina, la enfermería, la psicología, etc. de la evidencia, lo que se puede trabajar o atender. Ello viene a confirmar el paradigma de lo que es, de lo que está, de lo que se muestra sin tener que ocuparnos tanto de lo que nosotros queremos o creemos que debería ser.

Estamos acostumbrados a percibirnos, vernos, pensarnos y sentirnos como seres individuales e independientes. Vivimos en un tiempo que podríamos denominar como "la era del individuo", olvidando que estamos aquí porque mucha gente anterior a nosotros, que nos precedieron, se unieron y, a través de la sexualidad han ido pasando la vida de generación en generación hasta llegar a nosotros. Y como que nos olvidamos que los que nos la pasaron son nuestros padres, esas personas tan imperfectas a veces. Y que ellos la recibieron de nuestros abuelos y así sucesivamente en una progresión geométrica hacia atrás.

Con nuestro tiempo de desarrollo tecnológico y la vida tan separada de la naturaleza, hemos olvidado que venimos de una tribu y somos parte de ella, y que esa es nuestra naturaleza. Hemos perdido el sentido de la tribu, pero no por eso nuestra vida, nuestro destino es ajeno a ello.

Las Constelaciones Familiares son algo más que una metodología eficaz, pues se trata también de una filosofía, de una forma de vivir, de estar, de mirar al hombre, a la vida y a la muerte; lo que nos amplía horizontes, nos enseña cómo es vivir en sintonía con lo que es y nos capacita para al eterno movimiento. Tal y como se da en el Universo de manera constante.

A partir de un caso práctico educativo se implementará la parte empírica y práctica de este estudio, aprovechando algunas de las afirmaciones de los profesionales ecuatorianos que realizaron un curso de 40 horas de duración en la Universidad Tecnológica de Indoamérica en Quito (Ecuador), en noviembre de 2011, en el que participaron 40 profesionales del ámbito educativo

Palabras clave: Conciencia plena - Aprendizaje - Modelo sistémico-fenomenológico - Órdenes de la ayuda

EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL PROFESORADO PARA LA CONVIVENCIA CULTURAL Y DE GÉNERO: REFLEXIONES Y PROPUESTAS

AUTORA

Inmaculada Gómez-Jarabo

Universidad Complutense de Madrid (España)

inma.gomez@edu.ucm.es

Con más frecuencia de la deseada, los medios de comunicación social nos muestran casos de estudiantes de distintas etapas educativas que han sido sometidos a malos tratos físicos, psicológicos, verbales o sexuales por parte de sus compañeros o compañeras de clase. Si bien todas las personas pueden ser objeto de agresiones, parece como si las chicas y el alumnado de origen inmigrante estuvieran más expuestos a la violencia. En todos los casos, esas situaciones marcan de por vida a esos estudiantes y a sus familias, profesores, amigos y allegados y, como no podía ser de otra forma, también a la sociedad, pues parece como si esa violencia se hubiera normalizado y fuera omnipresente. Además, en algunos casos, la situación se vuelve tan extrema que se llega al peor de los desenlaces: la muerte de la persona agredida, ya sea por suicidio o por asesinato.

Tras escuchar noticias de ese tipo, mucha gente se pregunta si esa situación podría haberse evitado y, en la mayoría de ocasiones, se culpabiliza al profesorado por no haber denunciado, prevenido o intervenido, o por no haberlo hecho antes. Pero, ¿realmente nuestro profesorado se siente preparado para prevenir o intervenir ante esas situaciones? ¿Tiene a su disposición formación para reconducir de una forma educativa los conflictos que surgen en su aula o en su centro educativo? ¿Se le forma para mejorar la convivencia en su aula? ¿Recibe preparación para atender a la diversidad cultural y de género y evitar su rechazo? ¿La formación recibida le muestra cómo ha de intervenir cuando se produce un caso de violencia?...

La revisión de diferente bibliografía nos hizo sospechar que existían carencias en la preparación de los profesionales de la educación respecto a temas como interculturalidad, género, convivencia, conflictos y violencia. Por ello, en el curso 2012/2013 comenzamos una investigación para tratar de dar respuesta a los anteriores y otros interrogantes. En ella participaron estudiantes de último curso de distintas titulaciones de educación y profesionales en activo de diferentes etapas educativas y tipos de centros. Los resultados no pudieron ser más reveladores: existe una alta preocupación y sensibilidad por la mejora de la convivencia escolar y la prevención de la violencia pero, en la mayoría de los casos, no se ha recibido formación al respecto, o la recibida no ha respondido a las necesidades reales de los centros educativos.

Basándonos en los resultados de nuestra investigación y de otras precedentes, en la presente ponencia reflexionamos acerca de los cambios necesarios en la formación del profesorado para mejorar la convivencia escolar y prevenir la violencia. Asimismo, nos aventuramos a realizar una propuesta sobre los contenidos que deberían incluirse en la formación de los profesionales de la educación para la mejora de la convivencia y sobre la forma en la que deberían abordarse.

Palabras clave: Convivencia - Educación intercultural - Formación del profesorado - Género - Violencia escolar

EL FALSO DOCUMENTAL Y LA DESACTIVACIÓN DE LA SOSPECHA

AUTORES

Pedro Javier Gómez Martínez y Manuel Casal Balbuena

Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (España)

p.gomez.prof@ufv.es y m.casal.prof@ufv.es

Financiada por la universidad Francisco de Vitoria, a través del proyecto competitivo denominado “Innovación docente en los contenidos de Narrativa Audiovisual: la enseñanza del género narrativo y sus implicaciones éticas”, esta investigación da cuenta del actual estado del “Falso documental” o *mockumentary*, poniendo especial énfasis en la definición conceptual de este género, cada vez más híbrido entre el documental y la ficción, el establecimiento de sus límites y promoviendo a la vez una reflexión sobre sus implicaciones morales a partir de la siguiente hipótesis: el falso documental prioriza hoy entre sus más claras señas de su identidad, lo insólito frente a lo verosímil.

Como consecuencia de ello tiende a provocar tres efectos en los públicos receptores: por un lado, la negación de la realidad conocida; por otro, la desafección a la verdad que se concreta en forma de escepticismo y, en tercer lugar, cuando el espectador comprueba la falsedad de la hipótesis planteada por el documental - y sólo en estos casos-, tiene lugar lo que hemos denominado en nuestra investigación la **desactivación de la sospecha**, tercer paso en la relación entre la obra y su público.

Paradójicamente y más allá de lo que se ha venido sospechando siempre de este género, que es un modo de ironizar sobre la realidad, el falso documental se genera a partir de esa sospecha, pero sin embargo puede trivializarla hasta el punto de contrarrestar su credibilidad o hacerla inverosímil lo que conduce, de algún modo, a la restitución del orden ideológico puesto en evidencia.

El trabajo se centra en dos casos paradigmáticos (Operación Luna, “*Dark Side Of The Moon*”; William Karel, 2002 y *Operación Palace*; Jordi Évole, 2014) recientemente comparados por otros autores (Quintas-Froufe, González-Neira y Díaz-González), nuestro trabajo analiza los recursos de verosimilitud utilizados en ambos casos y los posibles efectos en los públicos a los que ambos textos audiovisuales van dirigidos. Así mismo se propone una metodología cuasi-experimental para la confirmación de la hipótesis planteada, ampliamente desarrollada en la ponencia.

Palabras clave: Narrativa – Documental – Mockumentary – Comunicación Persuasiva

“TENGO UNA PREGUNTA PARA USTED”: ANÁLISIS DE UN PROGRAMA PARADIGMÁTICO EN EL ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN POLÍTICA TELEVISIVA

AUTOR

Alicia Gómez Montano
Universidad Camilo José Cela (España)
alicia.gomez@rtve.es

El programa **Tengo una pregunta para usted** se emitió entre el 27 de marzo de 2007 y el 27 de octubre de 2009. No era un formato original, -de hecho la fórmula fue una réplica de la edición francesa, *J'ai une question pour vous* y recordaba a programas como *Question Time*, de la BBC o *Tonight with...* de la cadena británica ITV-, pero era la primera vez que la televisión pública adoptaba un formato donde **el periodista delegaba la función de preguntar y debatir, en 100 ciudadanos**. El hecho de que se tratase de entrevistas a políticos, en una televisión pública que, durante décadas, estuvo *tutelada* por la fuerza mayoritaria del Parlamento, -es decir por el gobierno-, aumentó su interés y valor añadido.

El objetivo de este trabajo es poner al servicio de la comunidad científica y de la opinión pública, el análisis de un programa que fue escrupuloso en sus planteamientos y procederes: desde la selección de los ciudadanos intervinientes, -encargada a una empresa demoscópica que aplicaba criterios sociológicos y estadísticos-, a los contenidos de las preguntas y las características sociodemográficas de quienes las hacían. Asimismo, este trabajo intenta demostrar que **Tengo una pregunta para usted** fue un programa paradigmático, no sólo por el rigor llevado a cabo en los mecanismos de selección, sino también por el planteamiento sin concesiones de las cuestiones a las que se sometía el político invitado, y por la diversidad social de los participantes.

La metodología es analítica y trata de profundizar en las claves del modelo de programa, deteniéndose en su estructura, participantes, preguntas y respuestas obtenidas, repercusión de las emisiones y debate generado. No faltarán referencias comparadas a formatos parecidos. Esta autora ha tenido acceso a documentos internos, que desvelan datos poco conocidos y coadyuvan a realizar un análisis correcto.

Considero que el trabajo se justifica por el valor intrínseco del programa objeto de estudio, pero también por el momento social y político en el que produjeron las emisiones, coincidiendo con un *oasis* de **independencia informativa en la televisión pública de ámbito estatal**, que se tradujo en **índices de aceptación social** desconocidos hasta entonces. Mirando al futuro y los cambios que está viviendo la sociedad española, -con la aparición de nuevas formaciones políticas, vinculadas a movimientos ciudadanos y con el despertar de **una ciudadanía** que alza la voz, reclama transparencia y parece interesada en saber más de los porqués de la política-, hay elementos que invitan a pensar en la oportunidad del formato desaparecido y en reformas legales que restituyan la independencia informativa a los operadores públicos.

Palabras clave: Televisión pública – Tutela política – Credibilidad informativa – Iniciativa ciudadana – Pluralismo informativo

LA ÉTICA DEL PERIODISMO ANTE LA ESTETIZACIÓN DEL SACRIFICIO TERRORISTA. ESTUDIO DEL CASO DE LA VIRALIZACIÓN DE LAS EJECUCIONES DE ISIS

AUTORES

Alicia Gómez Montano y Gonzalo Velasco Arias

Universidad Camilo José Cela (España)

amontano@ucjc.edu, gvelasco@ucjc.edu

El paradigma de representación del mal durante el siglo XX está marcado por el tránsito entre lo que Hannah Arendt llamó “mal radical” al “mal banal”. La relativa pacificación mundial hacía de las manifestaciones de violencia política procedentes del sur geopolítico excepciones residuales a una nueva normalidad posttotalitaria en la que el mal radical se había metamorfoseado en el mal banal. La nueva tipología de terrorismo internacional advenida tras el 11 de septiembre de 2011, sin embargo, ha supuesto el retorno de un tipo de violencia radical que, a diferencia de la anterior, se manifiesta de forma explícita, hasta el punto de tener en su visibilización mediática su principal objetivo. Concretamente, la difusión viral de las ejecuciones realizadas por ISIS desde 2014 está evidenciando que el papel ético del periodista está siendo trascendido.

La deontología del periodismo se ha visto siempre comprometida por la colisión entre sus fines informativos y su instrumentalización como caja de resonancia del terrorismo. Si las imágenes circulan con independencia de la sanción de las redacciones de la televisión y de los periódicos digitales, mostrar o no mostrar ya no es la decisión vinculante para el periodista que quiere ejercer su labor informativa desde un punto de vista a la vez crítico y moral. Si el periodista no puede ya administrar e impedir el desbordamiento de las imágenes, ¿debe ceder a su reproducción?

La presente comunicación tiene como objetivo plantear los nuevos términos del debate ético sobre la reproducción de la violencia terrorista en el periodismo a través de los recientes casos de ajusticiamientos ejecuciones por parte de ISIS. El estudio de este reciente fenómeno es significativo por un doble motivo: en primer lugar, por su reproducción viral y las distintas reacciones de los canales de información internacional al respecto; en segundo término, por la inédita estetización de las grabaciones. Acontecimientos tan atroces como la quema de un rehén o su decapitación han sido abordados con una consciente estética cinematográfica. Para poder responder adecuadamente al papel de los medios occidentales en la reproducción de la violencia terrorista destinada a su viralización, es preciso ensayar una reflexión sobre sus fines. ¿Se trata de un manejo deliberado del lenguaje más común al mundo occidental, que es el cinematográfico? O, al contrario, ¿tiene más bien una función interna, la de restaurar mediante el sacrificio la integridad simbólica de la comunidad religiosa, como teorizaron antropólogos como René Girard?

La hipótesis a través de la cual trataremos de abordar estos objetivos parte de la constatación de que el papel crítico y ético del periodista ya no puede dirimirse según estrategias de mostración u ocultamiento, sino a través de la construcción de contra narrativas que asuman como un hecho la viralización de las imágenes violentas. Nos basaremos para ello en los estudios previos entre los cuales destacamos James Farwell “The Media Strategy of ISIS”. *Survival: Global Politics and Strategy*, 2014, 56:; Anne Aly, “Making ‘Noise’ Online: An Analysis of the Say No to Terror Online Campaign”, *Perspectives on Terrorism*, 2014, 8, 5.

Palabras clave: Sacrificio – Estetización de la violencia – Viralización – Contra narrativas – Ética periodística

CONTRIBUCIÓN DE LOS INFORMATIVOS AL IMAGINARIO COLECTIVO DONDE EL OTRO ES MUJER Y/O EXTRANJERO

AUTORES

Lorena Gómez Puertas, Rafael Ventura y Carles Roca Cuberes

Universidad Pompeu Fabra (España)

lorena.gomez@upf.edu, rafael.ventura@upf.edu y carles.roca@upf.edu

El trabajo que se presenta se enmarca en el proyecto de investigación interuniversitario “Análisis de los relatos audiovisuales sobre las civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España desde el Plan Nacional de I+D+i, Subprograma de Proyectos de investigación Fundamental no orientada (2012-2014) (CSO2011-23786).

El proyecto se articula en tres fases de desarrollo consecutivas. En primer lugar, el análisis textual de la construcción y representación de las civilizaciones y culturas a través de unidades informativas de los tres principales canales de televisión generalista en España (TVE1, Antena3 y Telecinco) y de tres cadenas autonómicas (Televisió de Catalunya, Telemadrid y Canal Sur), de acuerdo a ejes conceptuales como interculturalidad, religión, género o sexualidad. En segundo lugar, el análisis de la percepción de los espectadores acorde a su representación en estas unidades a partir de diversos grupos de discusión realizados en Barcelona, Madrid, Murcia y Sevilla, diferenciados por la variable de edad. Y por último, a partir del método Delphi, la interpretación de un panel de 35 expertos procedentes de distintos ámbitos y disciplinas tanto de los materiales analizados como de los discursos generados en el estudio de recepción.

Los resultados permiten obtener una mirada transversal de las tres fases, en torno a los discursos interculturales sobre la construcción del nosotros/ellos desde la variable de género y extranjería al concentrarse en los relatos informativos sobre un acontecimiento cultural español de amplio seguimiento internacional como es la celebración de los Sanfermines en Pamplona (Navarra). Entre las primeras conclusiones del estudio destaca la conceptualización dominante de los encierros como ámbito de acción eminentemente masculino y español, en el que la mujer y el extranjero son intrusos de diversa índole. Por un lado, la mujer carece del coraje y la destreza innata del hombre y debe compensarlas con esfuerzo y preparación. Su participación activa en los encierros, condicionada por su inherente prudencia, se representa como un hecho anecdótico. Por otro lado, el extranjero contemplado como un colectivo homogéneo pese a circunscribirse a la definición de turista procedente de sociedades avanzadas, tiende a infantilizarse al destacar su ingenuidad y desinformación como bases de un comportamiento de alto riesgo motivado por la atracción de experimentar nuevas emociones. Estos rasgos, unidos al tratamiento descontextualizado de las informaciones, carentes de datos que permitan contrastar el alcance de la siniestralidad vinculada a ambos colectivos, confieren un marco de interpretación de la mujer y el extranjero como seres frágiles situados en contextos impropios, al tiempo que se diluye el discurso sobre la tradición cultural de los Sanfermines.

Palabras clave: Representación - Interpretación - Género - Extranjero - Informativos

PERFIL DE LOS PERIODISTAS DIGITALES EN ECUADOR. ESTUDIO DE SEIS DIARIOS NACIONALES DE INFORMACIÓN GENERAL EN SU VERSIÓN DIGITAL

AUTORA

Mayra Paola Gonzales Córdova
Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
mpgonzales@utpl.edu.ec

El presente trabajo tiene como objetivo conocer el perfil del periodista digital en Ecuador, su rol, características, formación, conocimientos, manejo de contenido y uso de herramientas Web 2.0; para ello se ha estudiado como referencia el caso de seis diarios de circulación nacional de Ecuador que cuentan con una versión digital: *El Universo*; *El Comercio*; *La Hora Nacional* y *Regional*, *El Telégrafo*, *Expreso* y *Extra*.

La investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa, la técnica que se utilizó para recoger los datos fue la encuesta estructurada, que permitió conocer a profundidad el perfil del periodista: conocer datos sobre perfil socio laboral, características ocupacionales, ocupación y autonomía, valoración de las metas organizativas, y capacidades deseables o recomendaciones.

Además, se utilizó la técnica de revisión bibliográfica y la entrevista en profundidad, dirigida a periodistas, líderes de opinión en el manejo de las nuevas tecnologías y docentes universitarios.

De los periodistas encuestados de los medios de comunicación en su versión digital, *El Universo*, *El Comercio*, *La Hora Nacional* y *Regional*, *El Telégrafo* y *Expreso* y *Extra*, el 96% afirman haber estudiado Comunicación Social y un 4% No.

Sobre su formación de cuarto nivel todavía sigue siendo un tema pendiente en entre los periodistas digitales encuestados, así lo refleja los resultados que muestra un 84% que no ha realizado un postgrado y el 16% que está realizando sus estudios de nivel de postgrado.

Los motivos por los que los periodistas hoy trabajan en el área digital, según lo confirman los resultados de los medios investigados: el 41% está por aspiraciones propias, seguido muy de cerca de un 33% que afirma porque los designaron a estas tareas, el 14% para ingresar en la empresa, un 8% porque dominaba la materia y el 4% afirma que por necesidad de aceptar el trabajo.

Existe una equidad de género en el ejercicio del periodismo digital un 53% de los profesionales son de género masculino y el 47% es femenino.

Palabras Clave: Periodismo digital -Tecnologías - Perfil - Convergencia - Perfil profesional

CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE RECURSOS EDUCATIVOS ABIERTOS: PRINCIPIOS BÁSICOS PARA PRINCIPIANTES

AUTORES

Gregorio González Alcaide y Francisco Javier Hernández San Miguel
Universidad de Valencia y Universidad Politécnica de Valencia (España)
gregorio.gonzalez@uv.es y fco.hernandez@uv.es

Cada vez es más habitual en el entorno docente el uso de recursos educativos accesibles a través de Internet y la educación a distancia (*e-learning*) está cobrando una importancia cada vez mayor debido a su flexibilidad que rompe las limitaciones espacio-temporales. En este contexto, resulta fundamental que los docentes conozcan cuáles son las principales iniciativas existentes que tratan de impulsar el *e-learning* así como las herramientas para el desarrollo de contenidos, particularmente aquellas basadas en el movimiento de código abierto que defiende el acceso libre y gratuito al conocimiento.

Tras definir los principales conceptos relacionados con los *Open Educational Resources (OER)*, se ofrecen una serie de nociones esenciales de cara a la selección de los programas más adecuados para la gestión de la enseñanza a distancia y el diseño de objetos de aprendizaje digitales; cómo preservar los derechos de autor y la integridad de los contenidos desarrollados; así como un directorio de algunas de las principales iniciativas (consorcios, bibliotecas digitales y repositorios) a través de las cuales es posible localizar y difundir este tipo de recursos.

Palabras clave: Recurso Educativo Abierto - Sistemas de gestión del aprendizaje y sistemas de gestión de contenidos - *Open Courseware (OCW)* - Licencias *Creative Commons* - Repositorios

EL PROCESO DE CODIFICACIÓN: ASPECTO CLAVE DENTRO DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS

AUTORAS

Cristina González Díaz y Mar Iglesias García

Universidad de Alicante (España)

cristina.gdiaz@ua.es y mar.iglesias@ua.es

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente I+D+i de Universidad de Alicante titulado “Estudio de la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos” (GRE12-18).

Tomando como punto de partida el manual de codificación (codebook), este estudio tiene como objetivo general plantear el proceso de trabajo llevado a cabo para el abordaje de codificación y pilotaje de una plantilla de análisis, aplicado a un proyecto de investigación en curso, sobre la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos.

La técnica de investigación en comunicación basada en el análisis de contenido, puede ser entendida como aquella “(...) destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990: 28). Esta herramienta ha sido y es ampliamente utilizada. Para abordar el análisis de contenido dentro de cualquier proyecto de investigación, hay que tener en cuenta diferentes pasos por seguir para que dicha investigación llegue a buen cauce. Siguiendo a Igartua (2006: 213) en una investigación que utiliza el análisis de contenido “(...) van a participar varios codificadores o analistas con formación, expectativas y estilos personales diferentes (...)” por lo que antes de comenzar el proceso de codificación definitivo, y posterior a la redacción del manual de codificación, también denominado libro de instrucciones, es necesario emprender la tarea de “pilotaje” o prueba de la plantilla de análisis. Este proceso de rodaje, cuyo objetivo es entrenar a los codificadores y ayudarlos a familiarizarse con las variables a codificar, ha sido ampliamente desarrollado por Neuendorf (2002) entre otros.

Bajo este contexto, este trabajo tiene como objetivos específicos: 1) Describir las características generales que componen el manual de codificación; 2) Plantear los parámetros a seguir para llevar a cabo el proceso de entrenamiento del codificador/es (*coder training*) y 3) Chequear su fiabilidad.

A grandes rasgos, el planteamiento que recoge el estudio es llevar a la práctica el proceso de entrenamiento de los codificadores que van a participar en la investigación, y las posibles correcciones a realizar en el manual de codificación, como consecuencia del transcurso de depuración y perfeccionamiento de los parámetros a analizar por los investigadores, todo ello aplicado a un tema muy concreto: el análisis de la publicidad de alimentos.

Los primeros resultados apuntan a una modificación puntual de determinadas variables para ser mejor comprendidas por los codificadores, así como la necesidad de realizar una primera codificación conjunta que diera pie a una revisión para pulir y perfeccionar tanto las variables como las unidades de registro a codificar. También se observa la necesidad de formar no sólo en las unidades de análisis objeto de estudio, sino también en el programa que acoge la plantilla (SPSS).

Palabras clave: Codificación – Análisis de contenido – Publicidad – Alimentos

EL APRENDIZAJE-SERVICIO APLICADO AL EJERCICIO RESPONSABLE DEL PERIODISMO SOCIAL

AUTORES

Patricia González Aldea y Carmen Marta Lazo

Universidad Carlos III de Madrid y Universidad de Zaragoza (España)

patricia.gonzalez.aldea@uc3m.es y cmarta@unizar.es

En este artículo se presentan los resultados del proyecto de innovación docente titulado “El Aprendizaje-Servicio (ApS) aplicado al Grado de Periodismo y la Información Periodística sobre Situaciones, Tendencias y Problemas Sociales” aprobado en la 10ª Convocatoria de Apoyo a Experiencias de Innovación Docente en Estudios de Grado y Postgrado Curso 2012/2013 de la Universidad Carlos III de Madrid.

El objetivo fue visibilizar mediante un trabajo periodístico en grupos de 2-3 alumnos la labor de una asociación comprometida con causas sociales, comunicar ejemplos positivos a la sociedad sobre sus logros, mientras los estudiantes desarrollaban competencias periodísticas para el ejercicio de informar sobre temáticas sociales complejas siguiendo la metodología ApS, que permite a través de una experiencia práctica poner al servicio de la comunidad los conocimientos académicos y competencias curriculares de los alumnos. En el proyecto participaron 82 alumnos que realizaron 29 trabajos periodísticos en colaboración con 29 asociaciones a las que se prestó el servicio. Entre las principales temáticas de las asociaciones elegidas figuran personas con discapacidad, menores, y violencia de género.

La evaluación de la experiencia se realizó mediante un cuestionario de autoevaluación por parte de los alumnos basada en las cuatro dimensiones propuestas por Folgueiras, Luna y Puig (2013) para medir el grado de satisfacción de los estudiantes universitarios en el ApS: conocimientos e intencionalidad atribuida, valoración de la utilidad atribuida, valoración del proceso y proyección social.

Como resultados, se observó que el aprendizaje experiencial fue fundamental para vencer estereotipos y prejuicios sobre ciertos temas y colectivos. Se logró promover periodismo real y el ejercicio de buenas prácticas. Los alumnos tomaron conciencia del impacto de la información y las imágenes que ésta traslada a la opinión pública, así como su responsabilidad como futuros profesionales.

Desde el punto de vista de los profesores que imparten la asignatura, se destacó el aumento de motivación de los alumnos y los buenos resultados académicos que se reflejaron en las notas.

El compromiso de servicio público y la responsabilidad social que supone el ejercicio del periodismo convierten a la metodología del Aprendizaje-Servicio en una valiosa herramienta aún por descubrir en los Grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Aprendizaje significativo - Periodismo social – Innovación docente - Periodistas

EL *B-LEARNING* COMO MODALIDAD EDUCATIVA PARA CONSTRUIR CONOCIMIENTO

AUTORA

María Elena González Barradas
Universidad Simón Bolívar Caracas (Venezuela)
mariaelenagonzalez@usb.ve

El propósito es presentar la modalidad *b-learnig* que se enmarca dentro de la modalidad de educación a distancia, como una forma de implementar las TIC en la educación pues éstas han ido aumentando su impacto en todas las áreas de la vida de las personas, y específicamente su auge va creciendo cada día más, en el área educativa.

Con la implementación de las TIC en las diferentes modalidades en educación, el proceso de enseñanza-aprendizaje mejora notablemente, ya lo señalan en sus trabajos (Salinas, 1994; Pérez y García, 2001; Cabero, 2005; Laborde, 2001), cuando se habla de modalidades, nos referimos tanto la modalidad presencial como a distancia.

En la primera, el proceso educativo se da en un aula, y en el proceso intervienen el profesor y el alumno. Se puede decir entonces, que es la forma academicista de enseñar. En esta modalidad, el profesor siempre está presente para orientar, informar, responder preguntas, realizar comentarios sobre uno o varios temas.

En la modalidad de educación a distancia en el proceso de enseñanza aprendizaje están presentes diversos elementos, específicamente, las tecnologías, con el objetivo de promover el acto educativo sin limitaciones de edad, ubicación y tiempo. En la educación a distancia, cada estudiante guía su propio proceso de aprendizaje, y es el mismo quien organiza y planifica su tiempo, además de buscar por sí mismo el material didáctico a trabajar, para responder de esa manera a las exigencias de la asignatura que cursa.

Cada una de las modalidades tiene sus ventajas y características particulares, no puede decirse que la educación a distancia puede sustituir a la educación, presencial, sino que ambas modalidades pueden enriquecerse cada una con elementos de la otra. Esto es lo que da origen al *blended learning* o *b-learning*, es una modalidad, que concentra tanto elementos de la educación presencial como de la educación a distancia. De acuerdo con autores como (Brioli, 2010), éste afirma que es muy difícil entablar diferencias y desventajas entre una y otra modalidad, pues las dos se complementan y las dos son parte de una misma modalidad educativa.

Palabras clave: Educación - Modalidades educativas - *B-learning*

LA RADIO Y SU DIMENSIÓN DE CONVERGENCIA MULTIMEDIA COMO CRITERIO DE CALIDAD FORMATIVA ESPECIALIZADA EN LOS PROGRAMAS ESPAÑOLES DE POSGRADO UNIVERSITARIO

AUTORAS

M^a Julia González Conde, Carmen Salgado Santamaría y M^a Mercedes Zamarra López
Universidad Complutense de Madrid (España)
mariajul@ccinf.ucm.es, carmensalgaado@ccinf.ucm.es y mzamarra@ccinf.ucm.es

La radio, como el resto de los medios de comunicación españoles y en otros países, ha variado su concepción técnica y comunicativa de funcionamiento. Se halla inmersa en un proceso de transformación, tanto interna como externa, que la obliga a ampliar su acción difusora y generar nuevas formas de recepción y de contenidos. Aparece simultáneamente integrada en distintos soportes como la televisión, la telefonía, Internet o bancos de datos de plataformas de comunicaciones. Asistimos, pues, a la confluencia de una radio tradicional con otra radio totalmente diferente. Un nuevo modelo radiofónico experimental que se expande en el entorno de convergencia tecnológica-comunicativa, de redes interactivas, que exige importantes aportaciones para la renovación de sus lenguajes, de sus contenidos abiertos a receptores específicos a la vez que integrados en terminales multimedia.

Como consecuencia de todo ello, nos enfrentamos ante nuevas perspectivas empresariales, tecnológicas, profesionales y comunicativas que debemos dar solución desde la Universidad española.

Hasta ahora, las propuestas formativas universitarias de orientación profesional, en España, se hacen con ciertas reservas, sin atender, de manera expresa, al cambio radical que suponen las demandas del mercado laboral en relación al perfil del comunicador y en sus distintas especialidades; tampoco se perciben las empresas de comunicación como parte integrante de estas necesidades multimediáticas, a pesar de la aparición de nuevos medios y sistemas interactivos que deberían ser atendidos desde las propias facultades de Periodismo y desde programas de formación especializada de postgrado universitario. Proyectos avalados por una formación competente frente al mercado laboral en cuanto a la creación, producción y puesta en antena de nuevos formatos y técnicas informativas y comunicacionales.

Unos programas que deberán ajustarse a la adquisición y preparación formativa en contextos competitivos de calidad, de nivel avanzado, sin excluir ningún tipo de conocimientos, tecnologías, técnicas, herramientas o procesos necesarios para la gestión, desarrollo y producción de las materias propias del periodismo radiofónico multimedia.

El principal objetivo de esta comunicación, partiendo de una metodología de observación real y práctica de los medios radiofónicos españoles, es exponer los requisitos considerados indispensables para la creación de nuevos modelos de programas universitarios de posgrado.

Creemos que éstos deben contar, de manera obligada, con colaboraciones formativas de profesionales radiofónicos en activo que ayuden a identificar, modelar y completar las vías de encuentro académico-profesional entre la Universidad y la empresa informativa. Exigencia que consideramos imprescindible para la obtención de la máxima calidad formativa científica, unida a la cualificada preparación profesional, y vinculadas, ambas, a un auténtico servicio laboral de sus estudiantes.

Palabras Clave: Radio - Multimedia - Periodismo - Máster - Universidad

ACERCAMIENTO DE UNA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN EN CURSO SOBRE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS

AUTORA

Cristina González Díaz
Universidad de Alicante (España)
Cristina.gdiaz@ua.es

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente I+D+i de Universidad de Alicante titulado “Estudio de la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos” (GRE12-18).

El apogeo de los estudios sobre la publicidad de alimentos comienza a fraguarse a principios de la década de los ochenta. Durante esos años ven la luz publicaciones como las llevadas a cabo por Colford (1984, 1985), para la revista *Advertising Age*, o las realizadas por Lord et al. (1987), entre otras, que supusieron el pistoletazo de salida de las investigaciones sobre esta temática, ya que desde entonces la proliferación de estudios ha sido incesante (González-Díaz, 2013).

Por otro lado, se observa como la sociedad cada vez es más consciente y, por extensión, está más atenta en cuidar su salud manteniendo una dieta sana y equilibrada. Esta tendencia se consolida en la actualidad propiciando una preocupación por cuidar lo que se come y en qué cantidad se ingiere, convirtiéndose en muchos casos una verdadera obsesión. A este fenómeno, autores como Castiel y Alvarez-Dardet (2010) lo han denominado “salud persecutoria”. De este modo, esta proliferación de la preocupación por la salud, siguiendo a González-Díaz (2013) se manifiesta en la cesta de la compra y en el tipo de alimentos que consumimos; pero además, también en el tipo de argumento utilizado en la publicidad de alimentos.

Con este punto de partida esta comunicación tiene como objetivo general describir una línea de investigación en curso sobre el estudio de la publicidad de alimentos. Para llevar a cabo este planteamiento se abordarán los siguientes objetivos específicos:

- 1) Describir los estudios más pertinentes, tanto a nivel nacional como internacional, sobre la publicidad de alimentos haciendo hincapié en las temáticas planteadas y desarrolladas en estas investigaciones;
- 2) Explicar la investigación en curso que se está realizando en estos momentos sobre la publicidad de alimentos;
- 3) Plantear las limitaciones y dificultades encontradas a la hora de llevarla a cabo; y
- 4) Exponer futuras líneas de investigación.

Bajo este contexto, el desarrollo de esta comunicación que versa sobre una línea de trabajo considerada emergente, dado los escasos trabajos publicados sobre el tema en cuestión en España: la publicidad de alimentos, tiene como finalidad última servir de utilidad a otros investigadores interesados o que estén trabajando en temáticas similares.

Palabras clave: Publicidad - Alimentación - Investigación Emergente

VIOLENCIA MACHISTA E INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN: FALTAN VOCES ACREDITADAS

AUTORES

Elisa González Galán y Susana Moreno Pachón
 Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)
egonzalez@ucjc.edu y smoreno@ucjc.edu

La violencia machista es un problema del que se vienen ocupando los poderes públicos con especial intensidad en el último quinquenio. Desde los medios de comunicación también se han llevado a cabo esfuerzos por informar mejor de esta terrible lacra, y han sido numerosos los colectivos profesionales que han publicado códigos deontológicos al respecto. Sin embargo, la violencia contra la mujer ocupa puestos muy bajos en el ranking de principales preocupaciones de los españoles, tal y como reflejan los sucesivos barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas. Esta baja percepción social indica que los medios de comunicación — y en especial la televisión como principal fuente de información de los ciudadanos— no logran penetrar a fondo en la conciencia social.

Si bien los informativos de las cadenas nacionales españolas han seguido unas pautas deontológicas básicas para que las noticias sobre violencia machista se alejen del perfil de noticia de sucesos, la falta de voces acreditadas provoca, a nuestro juicio, que cada muerte de una mujer por malos tratos se convierta en “una más” en el imaginario colectivo, sin llegar a provocar la repulsa popular.

La ponencia que se quiere trasladar al Congreso indaga en una línea de investigación de vanguardia: el análisis de las declaraciones en las noticias sobre violencia contra la mujer. El estudio que se pretende presentar arroja el análisis de todos los informativos de las cadenas de televisión nacionales (TVE, A3, T5, Cuatro y La Sexta) a lo largo del año 2012. ¿Cuáles son las declaraciones que suelen sucederse en este tipo de noticias? ¿Cuentan los periodistas con la opinión de voces acreditadas?. Estas son las dos grandes preguntas que nos planteamos ya que resulta fundamental en la profesión contar con periodistas que tengan una visión de conjunto de la realidad social sobre la que versa la noticia.

Las voces acreditadas en el caso de violencia machista son las de abogados, jueces, policía, políticos o miembros de asociaciones de mujeres, que conocen en profundidad este problema y cuyas opiniones ayudan a entender realmente la magnitud del mismo. Dichos expertos aparecen en menor proporción que otras voces menos acreditadas como las de vecinos, allegados o familiares, que no se ajustan a hechos objetivos sino que suelen especular — de manera inconsciente— con la relación víctima agresor, o simplemente buscan un instante de gloria frente a la cámara.

Debemos tener en cuenta que sin opiniones expertas es muy difícil trasladar el suceso aislado de una muerte por malos tratos al contexto de una realidad que afecta a miles de mujeres en el mundo. De ahí la importancia de analizar cómo se componen hoy en día las noticias —tal y como pretendemos trasladar en la ponencia—, y desde ese conocimiento poder indicar cuáles serían los mejores modo de abordar este tipo de noticias.

Palabras clave: Violencia machista – Televisión – RSC televisiva – Deontología informativa – Voces acreditadas

PLATAFORMA DE TELEMEDICINA COMO HERRAMIENTA PARA FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS CLÍNICAS

AUTORES

Patricia Verónica González Granda y Numan Alfredo Sinche Gutiérrez

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

pvgonzalez@utpl.edu.ec y nasinche@utpl.edu.ec

El uso de las tecnologías de información y comunicación en la enseñanza médica se ha incrementado considerablemente por su alto potencial como instrumento de formación, sus aplicaciones facilitan a los estudiantes un aprendizaje significativo. Es así que a partir del proyecto de Telemedicina de la Universidad Técnica Particular de Loja, se generó como herramienta de apoyo para atención en zonas rurales una plataforma de Telemedicina de código abierto. Consiste en un Sistema de Gestión de Contenidos, cuya aplicación en el entorno web, está conformada por:

- 1) Módulo de Tele-educación: con un entorno virtual de aprendizaje para desarrollar cursos on line y formación continua a médicos en zonas rurales; y,
- 2) Módulo de Tele-consultas: como un servicio de la plataforma que permite desarrollar una consulta médica a un especialista en un formulario web con el formato de la historia clínica del Ministerio de Salud Pública, para consulta de casos desde zonas remotas en forma asincrónica. Se cuenta con docentes especialistas para solventar las necesidades de una segunda opinión, en casos que son atendidos por médicos en el campo de Atención Primaria en Salud.

La plataforma por su funcionalidad es utilizada en la asignatura de Telemedicina que toman los estudiantes de la carrera de medicina en forma optativa, desarrollan 6 módulos con actividades de aprendizaje colaborativo y como componente práctico realizan teleconsultas de casos clínicos que ven en la práctica hospitalaria, de las que reciben retroalimentación por parte de los docentes para mejorar el planteamiento de nuevos casos y su manejo. Se plantearon los siguientes objetivos para el estudio: (1) describir la percepción de estudiantes y docentes sobre la utilidad de la plataforma de telemedicina como herramienta para fortalecimiento de las competencias clínicas; (2) identificar los aspectos de la historia clínica en los que tuvieron dificultades los estudiantes al realizar las teleconsultas según los docentes; y, (3) determinar los resultados de la evaluación del curso.

Se incluyó como muestra a los 74 estudiantes matriculados en la asignatura durante 2 periodos académicos y a dos docentes que contestaron y evaluaron las teleconsultas. El estudio se diseñó de tipo cuali-cuantitativo, prospectivo y transversal; para la parte cualitativa, como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas de aplicación a los estudiantes y docentes al finalizar cada periodo académico, con el que se obtuvo la percepción en relación a: la utilidad, ventajas y desventajas de la plataforma. Para la parte cuantitativa se utilizó un cuestionario aplicado a los docentes con el que se identificó las dificultades que tuvieron los estudiantes en relación a la escritura de la historia clínica y el abordaje diagnóstico-terapéutico en cada caso. Finalmente se evaluaron las competencias adquiridas en cada periodo académico mediante observación considerándose las calificaciones que obtuvieron los estudiantes al finalizar el ciclo.

Palabras clave: Telemedicina - Teleconsulta - Educación médica - Competencias clínicas

MÚSICAS DEL MUNDO Y PROYECTOS DE TRABAJO. DEL ESTUDIO EXPLORATORIO AL DISEÑO DE PRÁCTICAS DIDÁCTICAS INNOVADORAS

AUTORES

Cristina González Martín y Assumpta Valls

Universidad de Barcelona y Universidad Autónoma de Barcelona (España)

cgonzalezm@ub.edu y assumpta.valls@uab.cat

Esta propuesta presenta una investigación, llevada a cabo desde un enfoque metodológico cualitativo, que plantea el diseño, aplicación y análisis de una práctica didáctica innovadora que combina la música del mundo y la metodología de enseñanza-aprendizaje de los proyectos de trabajo.

La aplicación de la música del mundo en la escuela es una realidad que ya ha sido estudiada por diversos investigadores (Anderson, 1991; Campbell, 2004; Goetze, 2000; Schippers, 2009; Volk, 1998). Aun así, la particularidad de nuestro estudio es tratar este tipo de música a partir de los proyectos de trabajo, ya que se aporta un nuevo enfoque, con una perspectiva más global, que permite relacionar la música con los aspectos socioculturales que la rodean y potenciar, de esta manera, una práctica más significativa para los niños.

Para poder llevar a cabo esta práctica didáctica nos ponemos a indagar las experiencias que existen al respecto y rápidamente nos damos cuenta que casi no hay precedentes de prácticas didácticas que hagan converger la música del mundo y los proyectos de trabajo, solo dos estudios documentados – Chen-Hafteck (2007) y Nadal (2007) –. Ante la falta de modelos, referentes y orientaciones para diseñar la práctica didáctica nos surge la necesidad de investigar como ésta ha de concretarse y cómo debe llevarse a cabo. En consecuencia, planteamos un estudio exploratorio (Dankhe, 1986; Malhotra, 1997) como vía de investigación para poder concretar los elementos clave a tener en cuenta para aplicar en el aula esta práctica didáctica innovadora. En el estudio exploratorio se utilizan tres vías de investigación para poder recopilar información:

- Realización de una prueba piloto en una escuela primaria.
- Consulta bibliográfica.
- Grupo de discusión con expertos.

Los resultados del estudio nos conducen a un listado de nueve aspectos clave que determinan el diseño y aplicación de la práctica didáctica que hace converger música del mundo y proyectos de trabajo. A parte, esta investigación también nos muestra como los estudios exploratorios, que generalmente se utilizan en situaciones en las que prácticamente no se dispone de información sobre la temática que se quiere abordar, son útiles para conocer nuevos elementos, indicadores, recursos y otros aspectos en relación a diseños innovadores de prácticas didácticas.

Como conclusión consideramos que el diseño de fases y las vías de investigación utilizadas en el estudio exploratorio puede servir como guía, modelo y referente a investigadores, maestros o la comunidad educativa en general que quieran plantear y aplicar prácticas didácticas innovadoras en la escuela.

Palabras clave: Música del mundo – Proyectos de trabajo – Estudio exploratorio – Propuesta didáctica – Innovación – Educación primaria

GRADO DE SATISFACCIÓN DE ESTUDIANTES MEDIANTE LA COMPARACIÓN DE DOS MODELOS DE SIMULACIÓN CLÍNICA

AUTORES

M^a Salud González Melero y Pedro Antonio García Ramiro

Servicio andaluz de Salud y Universidad de Jaén (España)

mariasalud@me.com y pgramiro@ujaen.es

La simulación clínica se está incorporando progresivamente a los programas docentes de las universidades en respuesta a una asistencia sanitaria cada vez más compleja. La simulación clínica surge como un nuevo método de aprendizaje y de evaluación para aprender y valorar conocimientos, habilidades (técnicas y no técnicas) y actitudes en el ámbito de las ciencias de la salud. La simulación recrea un escenario, lo más fiel a la realidad y permite que los alumnos puedan resolver un caso clínico y, los profesores puedan analizar y evaluar la actuación. El entrenamiento con la simulación favorece la seguridad de los pacientes y evita el error.

La Asociación Internacional de Enfermería para el Aprendizaje mediante la Simulación Clínica (International Nursing Association for Clinical Simulation and Learning, INACSL), en sus estándares para la buena práctica en simulación publicados en 2011, define fidelidad como “la credibilidad o grado en que una simulación se aproxima a la realidad”. A medida que aumenta la fidelidad, aumenta el realismo. Este nivel de fidelidad lo determina tanto el medio en el que se desenvuelve el ejercicio, factores asociados a los participantes y los equipos humanos y materiales utilizados.

El objetivo del presente trabajo es analizar el grado de satisfacción de los estudiantes de enfermería que realizan simulación clínica en dos modelos de distinta fidelidad de simulación.

Los alumnos de segundo curso de Grado en Enfermería de la Universidad de Jaén fueron evaluados para comparar dos métodos de simulación *Low Fidelity Scenary* y *High Fidelity Scenary* en la atención inicial al paciente politraumatizado. Los alumnos realizaron un cuestionario sobre calidad y satisfacción relacionada con los dos métodos de simulación.

Los resultados que incluyen aspectos relacionados con la motivación, la priorización en la asistencia, el trabajo en equipo, la comunicación y el liderazgo, muestran mediante tablas y gráficos los datos obtenidos sobre el grado de satisfacción de las distintas metodologías, así como aspectos relacionados con las recomendaciones para la mejora de los ambientes de simulación.

Dado la diferencia en cuanto a costes y necesidades de las distintas metodologías de simulación las conclusiones del presente trabajo permiten establecer las prioridades en el establecimiento de los diferentes simuladores en relación con el grado de motivación y satisfacción de los estudiantes.

Palabras clave: Simulación Clínica - Simulación de Entornos - Satisfacción

EL EJERCICIO DE LA DOCENCIA EN LA EDUCACIÓN ESPECIAL: FORMACIÓN DEL PROFESORADO PARA LA EDUCACIÓN INCLUSIVA

AUTORES

Ángel Luis González Olivares y M^a Montserrat Blanco García

Universidad de Castilla La Mancha (España)

ALuis.Gonzalez@uclm.es y Montserrat.Blanco@uclm.es

El ejercicio de la docencia de las diferentes enseñanzas del Sistema Educativo Español requiere poseer las titulaciones académicas correspondientes y tener la formación pedagógica y didáctica necesaria para cada una de ellas. Las disciplinas de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje no son ajenas a este requerimiento, e incluso la adaptación al sistema de grados y postgrados del Espacio Europeo de Educación Superior ha realizado un cambio importante, los profesionales de la Educación Especial reciben una formación inicial como maestros/as en educación infantil o educación primaria y la especialización la adquieren con la formación en menciones cualificadoras.

El actual itinerario formativo plantea un nuevo marco conceptual que incluye prioridades orientadas hacia una nueva perspectiva y visión de estas especializaciones dentro de la formación general como maestros y maestras, con carácter actualizado e innovador.

Estas prioridades y preferencias se centran en; 1) avanzar hacia el desarrollo de las competencias del maestro y la maestra que dan respuesta a la diversidad del alumnado y a las necesidades educativas especiales que estos pueda presentar; 2) transformar el enfoque, rol y funciones de las actuales Facultades de Educación en las menciones de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje, utilizando metodologías de enseñanza para el aprendizaje y la profesionalización en los laboratorios de educación especial, o simulaciones de la realidad representada; 3) hacer efectivos los derechos a la educación, a la igualdad de oportunidades y a la participación de las personas con necesidades educativas especiales, garantizando su pleno acceso, permanencia y progreso en el sistema educacional, gracias a la aportación educativa y social de la propuesta de acción de profesionalización del maestro y la maestra de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje; 4) adoptar el curriculum común para la educación de todas las personas que presentan necesidades educativas especiales, y cambiar el enfoque y los elementos de diagnóstico y evaluación, con el objetivo de que sirvan para determinar los recursos y ayudas necesarios para optimizar los procesos de desarrollo y aprendizaje del alumnado; y 5) hacer mayor hincapié en la Formación para el Empleo de las personas con capacidades diferentes, hecho que ayudaría a prologar las acciones pedagógicas de una escuela inclusiva a una empresa inclusiva y, con ellas, una sociedad inclusiva.

El presente estudio se centra en cómo llevar a cabo la preparación y profesionalización del alumnado de Grado de Maestra y Maestro en Educación Primaria, en las Menciones de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje, utilizando una metodología basada en prácticas y experiencias innovadoras con entidades y contextos reales, donde las temáticas de las capacidades diferentes y las necesidades específicas de apoyo educativo comparten el aula ordinaria.

Palabras clave: Audición y Lenguaje – Educación Especial – Educación Inclusiva – Formación del Profesorado – Pedagogía Terapéutica

COMUNICACIÓN, RELACIONES PÚBLICAS GASTRONOMÍA, TURISMO Y MARCA TERRITORIO (CIUDAD O PAÍS)

AUTORA

Marta González-Peláez

U. Oberta de Catalunya – EAE - UPC (España)

marconta@marcontacomunicacion.es

La marca ciudad y la marca país son una carta de presentación en el exterior. Esa imagen de marca de una ciudad o país la componen muchos factores; uno de los fundamentales es la gastronomía. Los turistas además del patrimonio cultural del país que visitan buscan en su paquete turístico descubrir nuevas sensaciones en la mesa como una manifestación cultural más.

Nuestro país es rico en patrimonio artístico y arquitectónico, sol playa y gastronomía, por ello es cada vez más habitual encontrar personas que nos visitan con la intención de vivir experiencias en la mesa: comida y vino.

La gastronomía, antropológicamente hablando forma parte de nuestro patrimonio cultural tangible e intangible, socializa y crea un ambiente de comunicación que perdura más allá de la mesa. A través de ella se transmiten nuestros ritos, hábitos y costumbres.

Las relaciones Públicas juegan un papel fundamental en la promoción del turismo de un país y de la difusión del territorio que lleva intrínseco el importante componente gastronómico.

En definitiva la marca territorio es un generador de promoción y comunicación de un país, una ciudad y su cultura.

La dinamización del territorio se consigue construyendo una marca sólida del mismo y proyectándola al exterior a través de una estrategia de comunicación donde se tendrán en cuenta los elementos antropológicos, históricos, políticos y de idiosincrasia.

Por otra parte Internet y las redes sociales han contribuido a difundir de forma rápida el territorio, ya sea en conjunto como país o de una o varias ciudades que formen parte de las rutas turístico-gastronómicas.

Caso de análisis: ¿Cómo influye filosofía *slow* en la elección de un destino turístico?

Palabras clave: Comunicación – Relaciones Públicas – *Slow* (lento) – Gastronomía – Marca ciudad – Marca país – Turismo

COMPETENCIA DE PENSAMIENTO CRÍTICO E INTERDISCIPLINARIEDAD EN PRIMERO DE GRADO DE CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

AUTORAS

M^a Dolores González Rivera, Carmen Ferragut Fiol, M^a Luisa Rodríguez Hernández y Ana Isabel Villalba Pérez

Universidad Alcalá de Henares (España)

marilin.gonzalez@uah.es, carmen.ferragut@uah.es, mluisa.rodriguez@uah.es y ana.villalba@uah.es

El proceso de enseñanza y de aprendizaje basado en un enfoque para la adquisición del pensamiento crítico es esencial en la formación universitaria. Para ello, sería idóneo que las diferentes estrategias didácticas diseñadas e implementadas se desarrollaran de forma paulatina desde el primer curso de los estudios universitarios. Esto conlleva la necesaria colaboración interdisciplinar del equipo docente implicado en la titulación, además de hacer partícipe al alumnado en los procesos de evaluación. En este contexto, se han desarrollado actividades de forma interdisciplinar entre dos asignaturas de primero del Grado en Ciencias de Actividad Física y del Deporte: Atletismo e Intervención Docente en la Actividad Física y el Deporte. Estas actividades convergen en el desarrollo de una Unidad Didáctica de Atletismo y su exposición oral de cada uno de los grupos, donde el alumnado participa en procesos de autoevaluación y coevaluación. El propósito de este estudio es analizar las valoraciones del alumnado derivadas de la coevaluación.

El instrumento de recogida de datos fue una *clasificación ordinal* diseñado *ad hoc*, en el que el alumnado valoraba a sus compañeros tras las exposiciones grupales, según una *escala Likert* de 1 a 4: muy adecuado, adecuado, poco adecuado e inadecuado. La recogida de datos se desarrolló durante dos cursos académicos (2013-2014 y 2014-2015). El tipo de muestreo fue intencional de casos homogéneos y la muestra se compuso de 182 estudiantes de primero de Grado de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (97 alumnos en el curso académico 2013-2014 y 85 en el curso 2014-2015). Los alumnos se distribuyeron en grupos de ocho y seis, respectivamente, y hubo un total de veintisiete trabajos expuestos. Fueron analizados 811 instrumentos de evaluación mediante el programa SPSS en su versión 19.0.

Los resultados muestran que los ítems más valorados por el alumnado como adecuados y muy adecuados son la adecuación metodológica (86.2% en 2013-2014 y 85.6 % en 2014-2015), la claridad expositiva (84.1% en 2013-2014 y 83.7% en 2014-2015) y la coherencia entre los diferentes elementos didácticos (84.2% en 2013-2014 y 81.1% en 2014-2015). Los considerados menos adecuados o inadecuados son la adecuación de las respuestas a las cuestiones planteadas (38.8% en 2013-2014 y 30.4 % en 2014-2015), los ejercicios presentados (32.3% en 2013-2014 y 26.7% en 2014-2015), la progresión de los ejercicios (32% en 2013-2014 y 28.4% en 2014-2015) y el grado de originalidad y aportaciones personales (24.3% en 2013-2014 y 26.9% en 2014-2015).

Por tanto, el alumnado es consciente de la adquisición adecuada de determinados conocimientos, así como de las limitaciones que tienen en cuanto a la originalidad de los trabajos, la capacidad de responder adecuadamente y el planteamiento de ejercicios apropiados. Sería necesario que estos aspectos, entre otros, se trabajaran durante la titulación. Asimismo, se espera que se continúen implementando estrategias didácticas para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico a lo largo de los estudios y a través de un trabajo interdisciplinar.

Palabras clave: Pensamiento crítico - Competencia - Interdisciplinarietà - Coevaluación

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA EL ESTUDIO Y DIFUSIÓN DE LOS VALORES PATRIMONIALES DEL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL MUSEO MUNICIPAL DE GUANABACOA

AUTORES

Armando González Roca e Islenis Ravelo Massó

Museo Histórico de Guanabacoa (Cuba)

amaliacruz@fcom.uh.cu

Los antecedentes del actual Departamento de información y Documentación del Museo Municipal de Guanabacoa se remontan al siglo XVII. En esta época remota se fundó el primer archivo que tuvo el ayuntamiento de la localidad. Estudiar y organizar sí sistemáticamente estas abundantes fuentes documentales ha sido ardua labor emprendida por varias generaciones de historiadores e investigadores locales. A pesar de los frutos innegables de tan loable esfuerzo, este empeño es todavía una tarea inconclusa y una asignatura pendiente para los profesionales de hoy.

Nuestro departamento no solo ha custodiado celosamente documentos de inestimable valor patrimonial, sino que además ha implementado diversas iniciativas académicas que han contribuido a la trasmisión de la historia local y nacional. Esta estrategia comunicativa se ha concretado fundamentalmente en la realización de coloquios, simposios, exposiciones y conferencias dirigidas a docentes, alumnos y públicos en general.

Estas acciones han coadyuvado también a la adecuada valorización de nuestro patrimonio para ilustrar mejor su importancia histórico-cultural. Sin embargo, la aplicación de estas estrategias comunicativas ha resultado insuficiente para frenar el avanzado estado de deterioro de la riqueza sociocultural que atesora la villa de Pepe Antonio. De esta lamentable manera realidad no escapa el patrimonio documental, lo cual pone en peligro la conservación y difusión de parte de la memoria nacional contenida en aquellas vetustas páginas de los siglos pasados.

Palabras clave: Estrategia Comunicativa - Comunicación - Información

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA PUESTA EN PRÁCTICA DE METODOLOGÍAS INNOVADORAS EN CIENCIAS PARA PROMOVER EL CAMBIO ACTITUDINAL EN EL ALUMNADO DE BACHILLERATO. SEGUNDA ETAPA

AUTORES

Erica González-Sánchez, María del Carmen Acebal Expósito y Vito Brero Battista

Universidad de Málaga (España)

Gonzalez-Sanchez.E@uma.es, mcacebal@uma.es y vbrero@uma.es

El presente trabajo se enmarca en una línea de investigación que gira en torno al diseño, desarrollo y evaluación de estrategias metodológicas innovadoras para la enseñanza de las ciencias y la educación ambiental en el aula de secundaria obligatoria y post-obligatoria, y se centra en el juego de rol como estrategia para la promoción del cambio actitudinal y el desarrollo de comportamientos favorables hacia el medio en el alumnado de ciencias de dicha etapa educativa.

En este avance de la investigación se da continuidad a una primera experiencia de diseño y puesta en práctica de metodologías innovadoras en ciencias, llevada a cabo durante los cursos académicos 2012/13 y 2013/14, cuyos resultados fueron analizados y, posteriormente, presentados en el seno del Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID 2014 Virtual y En Línea) y publicados en la obra titulada *Líneas emergentes en la investigación de vanguardia* de © 2014 e ISBN: 978-84-481-9741-4, por lo que es abordado desde una perspectiva en ocasiones complementaria y otras veces comparativa.

Así, esta comunicación describe, en primer lugar, el diseño y puesta en práctica de una unidad didáctica referida al *Desarrollo Sostenible*, enmarcada en la materia *Ciencias para el Mundo Contemporáneo* impartida durante el curso académico 2014/15 en 1º de Bachillerato de Ciencia y Tecnología del I.E.S. Torre Atalaya de Málaga, cuya actividad final de aplicación consistió en un juego de rol orientado a “la promoción de la creatividad, el trabajo en equipo, la capacidad para expresarse en público, el aprendizaje autónomo y la utilización de métodos de investigación apropiados -entre otras competencias del alumnado-” (González-Sánchez et al., 2014), empleando para ello de manera adecuada las tecnologías de la información y la comunicación.

En segundo lugar, se centra en el proceso de evaluación: a) del diseño e implementación de la unidad didáctica, mediante el análisis de la información cualitativa recogida tanto por observación directa (incluyendo observadores externos), como a través de las opiniones y experiencias del alumnado participante, expresadas en los cuestionarios de evaluación diseñados a tal fin, que incluyeron preguntas abiertas, cerradas y escalas de tipo Likert; b) evaluación preliminar del cambio actitudinal promovido por la actividad de juego de rol, mediante el análisis pre-post test de las ideas previas del alumnado, recogidas en una producción escrita anterior a la realización del juego de rol y comparadas con las opiniones formuladas tras su participación en el mismo.

Finalmente, se señalan similitudes y diferencias significativas entre ambas experiencias y se formulan propuestas de mejora como resultado del proceso de evaluación descrito.

Palabras clave: Enseñanza de las ciencias - Innovación metodológica - Educación ambiental - Juego de rol - Cambio actitudinal

MÉTODO EDUCARE PARA LA DIAGNOSIS, EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN VALORES HUMANOS EN EL COMPORTAMIENTO SOCIAL

AUTOR

Miguel González Santos

Universidad Complutense de Madrid (España)

miguelgonzalezsantos1@gmail.com

Ante el desafío y cada vez mayor demanda ciudadana de un nuevo orden mundial garante de las más altas cotas posibles de convivencia pacífica, bienestar, libertad y felicidad, se hace necesaria una revisión de los principios éticos que han regido históricamente el progreso de los pueblos, para así recuperar la esencia de la formación basada en los valores inherentes a una relación humana de calidad, genuina y saludable. Éstos son, básicamente: la verdad, el deber o acción correcta, la paz, el amor y la no-violencia.

Estos valores esenciales en el proceso formativo vertebran el método Educare que es el que proponemos para el diagnóstico y corrección de los efectos perniciosos de los medios de comunicación audiovisuales en el deterioro de los comportamientos sociales. (Educare > educere > ducere > deuk = guiar, conducir, extraer aquello que está dentro de cada ser). Hoy en día, los medios apenas cumplen con el único fin de entretener, las más de las veces, de manera poco ejemplar o escasamente moralizante. Incluso esta última aspiración, noble en el pasado, está actualmente muy devaluada y carece de lo que mal se define por “reconocimiento social” o lleva implícita, una connotación peyorativa entre muchos críticos, creadores y artistas.

En nuestro tiempo, la formación humanista, que debería buscar la excelencia del individuo, ha descendido en los medios de comunicación social, cine, televisión, videojuegos e internet hasta niveles percibidos por un cada vez más amplio sector de la población como alarmantes.

En la actualidad, son ampliamente consideradas como ineficaces las medidas, únicamente punitivas, prohibitivas o sancionadoras, que tratan de regular en vano, o raramente penalizar sin éxito ni vías de solución, a los responsables en la difusión de tratamientos de contenidos nocivos, degradantes de la buena conducta o que puedan herir la sensibilidad del espectador o usuario.

Fomentar, pues, la información y contenidos que propaguen la necesidad de un verdadero cambio social con la práctica de los valores humanos por cada actor y destinatario, se detecta, por probadas razones, como la única solución real y duradera a este desafío. Esta conclusión viene estadísticamente avalada, por los resultados obtenidos en la experiencia de los educadores que han implementado estos lineamientos en programas formativos piloto de Educación en Valores Humanos (EHV) entre niños, adolescentes y adultos de varios países, con óptimos resultados en la re-educación de sus hábitos de conducta y tendencias viciadas del carácter.

Clasificar y calificar los productos audiovisuales y premiarlos en base a esta posible normativa, que regule la idoneidad de los contenidos, en función de la práctica y el respeto a los valores y su promoción y difusión a la sociedad, es la propuesta de este proyecto. La ausencia de reglas es hoy una de las carencias más perentorias de nuestra cultura, amenazada de extinción, como ya sucedió antes con otras muchas civilizaciones de la historia de la humanidad, desaparecidas por su degradación moral.

Palabras claves: método Educare - Medios de comunicación - Contenidos para generar cambio social

NARRAR ES NARRARSE, INVESTIGAR ES INVESTIGARSE: REFLEXIONES SOBRE LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA.

AUTOR

Darwin González Sierra

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y Corporación Unificada Superior (Colombia)
darwingonzalezsierra@yahoo.com

El ejercicio de investigación-reflexión que aquí se presenta, surge de la necesidad de discutir los discursos, las prácticas y las intencionalidades formativas en los procesos adyacentes a la investigación académica desde la experiencia de formación doctoral y el trabajo universitario en investigación científica e investigación formativa

Esta necesidad, parafraseando a Hans Georg Gadamer en unos de sus últimos textos: “Educación es educarse”, designa la acción autónoma que está implícita en el ejercicio investigativo contemporáneo. Investigar es investigarse, es indagar la propia naturaleza del investigador en clave de sus prácticas y acciones. La investigación es, entonces, una narración; un modo privilegiado de conversar con la historia y con su-historia, desde sí y desde el otro.

El investigador que reflexiona su práctica, posiciona su discurso, y las intencionalidades de los escenarios que tienen lugar en su proceso formativo. Claves de esta experiencia han sido, por un lado la necesidad de ampliar la capacidad de comprensión de las dinámicas educativas y pedagógicas de la investigación, y por el otro, la reflexión permanente por el hacer en el aula y alrededor de esta.

Palabras Clave: Investigación - Narración - Formación - Educación

¿ESTÁN LOS ESTUDIANTES DE MAGISTERIO DOTADOS DE RECURSOS EMOCIONALES?

AUTORAS

María D. Gordillo Gordillo y Susana Sánchez Herrera
Universidad de Extremadura (España)
mgordillogordillo@gmail.com y ssanchez@unex.es

En el presente estudio pretendemos, como objetivo principal, analizar la capacidad que tienen los futuros docentes para el manejo, control, regulación y utilización de sus emociones de manera eficaz, en relación con sus emociones o estados afectivos. Para ello, hemos realizado un estudio socio-descriptivo que distingue resultados encontrados en función de las variables edad (primer o cuarto curso) y especialidad de la titulación (infantil y primaria).

Esta Competencia Emocional que perseguimos evaluar fue medida utilizando variables como la Autoeficacia, la Inteligencia Emocional o la Empatía. Para ello contamos con una muestra que estuvo compuesta por 600 alumnos del Grado de Magisterio en las especialidades de Infantil y Primaria de la Universidad Extremadura.

Los resultados obtenidos indican que los alumnos de cuarto curso parecen sentirse más inteligentes emocionalmente y más autoeficaces que los de primero. Por su parte, los alumnos de infantil muestran mayores niveles de Empatía y de *Engagement* que los de primaria, los cuales se sienten más autoeficaces pero sólo a nivel académico. En el desarrollo del trabajo hemos comprobado que estos resultados pueden explicarse porque los alumnos de magisterio parecen encontrarse más seguros de sí mismo cuando alcanzan el cuarto curso, mientras que los de infantil, debido a causas sobre todo en relación con la edad la población con la que van trabajar, necesitan más empatía y es una carrera más vocacional.

Palabras clave: Competencia Emocional - Futuros Docentes - Emociones

TEACHING JOURNALISTIC GENRES ACROSS EUROPE AND BRAZIL: FROM TYPE TO MEDIUM

AUTORA

Anabela Gradim

Universidade da Beira Interior (Portugal)

agradim@ubi.pt

Journalistic Genres, once a core discipline in journalism graduation courses, is being replaced in many curricula by the teaching of media-embedded reporting techniques. Instead of learning on genre and type reporting techniques, many Bologna adapted courses have replaced the practice of traditional journalistic genres for media practices: radio, television and web reporting – in their curricula.

This paper maps the extension of this discipline replacement in Portugal, Spain, Brasil, France and Northern Europe's Journalism and Communication courses – showing Journalistic Genres are surviving at different rates in these countries.

Relying in Todorov's distinction on type (a deductive and normative construction) and genre (inductive creation of recognizable narrative structures), it argues this divorce between genres and media practices results of a confusion between type and genre; and that curricula would be better off teaching genres (linguistic abstract inductive constructions) as well as practices (media embedded reporting), instead of replacing one for the other, creating what Barbie Zelizer has prescribed as the future of journalistic studies: "keeping craft, education and research together in the curriculum" to "help us understand journalism more fully" (Zelizer, 1990: 38).

Palabras clave: Journalism – Genres – Curricula

DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN DIDÁCTICA DE LA TRADUCCIÓN

AUTORA

Ana Gregorio Cano

University of Texas at Arlington (Estados Unidos)

anagregoriocano@gmail.com

La investigación en didáctica de la traducción representa un campo de estudio con una vertiente muy aplicada, sin embargo, sigue siendo un campo bastante virgen en cuanto al desarrollo de proyectos de investigación que ahonden en cuestiones que beneficien en el proceso de la formación de futuros traductores, especialistas en comunicación intercultural o intérpretes (Calvo, 2010; Cerezo, 2012).

Consideramos que existe una necesidad imperiosa de estudios empíricos de diferente naturaleza para confirmar (o no) la validez de las prácticas formativas actuales (Morón, 2010; Hurtado, 2011), dada la importancia desde hace muchos años de las competencias en la formación de traductores. La investigación en cuanto a qué competencias conforman la competencia traductora (CT), así como los agentes que intervienen en su desarrollo han sido centro de interés y de debate de muchos autores (Wilss, 1976; Nord, 1991/2005, 1992; Gile 1995/2009; PACTE 1998, 2000, 2001a, b, 2003, 2007; Kelly, 1999, 2002, 2005a, 2007, por mencionar solo algunos). Pese a que son muchos los autores que estudian la CT, sigue siendo un tema difícil de abordar por lo complejo que resulta comprobar su desarrollo y/o adquisición como producto de la formación recibida tras varios años de estudio.

En el presente trabajo, ofreceremos un breve recorrido por varias de las investigaciones empíricas en didáctica de la Traducción desarrolladas muchas de ellas en el seno del grupo de investigación AVANTI de la Universidad de Granada, donde veremos, por ejemplo, que la elección de una estrategia de obtención de datos u otra depende de las necesidades y fuentes disponibles para llevar a cabo la investigación (Fink, 2005: 141), así como que para obtener resultados significativos en el seno de la didáctica a veces la esencia no reside en las macro-investigaciones, sino en los que puedan ofrecernos las investigaciones desarrolladas en un nivel micro (Gregorio, 2014).

Palabras clave: Diseño de investigación - Estrategia de obtención de datos - Didáctica de la Traducción - Competencia traductora - Macro y micro investigación

EL DESARROLLO DE LA AUTOCONFIANZA DE LOS ESTUDIANTES EN EL SENO DE LA UNIVERSIDAD

AUTORA

Ana Gregorio Cano

University of Texas at Arlington (Estados Unidos)

anagregoriocano@gmail.com

El principal objetivo de este trabajo es ofrecer una visión panorámica del planteamiento innovador de la asignatura obligatoria de seis créditos ECTS “la Profesión del Traductor e Intérprete” y la repercusión del ambiente y planteamiento de la misma en el desarrollo (¿y nacimiento?) de la autoconfianza de los estudiantes de cuarto (y último) año de grado de Traducción e Interpretación (TI) de la Universidad de Granada.

En un principio, la asignatura está concebida dentro del plan de estudios del Grado en TI, tanto como una herramienta para facilitar y agilizar la inserción laboral de los estudiantes de último curso de grado, como una vía para cubrir la falta de información existente en torno a la realidad profesional con la que se encuentran los estudiantes una vez que finalizan sus estudios. Sin embargo, el transcurso de la asignatura, la dinámica dentro del aula, así como los resultados de las sesiones de valoración global de la asignatura y la encuesta de mejora diseñada por la profesora de la asignatura cumplimentada por los estudiantes, demuestran que el gran éxito de la asignatura ha sido el impacto producido en la autoconfianza de los estudiantes de las cuatro lenguas B (alemán, árabe, francés e inglés) que cursaban la asignatura en el año académico 2014/15.

En este trabajo analizaremos los puntos fuertes y débiles de una asignatura con un enfoque colaborativo y centrado en el estudiante como actor principal del proceso de enseñanza-aprendizaje en el contexto universitario. Asimismo, ofreceremos la *receta* para que, sin ser el objetivo explícito de la misma, los estudiantes de último año de grado hayan declarado que el enfoque docente y la atmósfera de clase en un aula con 80 estudiantes hayan dado como resultado que de entre todo lo aprendido, lo principal haya sido la autoconfianza.

Palabras clave: Autoconfianza – Enfoque colaborativo – Enfoque docente – Atmósfera de clase – Proceso de enseñanza-aprendizaje.

DESAFÍOS PARA LA DOCENCIA EN EL CONTEMPORÁNEO CONECTADO: EL USO DEL ORDENADOR Y DE LA INTERNET EN LA EDUCACIÓN BRASILEÑA A TRAVÉS DE LA PESQUISA TIC EDUCAÇÃO

AUTORA

Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti

Universidade de São Paulo (Brasil)

fabianagrieco@usp.br

La implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TT.II.CC) en las prácticas educativas ha transformado el proceso de enseñanza y aprendizaje. El impacto de los cambios en los entornos educativos formales afecta principalmente a los docentes y sus prácticas profesionales, especialmente en las universidades. Cada vez más, el paradigma del docente detentor hegemónico del conocimiento encuentra-se bajo amenaza con la oportunidad de acceso a Internet y participación mediada de los actores en red, principalmente de los jóvenes.

Frente al desarrollo de herramientas y de una mayor participación en la WEB 2.0, este trabajo propone el análisis del grado de dificultad en el uso del ordenador y de la Internet por los docentes de las escuelas brasileñas, lo que dialoga con la realidad de muchas universidades, a través de un enfoque comparativo de las ediciones 2010 – 2014 de la Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC Educação. Llevada a cabo por el Centro Regional de Estudios para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (CETIC.br), bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la investigación Pesquisa TIC Educação se consolida como uno de los estudios más importantes sobre TT.II.CC en las escuelas públicas y privadas en áreas urbanas brasileñas, que abarca la investigación sobre la infraestructura y la posible apropiación de las tecnologías en los procesos educativos. Entre otras apropiaciones, el acceso a Internet implica en el dominio de nuevas herramientas y lenguajes.

MIL - Media and Information Literacy

Ese proceso de apropiación y dominio de nuevas semánticas interactúa con la propuesta denominada MIL – Media and Information Literacy (literacias de los medios y de la información) por la UNESCO. Según la Organización, MIL se refiere a la unión de los medios y de la información, ámbitos tradicionalmente separados, y al conjunto de competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) necesarias para la vida de la población conectada. El empoderamiento de los individuos a través de MIL es un requisito previo importante para la promoción del acceso equitativo a la información y al conocimiento y para la construcción de medios de comunicación libres y sistemas de información independientes. Las alfabetizaciones de los medios y de la información se configuran como parámetro que contribuye para el análisis del grado de dificultad para el desarrollo de habilidades y destrezas en la WEB por docentes de las universidades y escuelas brasileñas. Ya el enfoque comparativo de la investigación Pesquisa TIC Educação 2010 – 2014 permite mapear las apropiaciones de TT.II.CC. en el contexto de la enseñanza. Se cree que este estudio contribuirá a dibujar el escenario de los docentes en términos de uso del ordenador y de la Internet, lo que podrá señalar un gran avance en el proceso de producción de conocimiento y, quizás, representará un intento de emancipación de los ciudadanos en red.

Palabras clave: Docencia - Internet - Tecnologías de la Información y la Comunicación (TT.II.CC.) - *Media and Information Literacy (MIL)* - *Pesquisa TIC Educação Brasil*

EVALUACIÓN DEL PROGRAMA EDUCATIVO DEL PROFESIONAL ASOCIADO EN GERONTOLOGÍA. UN CASO DE ESTUDIO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE, MÉXICO

AUTORAS

Jaqueline Guadalupe Guerrero Ceh y Ana Rosa Can Valle
Universidad Autónoma de Campeche (México)
jgguerre@uacam.mx y anarocan@uacam.mx

Antecedentes

Cada vez con más frecuencia se escucha en la sociedad que pronto seremos una ciudad, un país y un mundo de “viejos”. Los expertos en gerontología expresan con frecuencia: “Envejecemos desde que nacemos”, una realidad que en pocas ocasiones nos detenemos a reflexionar. Las expectativas de vida del Ser Humano se han incrementado considerablemente con el paso de los siglos; en el Siglo XXI es de lo más común encontrar personas con más de 65 años de vida.

En este tenor, se precisa la formación de recursos humanos con las competencias académicas enfocadas al cuidado del Adulto Mayor. La Universidad Autónoma de Campeche, México, tomó el reto de formar a los profesionistas en la atención de los Adultos Mayores, al autorizar en el 2005 el inicio del Programa Educativo denominado: Profesional Asociado en Gerontología, con una duración de dos años. En el 2010 se suspende con cuatro generaciones de egreso y sin evaluación del mismo.

Planteamiento del problema

¿Permite el modelo de evaluación de los CIEES, la toma de decisiones pertinentes del programa educativo del Profesional Asociado en Gerontología, así como la identificación de los factores que propician su suspensión? Nuestra hipótesis es que el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo.

Objetivo General

Determinar si el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo.

Materiales y métodos

Con la intención de realizar la evaluación del Programa Educativo, han sido seleccionadas: por su enfoque en la toma de decisiones, la teoría Evaluación Sistémica de Daniel L. Stufflebeam y Anthony J. Shinkfield, y los indicadores de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), se elaboró una lista de cotejo que integra una selección de 142 ítems en once carpetas. El enfoque de la investigación es de tipo cuantitativo, con un alcance descriptivo, un diseño no experimental - transversal.

Resultados

La Hipótesis es aceptada, el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo. En términos generales el resultado de la evaluación con los indicadores de los CIEES, da como resultado que se alcance a cubrir el 49.60% de los mismos. Hizo falta continuar creyendo en el Profesional Asociado, apoyarlo, dar seguimiento al programa para continuarlo y ofrecerlo como una salida transversal a la Licenciatura en Gerontología.

Palabras clave: Evaluación – Programa Educativo – Gerontología

IMPACTO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESPECIALIZACIÓN EN ESTUDIOS PEDAGÓGICOS DE LA CUC

AUTORES

Hilda Guerrero Cuentas y Juan Manuel Cera

Corporación Universidad de la Costa en Barranquilla (Colombia)

hguerrero@cuc.edu.com y jcera7@cuc.edu.com

El presente trabajo titulado Impacto Laboral de los Egresados de la Especialización en Estudios Pedagógicos de la CUC, se ha desarrollado en la bajo los lineamientos del CNA y en el marco del aseguramiento de la calidad en la Educación Superior, con miras a caracterizar, comprender y valorar la incidencia del desempeño laboral y el impacto que éstos tienen en el medio, con miras a identificar la opinión de los empleadores y conocer si su desempeño laboral está acorde con la formación recibida.

El soporte conceptual de la presente investigación tomó como punto de partida los referentes teóricos del Ministerio de Educación Nacional (2007), donde considera que hacer seguimiento a los egresados de la educación superior es una tendencia para ver sus logros y aciertos; la información contenida en el Observatorio Laboral para la Educación, como insumo para estudiar la pertinencia del programa. De otra parte se evidencia la importancia estratégica de los procesos de análisis de la situación de los egresados, así como los mecanismos y estrategias para efectuar ajustes al programa en atención a las necesidades del entorno, evidenciados a través del seguimiento de los egresados, SNIES y el Ministerio De Educación Nacional (2005).

Dentro del sistema de indicadores y variables del presente estudio se encuentran entre otros los aportes teóricos y empíricos en torno al perfil académico de los títulos de la educación superior, seguimiento a egresado por las instituciones de Educación Superior, las estrategias evaluación y retroalimentación, los retos de la educación del futuro vistos en la óptica de un modelo de enseñanza primaria y universal centrada en la condición humana. En tal sentido, se contemplan las recomendaciones de la Unesco (1988), sobre la importancia de considerar la educación a lo largo de la vida, articulada a los procesos que desarrollan los egresados en su inserción al mundo laboral.

Los resultados del presente estudio constituyen una base estratégica para validar el proceso formativo, reorientar procesos para generar una dinámica académica en el programa de Especialización en la Institución, fortaleciendo permanentemente los vínculos de relación con los egresados y empleadores, con el fin de identificar su ubicación laboral, conocer los logros, aciertos y desaciertos con respecto a los niveles de posicionamiento en los diferentes sectores en los cuales se desempeña, determinar cómo ha incidido la formación académica recibida en la CUC en su quehacer docente, al reflexionar de forma constructiva sobre su desarrollo profesional, determinando la satisfacción con la formación recibida, y profundizando en el grado de conocimiento, satisfacción y calificación que otorgan los empleadores y/o directores de recursos humanos al desempeño profesional de los egresados en términos de la satisfacción de sus requerimientos y las exigencias del mercado laboral, articuladas con los retos de la formación curricular en competencias profesionales, integradas desde las funciones misionales de docencia, investigación y extensión.

Palabras Clave: Impacto Laboral - Egresados - Empleadores - Estudios Pedagógicos - Competencias

AS VANTAGENS DAS TI NO PROCESSO DE ENSINO/APRENDIZAGEM

AUTORA

Maria Helena Guimarães Ustimenko
Instituto Politécnico do Porto (Portugal)
hcosta@iscap.ipp.pt

O Instituto Politécnico do Porto (IPP), ciente de que o futuro da educação assenta nomeadamente nas tecnologias de e-learning, tem vindo a desenvolver, ao longo dos últimos anos, programas educativos e formativos, de curta e de longa duração, com uma forte componente de e-learning e b-learning, alargando substancialmente as possibilidades de ensino/aprendizagem à distância, bem como a criação de consórcios com universidades estrangeiras. O ensino com recurso às novas tecnologias ocupa, hoje, na educação, um lugar cada vez mais importante, na medida em que complementa organicamente outras formas de formação, sendo utilizado não só pelas instituições de ensino, mas também por outras organizações, o que tem levado a uma maior aproximação entre os estabelecimentos de ensino, as empresas, os centros de I&D e as agências governamentais.

O processo de ensino/aprendizagem com uma forte componente de e-learning e b-learning pressupõe, por parte do estudante, uma maior autonomia na definição de prioridades de estudo. A participação autónoma do estudante torna o processo de ensino mais atrativo, nomeadamente para pessoas que pretendem aumentar os seus conhecimentos, numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida, que não seria porventura possível, caso os cursos oferecidos tivessem um plano rígido e apenas presencial.

Na nossa comunicação propomo-nos analisar, à luz da experiência levada a cabo até hoje na nossa instituição, aquelas que nos parecem ser as maiores vantagens da aplicação das TIC no ensino, assinalando alguns dos resultados positivos já alcançados, bem como as exigências, a nível de formação, que este processo traz para os próprios docentes, bwm como algumas das soluções possíveis para ultrapassar aquilo que alguns consideram ser as desvantagens do recurso às TIC, nomeadamente o contacto direto entre discente/docente, a prática oral, no tocante á aprendizagem, por exemplo, de línguas estrangeiras, um menor recurso a obras de investigação em formato impresso, entre outras.

Palavras chaves: Nuevas tecnologías y la educación - Ventajas y desventajas del *E-learning* - Aprendizaje a lo largo de la vida

PRINCIPIOS INSPIRADORES DE LA AGÊNCIA DA BOA NOTÍCIA GUAJUVIRAS (BRASIL): LA CONTRIBUCIÓN DEL PERIODISMO CIUDADANO A LA DEMOCRATIZACIÓN INFORMATIVA EN SECTORES MARGINADOS

AUTORES

Guillermo Gurrutxaga, María José Cantalapiedra y Leire Iturregui

Universidad del País Vasco (España)

guillermo.gurrutxaga@lanbide.eus, mariajose.cantalapiedra@ehu.eus y leire.iturregui@ehu.eus

La Agência da Boa Notícia Guajuviras (ABNG) nace en 2010 en la ciudad de Canoas (Río Grande do Sul, Brasil). Es un proyecto de comunicación concebido para prevenir la violencia entre los jóvenes de Guajuviras, un barrio que en 2009, antes del nacimiento de la ABNG, registraba 70,8 homicidios por cada 100.000 habitantes frente a los 47,5 del conjunto de Canoas. El 21,5% de esas muertes violentas tuvieron como víctimas a personas de entre 15 y 24 años. Durante cuatro meses, la ABNG forma a jóvenes y adolescentes en los fundamentos más básicos de la comunicación y el periodismo y les dota de la autonomía necesaria para su ejercicio a través de la utilización de instrumentos y herramientas para recoger y crear noticias (el teléfono móvil, la cámara fotográfica y de vídeo...) así como para su difusión (uso de *blogs*, Youtube, Facebook...).

Este artículo desgrana la aportación al proyecto de los distintos movimientos y propuestas conceptuales surgidas como respuesta a la demanda de una comunicación más democratizadora, necesidad de la que parte la ABNG en su objetivo por contribuir a rebajar los índices de violencia juvenil en Guajuviras. Para ello exprime las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías en la creación y difusión de contenidos por personas no profesionales de la comunicación, agentes activos de lo que actualmente se denomina periodismo ciudadano. No obstante, el artículo concluye también que la ABNG recoge el testigo de la comunicación popular, movimiento con arraigada tradición en América Latina y específicamente en Brasil durante la dictadura militar (1964-1985).

Ello, sin que pueda encuadrarse como medio alternativo, puesto que se trata de un proyecto nacido desde las propias instituciones. Al mismo tiempo, su visión formativa entronca con la concepción de la “pedagogía liberadora” de Paulo Freire, inspiradora de la comunicación popular. Y responde también a la necesidad de instruir a los propios comunicadores y al público, de la que el periodismo cívico hizo uno de sus principales estandartes en su surgimiento en Estados Unidos en torno a los años 90. Para ello la ABNG cuenta entre su profesorado con profesionales de la comunicación y la docencia universitaria. Pero tampoco el trabajo de la ABNG puede considerarse estrictamente como periodismo cívico, puesto que este último surgió y se desarrolla en el seno de la profesión y quienes participan en ella no son periodistas profesionales sino periodistas ciudadanos.

Palabras clave: Periodismo ciudadano - Democratización de la información - Comunicación popular - Periodismo cívico

APORTES TEÓRICOS QUE CONCEPTUALIZAN A LAS REDES SOCIALES DE CONOCIMIENTO Y A LAS REDES SOCIALES INTERORGANIZACIONALES COMO ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES INNOVADORAS

AUTORA

Lorena Beatriz Gutiérrez González

Universidad del Zulia (Venezuela)

ggutierrez@fec.luz.edu.ve

Frente a la conceptualización vaga de las redes sociales, en esta investigación, se procuró analizar los aportes teóricos que conceptualizan a las redes sociales de conocimiento y a las redes sociales interorganizacionales como estructuras organizacionales innovadoras. Para ello, se recurrió al método hermenéutico y a la técnica de análisis cualitativo de contenido.

Con base en lo antes expuesto, se señaló que las *redes sociales de conocimiento*, se revelaron como aquellas sustentadas en la confianza y en la existencia de intereses comunes para el mejoramiento de la implementación de soluciones, en los procesos productivos que se desplegaron entre la academia y los sectores empresariales e industriales, a los fines de transmitir un conocimiento que se encontraba en una fase previa a la innovación. Pudo inferirse, que en sí mismas, representaron el modo natural en que los actores latinoamericanos, se asociaron para optimizar la implementación de soluciones a partir de conocimientos que no fueron necesariamente innovadores, y además, sin que ocurriese la transferencia de tecnología (Casas, 2001). Por ello, las redes sociales de conocimiento, se distinguieron como una innovación social que persiguió el intercambio de conocimiento en fase previa a la innovación, a través de la vía tácita de asociación entre actores, para auspiciar, en fases posteriores a su origen y desarrollo, la implementación de soluciones tecnológicas, en contextos socioproductivos desestructurados.

Del mismo modo, se derivó que las *redes sociales interorganizacionales*, constituyeron una forma institucional de gobernanza de las relaciones recurrentes de intercambio económico entre actores (Ebers, 2002). Dichas relaciones, sustentadas en la confianza, implicaron una coordinación bilateral de planes y actividades. Según el estudio, la naturaleza de esta red, varió en función de su solapamiento con los otros mecanismos de gobernanza, a saber, el mercado y la empresa. Dicho solapamiento, se determinó por la elección que hicieron los actores de los contenidos que se intercambiaron y de la naturaleza de los vínculos que se establecieron. Lo anterior, convirtió a la red social interorganizacional en una estructura singular, cuya naturaleza varió según la elección que hicieron los actores de los contenidos que se intercambiaron y del tipo de vínculos que se establecieron para la transferencia tecnológica, necesaria en la etapa de implementación de la solución tecnológica. De esta forma, este segundo tipo de red social, se reveló como una innovación organizacional que persiguió agilizar la innovación tecnológica en contextos socioproductivos estructurados.

Para concluir, se afirmó que en contextos desarticulados, las redes funcionaron desde lo tácito e informal, mientras que en contextos estructurados, lo explícito y formal tomó cuerpo. Por ello, se consideró que la perspectiva sociológica de las redes sociales de conocimiento, privó como andamiaje teórico para el abordaje de los vínculos entre la academia, la empresa y la industria en nuestra realidad, pues, la forma desestructurada de dichas redes, se adecuó a las desarticuladas realidades socioproductivas latinoamericanas.

Palabras Clave: Redes sociales – Sociología - Teoría Económica - Administrativa - Países Latinoamericanos - Países desarrollados

LOS PATRONES DE NAVEGACIÓN Y LECTURA DE LOS USUARIOS DE DIARIOS ESPAÑOLES

AUTORES

Borja Gutiérrez Merelles y Lidia Maestro Espínola

Universidad Internacional de La Rioja (España)

borja.gutierrez@uni.net y lidia.maestro@unir.net

Las búsquedas realizadas en internet representan un punto de inflexión para las audiencias obtenidas por los diarios digitales. Nunca en su historia la prensa ha gozado de un número tan elevado de lectores que se conjuga con la ruptura del equilibrio económico. En este contexto, las herramientas de analítica web proporcionan una ingente cantidad de información, capaz de agregar valor transformable en resultados monetarios.

El conocimiento del lector adquiere una entidad determinante en las estrategias periodísticas y empresariales para cualquier empresa de comunicación. El *Big Data* ofrece datos carentes de sentido y significado, si el tratamiento de los mismos se realiza sin el rigor y la entidad que requieren. Es necesario un análisis profundo que impida que los media se queden en la superficialidad del dato. La obligada aplicación de técnicas innovadoras presentes en el campo de la analítica web mejora la segmentación avanzada del tráfico de búsqueda. A menudo se comete el error de realizar el tratamiento de la información como un “todo”.

Hemos asistido a las diferentes polémicas entre Google y el sector de la prensa, con un trasfondo económico proveniente de los ingresos de publicidad que proporcionan las búsquedas. Ante los diferentes dilemas, Google siempre ha defendido su sistema de búsqueda, que esté basado en dos etapas. En la primera, el buscador rastrea la web mediante las arañas que clasifican y almacenan páginas relacionadas con unas palabras clave, determinadas por los dispositivos donde el usuario navega. Posteriormente, cuando el usuario ha introducido un determinado criterio de búsqueda devuelven como resultado los sitio web que inicialmente habían sido relacionados con dichos criterios. El trasfondo de la polémica viene determinado por los ingresos provenientes de la publicidad; unos flujos económicos que necesita, más que nunca, la prensa escrita. Se hace necesaria la investigación dirigida a la optimización de resultados basados en los patrones de navegación y lectura de los usuarios de prensa digital, que mejoren además otros condicionantes: como el incremento del precio de los espacios publicitarios y la definición de modelos de negocio que proporcionen una mayor rentabilidad.

Dentro de los departamentos de desarrollo digital de las empresas periodísticas el uso de la herramienta de analítica más extendida hoy en día es *Google Analytics*, un software de medición nos permite establecer una tipología de nuestra audiencia según la búsqueda que realizan los lectores digitales. Esta investigación muestra el estudio de más de 6.700 sesiones en un sitio web de noticias, así como la catalogación de más de 500 palabras clave de acceso. Los resultados obtenidos demuestran que, dependiendo de los términos introducidos por la (nuestra) audiencia (introduce) en los buscadores se modifican los patrones de navegación y lectura dentro del medio de comunicación online. Esta realidad afecta directamente a los resultados y a la viabilidad económica del medio por su influencia en la comercialización de espacios publicitarios. De esta forma, los medios pueden utilizar esta información para segmentar, optimizar la calidad del tráfico de sus páginas y mejorar el valor de los contenidos periodísticos.

Palabras clave: Patrones de navegación - Lectores - Diarios digitales - Analítica web

DISEÑO DE PROYECTO PARA LA GESTIÓN EMOCIONAL EN EL ALUMNADO DEL CICLO SUPERIOR DE INTEGRACIÓN SOCIAL Y ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

AUTORES

Patricia Gutiérrez Román y Francisco Manuel Morales Rodríguez

Universidad de Málaga (España)

framorrod@uma.es y tati_irene@hotmail.com

El carácter del docente y la gestión emocional que llevara a cabo, repercute en las respuestas de alumnado, en cómo se sienten de realizados con su trabajo los/as docentes, en la motivación para su futura inserción ocupacional y su buena práctica profesional. Se parte de un proyecto previo de investigación, para conocer la percepción y la formación de docentes de primaria en emociones, al conocer los resultados y conclusiones del proyecto, detectando la necesidad de diseñar talleres practico-vivenciales en los cuales los/as docentes adquirieran herramientas y recursos, trabajando en primer lugar con los mismos, para poder mostrar su esencia y realizar su trabajo desde la motivación e ilusión para la docencia para realizar su trabajo de la forma más gratificante posible.

En este proyecto de investigación e innovación educativa participará el alumnado de formación profesional, específicamente de los ciclos de “Integración Social” y “Animación Sociocultural”. Se trata de una nueva propuesta de vanguardia en nuestro contexto orientada a mejorar la intervención autónoma realizada durante las prácticas, promover la inclusión y el trabajo con personas; considerando la importancia de la temática para el crecimiento y desarrollo personal y profesional del alumnado, dedicando un tiempo concreto a trabajar la identificación y la gestión de las emociones, planificando mejor las tutorías y el tiempo de atención al alumnado.

Las actividades del proyecto consisten en la realización de talleres enfocados desde la psicología humanista, para trabajar habilidades socioemocionales, bioenergética, crecimiento personal y relajación. Se desarrollan talleres prácticos-vivenciales con el alumnado de estos ciclos formativos, para despertar las emociones guardadas, para crear un clima de unión entre el alumnado y sus docentes y despertar la concienciación por la importancia de saber gestionar las emociones uno/a mismo/a como persona para poder transmitir esto al usuario/a en particular y a la sociedad en general. Para ello, los objetivos son: a) Cohesionar un grupo de trabajo colaborativo en el aula; b) Crear un clima beneficioso para el alumnado y docentes; c) Fomentar la participación e involucración; d) Hacerles sentir parte del proceso de enseñanza-aprendizaje; e) Fomentar sentimientos de apoyo, autocontrol y colaboración por parte del alumnado; f) Motivar al alumnado en sus estudios, al emprendimiento, la autonomía, etc.

La metodología/evaluación es participativa e interactiva y considera distintos indicadores que requiere una reflexión constante sobre el proceso llevado a cabo mediante las sesiones de iniciación, desarrollo y finalización provocar un aprendizaje significativo, lúdico y responsable. Nuestra sociedad cada vez es más diversa, surgen nuevas necesidades educativas y los Centros tienen que ir adaptándose, reflexionando, reciclandose e innovando para intentar mejorar el desarrollo normalizado de las clases, siendo una de las actuaciones para adaptar y reflexionar el trabajo de las emociones, para un aprendizaje más significativo y mejora de las relaciones interpersonales.

Palabras clave: Integración Social - Formación y Orientación Laboral - Gestión de emociones

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO ATRAVÉS DE PÍLDORAS DEL CONOCIMIENTO

AUTORAS

Begoña Gutiérrez San Miguel y M^a Isabel Rodríguez Fidalgo

Universidad de Salamanca (España)

bgsm@usal.es y mrfidalgo@usal.es

Las revistas de investigación científica se han constituido en uno de los elementos determinantes en el proceso de transferencia de resultados en la investigación, a la par que medidores de la producción científica. La forma y manera de transferir los citados resultados está sujeta a unas normas de publicación que en ocasiones los investigadores o desconocen o les resultan de difícil plasmación. En la actual investigación se presenta el proceso de realización de “píldoras del conocimiento”, con el fin de ilustrar las fases de un artículo científico en la búsqueda de la transferencia de los resultados de manera correcta y aceptable.

La incorporación de los materiales resultantes se alojó en diversos portales institucionales y en redes sociales. La integración en ellos tenía como finalidad la visibilidad de la tarea universitaria a la par que el fomento de su función como fuente de información creadora del conocimiento y divulgadora académica, científica y cultural. Se unen, por tanto, la institución de enseñanza superior y los contenidos que genera, mediante la aplicación iTunes U un portal que mantiene la identidad corporativa de cada una de las Universidades, convirtiéndose en un espacio de búsqueda preferente de información y de fuentes especializadas, investigadoras y profesionales; las revista de investigación científica, Fonseca Journal of Communication, vinculada a la Universidad de Salamanca, como vehículo de transferencia de resultados de la investigación; y las redes sociales de uso común por parte de usuarios e investigadores.

Los objetivos específicos perseguidos han sido varios tales como; planificar, diseñar y poner en práctica herramientas que permitan desarrollar contenidos activos, analizar la influencia que tiene el desarrollo de este tipo de instrumentos y herramientas de evaluación en el incremento del aprendizaje del alumnado universitario y en la mejora de su rendimiento académico. La búsqueda de nuevas capacitaciones de los docentes con la utilización de diferentes métodos y técnicas de aprendizaje de acuerdo a sus áreas. Enseñar a los alumnos el uso de diferentes métodos y técnicas de aprendizaje de acuerdo con los conceptos de investigación acción. O dotar de herramientas y habilidades en la transferencia de resultados en el proceso de investigación para llevar a cabo un buen artículo de investigación científica, a la comunidad académica. La metodología utilizada de índole cualitativa se basó en el modelo de investigación acción, con la participación colaborativa entre alumnos y profesores compartiendo información y generando contenidos para la mejora docente e investigadora.

Los resultados obtenidos arrojan indicios que potencian la continuidad en el aumento de píldoras del conocimiento que ahonden más en el proceso de creación de un artículo científico. Es el resultado de un proyecto financiado de Innovación, incluido en el Plan Estratégico General 2013-2018 de la Universidad de Salamanca.

Palabras clave: Píldoras del conocimiento - Investigación- Innovación - Redes - Revista científica

FINLANDIA EN LAS ELECCIONES EUROPEAS 2014 Y 2009: CONTEXTO HISTÓRICO Y LÍNEAS ARGUMENTALES DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

AUTORAS

Liisa Hänninen y Felisa Arribas Pérez
Universidad Complutense de Madrid (España)
liisaire@ucm.es y felisaarribas@telefonica.net

En Finlandia, los últimos comicios europeos 2014 para elegir los MEPS para el periodo parlamentario 2014-2019 fueron una réplica de las elecciones anteriores 2009 en cuanto a resultados por partidos y confirmaron el auge del nuevo nacionalismo radical, aparte de consolidar la posición de los conservadores. Las campañas electorales se basaron en repeticiones de ideas de las campañas anteriores, con pocas innovaciones creativas. Sin embargo, fueron realmente las elecciones europeas del verano 2009 marcaron un antes y un después en la política de muchos países, entre ellos Finlandia.

La pérdida de fuerza de los partidos de centro-izquierda e izquierda y el fortalecimiento de los movimientos nacionalistas junto con las voces de alarma sobre las posibles causas y soluciones de la crisis económica, además de una participación electoral baja fueron denominadores comunes en los comicios europeos. También en Finlandia, el centro-izquierda perdió votos, mientras que un partido de nueva creación, conservador y nacionalista, los Verdaderos Finlandeses ganaron 2 de los 13 escaños que el país tiene en el Parlamento Europeo.

Los resultados seguían la tónica europea, previsible y pronosticado por analistas europeas con varios meses de antelación a las elecciones. Sin embargo, las campañas electorales de los principales partidos finlandeses sorprendían en cuanto a sus mensajes e ideas creativas, en muchos casos muy distantes a la ideología tradicional y forma de comunicar de las agrupaciones, tendencia que se repitió en 2014, aunque con mayor moderación.

La estética *flower power* y los mensajes alegres y entusiastas de la Coalición Nacional, de tradición derechista, los mensajes individualistas de los candidatos del Partido Socialista, como por ejemplo “*A Europa no se va a hacer tonterías*” y la evocación de los tiempos duros del pasado mediante el uso de la “*Canción de la tierra hambrienta*” del Partido del Centro junto con las “*hadas-conciencia del pueblo*” de la Izquierda llamaron poderosamente la atención en la actual situación económica y política que requiere soluciones realistas y mensajes claros de los partidos políticos.

En el presente trabajo, mediante un análisis de contenidos centrado tanto en los mensajes verbales como en el uso de las imágenes y los símbolos, se analizan las líneas argumentales y la creatividad utilizadas por las principales fuerzas políticas finlandesas en los comicios europeos 2009 y 2014, tratando de comprender y explicar la disonancia entre la ideología manifiesta de los partidos y sus campañas electorales. Así mismo, para contextualizar el panorama político finlandés, se hace un breve recorrido por la historia política y nacimiento de los principales partidos en el país nórdico.

Palabras clave: Creatividad - Campaña electoral - Parlamento Europeo - Historia política - Finlandia

INFLUENCIA Y EFECTOS COLATERALES DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) EN LA EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

María Heras Escribano
Universidad de Granada (España)
herasescribano@correo.ugr.es

Mediante este artículo se pretende acercar a los lectores a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta revisión se ha realizado con un rango temporal que abarca desde el año 1990 hasta el 2013.

Con esta revisión, se pretende mostrar la influencia que las TIC han tenido y siguen teniendo en la actualidad en diferentes ámbitos como son el académico, el no académico, en la formación del futuro profesorado, y en la de los docentes que, habiendo finalizado sus estudios, se les exige lo mismo que a los que aún no los han finalizado. Por otra parte, también se tiene en cuenta la influencia que las mismas han tenido con respecto a su introducción en el ámbito escolar, y en la formación del alumnado.

La introducción de las TIC en el ámbito educativo no ha sido homogénea, de hecho, existen referencias bibliográficas en las que se nos explica las diferentes dificultades que la introducción de las TIC ha ocasionado en este ámbito.

Tras la lectura del mismo se puede concluir qué tipo de influencia ha tenido la introducción de las TIC en nuestra sociedad, cómo la ha ido cambiando y de qué forma esta ha ido adaptándose o no a estos cambios.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) - Educación Infantil - Docentes - Alumnado

RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA LA REPRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS COMPLEJOS: UN ESTUDIO DE CASO SOBRE VALORES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

AUTORA

Coral Hernández Fernández

Universidad Complutense de Madrid (España)

mclhernandez@ucm.es

En toda investigación social, la tarea más atractiva es el análisis e interpretación de los datos, ya es en ella donde se construye el significado y se da respuesta a las preguntas de investigación. Sin embargo, especialmente en las investigaciones de corte cualitativo, es la fase más difícil ya que en ella, a la complejidad inherente a lo social se suma la naturaleza de la información, en su mayor parte compuesta por relatos (textos o imágenes) que son discursos producidos sobre la realidad y que contienen, en sí mismos, información multidimensional e interrelacionada.

En términos generales, el análisis cualitativo se lleva a cabo separando los distintos elementos que componen dichos relatos, clasificándolos y agrupándolos de modo que se hagan evidentes las relaciones entre ellos para, en última instancia, reconstruir el todo a partir del conjunto relacional de las partes. Pero para poder realizar ese análisis, primero necesitamos sistematizar la información, transformándola en un conjunto de datos operables.

Este artículo revisa algunos recursos que las nuevas tecnologías aportan a los investigadores para facilitar este proceso de transformación de informaciones complejas en un conjunto de datos sistematizados y operables. Concretamente, presentamos un estudio de caso en el que se pidió a dos grupos de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, que identificasen sus principales valores y contravalores (los conceptos o ideas con los que se identifican y los que rechazan de forma activa), representándolos mediante imágenes.

La investigación, entre otras técnicas participativas, incluyó una sistematización de información realizada por los propios jóvenes, que identificaron, clasificaron y asignaron descriptores semánticos a las imágenes elegidas por sus compañeros para representar sus valores y contravalores. Para ello se utilizaron herramientas gratuitas de software colaborativo que nos permitieron crear una base de datos en la que, finalmente, se clasificaron un total de 1.742 imágenes a las que se asignaron más de 5.000 descriptores semánticos (hasta tres palabras por imagen). Dicha base de datos facilitó la cuantificación de los principales valores y contravalores que, a su vez, nos permitió reagruparlos en categorías más amplias sobre las que posteriormente se trabajó en grupos de discusión para valorar el simbolismo y representación de las imágenes más recurrentes.

Finalmente, tomando como punto de partida los descriptores semánticos de esas grandes categorías de valores y contravalores, se utilizaron nuevas herramientas gratuitas de software para la obtención de nubes de *tags* que ofreciesen, de forma gráfica, una primera aproximación a los conceptos y significados de cada categoría. Estas herramientas asignan tamaños de letra proporcionales a la frecuencia con la que aparece cada término introducido, permitiendo además eliminar elementos lingüísticos sin valor referencial (preposiciones, artículos, etc.) y filtrar las palabras que no se desean considerar en el análisis (por ejemplo, para eliminar de la visualización la palabra o valor que se trataba de definir). Las nubes semánticas así obtenidas, al ser relacionadas con las imágenes más representativas de cada valor, proporcionaron una representación icónica integrada de elementos iconográficos y semánticos.

Palabras clave: Valores juveniles – Análisis iconológico – Herramientas de software - Cualitativo

RACIONALISMO EMERGENTE EN LA HUMANIZACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

AUTORES

Pedro Hernández Malpica, Migdalia Caridad y Harold Bernardo Sukier

Universidad de la Costa (Colombia)

phernand9@cuc.edu.co, ncaridad1@cuc.edu.co y hsukier@cuc.edu.co

Las competencias del docente universitario obedecen en la actualidad a procesos lógicos productores de interacciones dinámicas, complejas y aceleradas de cambios en la educación superior (Race, 1998), relacionados con cuatro factores: (a) Alta velocidad, cantidad de generación y obsolescencia del conocimiento, (b) Presencia masiva de tecnologías de la información y comunicación, (c) Incertidumbre sobre cómo se aprende de una manera efectiva, (d) Empoderamiento de quien aprende como consecuencia del cambio de paradigma en el aprendizaje; y por otra parte también se relacionan a modelos de gestión de conocimiento que inquietan el bienestar individual y colectivo; concibiendo según Rodríguez (2003) una docencia que no solo requiere ser susceptible a adaptarse a tales cambios, sino que debe mutar definitivamente hacia una visión holística donde el docente reconstruya una identidad profesional adaptable permanentemente a nuevos papeles y funciones que desarrollarán en innovadores escenarios de actuación.

En este sentido, Luhmann (1997) señala que puede estar haciendo falta un racionalismo crítico constructivista orientado a la generación de conocimiento, previo a ello, de mensajes simbólicamente generalizados que permitan un re-conocerse, un re-pensarse acompañado de un actuar diferente. Se requiere en consecuencia de privilegios del desarrollo de capacidades humanas, que de acuerdo a Sen (2001), permitan una creación colectiva de saberes con propósitos diferentes, más allá de aprendizajes memorísticos y obtención de “notas” excelentes, con ideales de lograr cambios en las personas y su correspondiente impacto real en las comunidades objetivo (estudiantes). La docencia universitaria a todos sus niveles, precisa flexibilización en la generación de ideas a través de raciocinios analíticos que no sean concebidos como verdades absolutas, sino como ideas que emergen determinadas por el contexto, leyes, teorías o supuestos donde se circunscriben los sujetos, es la humanización de la ciencia a través de la combinación de la razón con la experiencia (racionalismo emergente).

La investigación se aproximó etnometodológicamente a comprender la incidencia de los procesos lógicos en la humanización de docencia universitaria en Colombia, Venezuela y México, se desarrolló bajo el paradigma científico cualitativo y consistió en recopilar reflexiones, opiniones y puntos de vista de autoridades-docentes-alumnos que a través de sucesivos momentos, reducciones y codificaciones axiales, agenciaron la construcción de un orden de significado que contempló los elementos que conforman actualmente el proceso educativo universitario. Las interpretaciones fundadas en las contrastaciones de entrevistas y soportes teóricos, manifiestan que aun en el sector universitario prevalece el razonamiento analítico concebido como realidad absoluta, lo cual dificulta orientar procesos educativos innovadores en los cuales puedan emerger ideas, lugares experienciales, circunscritos a los sujetos y sus necesidades, así como obstaculiza al docente universitario la libertad de cátedra, necesaria para la creación de nuevos saberes o elementos que suelen generar la tensión esencial de Kuhn (1989), generadora de resultados, didácticas y contenidos impredecibles.

Palabras clave: Racionalismo Emergente – Humanización de la Docencia – Innovación Educativa – Saberes

ACTOS UNIVERSITARIOS Y CEREMONIAL EN UNIVERSIDADES EUROPEAS Y SU VALOR COMO HERRAMIENTA DE RELACIONES PÚBLICAS

AUTORES

Salvador Hernández Martínez y Marián Navarro Beltrá
Universidad Católica de Murcia (España)
shernandez@ucam.edu y mnavarro2@ucam.edu

Debido a que las universidades son una de las pocas instituciones medievales que todavía perduran, el mantenimiento de las tradiciones y símbolos que han pervivido a lo largo de los siglos son todavía una herramienta que las prestigia y resulta muy valiosa como elemento de Relaciones Públicas pues posibilita la proyección de una imagen única y característica que las define y diferencia.

Estos símbolos y normas de ceremonial, que en el ámbito profesional se reconocen como elementos de protocolo universitario, son especialmente visibles en los actos académicos solemnes, como el de doctor honoris causa o el de apertura de curso. Entre estos símbolos destaca el uso del traje académico por parte de los doctores universitarios o el desfile de la comitiva académica que en España forman parte de la escenografía en la gran mayoría de los actos académicos citados. Estos símbolos guardan una conexión estrecha con la institución que creó todas las universidades europeas a principios del siglo XIII, que fue la Iglesia Católica, como se pondrá de manifiesto en este estudio.

El punto de partida y objetivo principal de este estudio era comprobar si, al igual que en las universidades españolas, en otros países del continente existen conexiones o similitudes en cuanto a las citadas tradiciones y símbolos o, si por el contrario no se les presta atención, a pesar de su valor en la proyección de la imagen de las instituciones frente a sus públicos. En concreto, se pretenden observar las semejanzas y las similitudes existentes en el organigrama, en los símbolos, en los trajes académicos y en los actos.

La técnica utilizada para alcanzar los objetivos planteados ha sido la encuesta. Debido a que se trata de un estudio piloto, ya que a mejor conocimiento no existen investigaciones previas con objetivos similares, se recurrió a una muestra de conveniencia (no probabilística). Así, los participantes de este estudio fueron los responsables de protocolo de algunas de las principales universidades de Europa del Este. De esta forma, se obtuvo información de 14 universidades de 4 países diferentes.

Los principales resultados de la investigación ponen de manifiesto que existen similitudes entre las universidades de Europa del Este estudiadas y España con referencia a los actos universitarios solemnes y el ceremonial. Como conclusión, se puede afirmar que a pesar de las singularidades y diferencias entre los países, existen muchas similitudes todavía, lo que pone de manifiesto el valor de estas señas de identidad y su pertinencia como elementos característicos de la imagen institucional a pesar de los siglos transcurridos y las diferencias culturales entre países.

Palabras claves: Actos universitarios - Tradiciones medievales - Comparación - España - Europa

LA INTERACCIÓN COMO FACTOR DE ÉXITO DE UN CIBERMEDIO: EL CASO DE SEGRE.COM

AUTORES

Francisco José Hernández Soriano y Eduard Cristóbal Fransi

Universidad de Lleida (España)

paco.hernandez@udl.cat y ecristobal@aegern.udl.cat

El estudio de la calidad percibida, tanto en negocios tradicionales como en negocios virtuales, ha tenido un gran recorrido y se ha aplicado en campos muy diversos. Parasuraman et al. (1988) desarrollaron un modelo original de estudio de la calidad percibida llamado SERVQUAL. Estos mismos autores desarrollaron posteriormente E-S-QUAL, una escala de medida que utiliza una serie predeterminada de ítems para determinar la calidad percibida por los servicios realizados en negocios online mediante sitios web (Parasuraman et al., 2005). A lo largo del tiempo, dicho modelo se ha ido complementando y ampliando su horizonte de posibilidades con el objetivo de mejorar el establecimiento virtual y conseguir un mayor número de ventas. Autores como Yang y Tsai (2007), Flavián y Gurrea (2006; 2009), Cristóbal et al., (2007), o Petnji et al. (2012) llevan a cabo el desarrollo de diferentes modelos en base al uso de la escala E-S-QUAL para determinar factores influyentes en la calidad percibida.

Si nos centramos en los estudios sobre la calidad percibida del servicio prestado por un cibermedio, encontramos los trabajos de Codina (2006), Rodríguez et al., (2010 y 2012) o Hernández-Soriano y Cristóbal, (2013) que parten de un primer análisis de los recursos digitales en línea donde comienza a identificar una serie de términos y características como futuros indicadores para determinar la calidad del diario online que se pretende estudiar.

A partir de las investigaciones realizadas en el campo del periodismo digital por autores como, Massey y Levy (1999), Kawamoto (2003), Salaverría (2005), Flavián y Gurrea (2008), Cebrián (2009) y Brockhuzen y Hoffman (2012), entre otros, obtenemos una nueva dimensión a la hora de tener en cuenta la calidad percibida por los internautas que consultan portales de información: la interacción, donde el cliente deja de ser un sujeto pasivo que se limita únicamente a comprar e incluso puede participar en el desarrollo del producto final.

Así pues, el principal objetivo de nuestra ponencia es el desarrollo de una escala de medición de la calidad percibida en Cibermedios (e-SQ-MEDIA), donde se introduce como novedad la dimensión de interacción. Para el planteamiento del modelo se parte de una extensa revisión de la literatura existente en las dos áreas de conocimiento. A continuación se realizó un trabajo de campo a una muestra de conveniencia donde se obtuvieron 211 respuestas a través de un cuestionario online aplicado a un diario online: SEGRE.COM. El modelo resultante sugiere que la calidad del servicio en un cibermedio se define por un constructo formado por cuatro dimensiones: eficiencia; disponibilidad del sistema; fiabilidad y privacidad; e interacción. Posteriormente, y después de los análisis factoriales y los índices de ajuste pertinentes validados a través de ecuaciones estructurales, se concluye que la interacción no sólo influye en la calidad percibida sino que, además guarda una alta relación con los ámbitos de eficiencia, fiabilidad y privacidad.

Palabras clave: Comunicación 2.0 - Cibermedio - Periodismo digital - Calidad percibida - Portal de información

UNA FORMA DE ABORDAR EL ESTUDIO DE LA PATOLOGÍA DE LA CONSTRUCCIÓN EN INTERVENCIÓN SOBRE EDIFICACIÓN EXISTENTE

AUTORES

Emilio Herrera Cardenete, Roser Martínez Ramos e Iruela y Juan Francisco García Nofuentes

Universidad de Granada (España)

emilioh@ugr.es, rosermartinez@ugr.es y jnofuentes@ugr.es

Los sistemas establecidos en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior, aplicados en las distintas ramas del conocimiento, adquieren formas acordes con las características específicas de éstas, claramente diferenciadas.

Su implementación no ha supuesto la mera transformación de los sistemas precedentes, sino una novedosa fórmula de organización docente basada en la integración de contenidos y el desarrollo de acciones, con un progreso e intensificación conseguidos mediante la superposición de niveles de complejidad creciente, en los que prevalecen conceptos cualitativos frente a lo cuantitativo.

En el campo formativo de la arquitectura, tales procedimientos se orientan hacia una adquisición de conocimientos según un modelo afín al propio ejercicio profesional, en el que se integran la estabilidad del oficio, como capacidad, con la continua evolución de su componente creativa.

Concretamente, en el campo de la intervención en edificación existente al que nos referimos en el presente análisis y para abordar el estudio de los contenidos relacionados con el estado de la edificación -más específicamente con la patología constructiva- y con el objetivo de adquirir las competencias necesarias para el ejercicio profesional, se emplea una metodología que comprende diferentes etapas.

Iniciado el proceso con una fase en la que se compactan los conceptos teóricos básicos, se procede seguidamente a abordar los sistemas de control oportunos, mediante la realización de ensayos que se sistematizan estableciendo protocolos para su aplicación, conducentes a la determinación de valores que, junto con las manifestaciones que puedan detectarse organolépticamente en la construcción, constituyan sintomatología suficiente para permitir la diagnosis de patología constructiva, estableciendo la causa u origen de la misma, así como su evolución.

Para la consecución de este objetivo se exige un equilibrio entre los contenidos teóricos y la aplicación práctica del procedimiento anteriormente considerado, cuestión que se alcanza mediante la presentación de casos reales de patología constructiva que, con el apoyo de aplicaciones informáticas, permiten desarrollar dentro de la actividad docente el proceso completo de tratamiento patológico.

Para finalizar, mediante procedimientos de tipo comparativo, se procede a la determinación y forma de aplicación de técnicas terapéuticas procedentes.

Palabras clave: EEES - Arquitectura - Edificación existente - Patología constructiva

MÉTODO DE ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN APLICADO A ÁLBUMES ILUSTRADOS INFANTILES ACTUALES

AUTORA

M^a Carmen Hidalgo Rodríguez
Universidad de Granada (España)
hidalgor@ugr.es

En este trabajo se presenta un método de análisis diseñado para el Proyecto de I + D “Excelencia” titulado *Multiculturalismo y Exclusión Social en Imágenes Infantiles: Ilustración y Pedagogía*, presentado y concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad en la convocatoria de 2014 en su primera fase de adjudicación. Pretendemos investigar los recursos artísticos, plásticos y semánticos dirigidos al público infantil dentro del respeto a "lo diferente" en las publicaciones infantiles españolas.

Desde hace años existen algunas iniciativas que proponen publicaciones concretas para luchar contra diferentes injusticias sociales: sexismo, racismo, maltrato. Como objetivo principal se intenta conseguir un catálogo de instrumentos artísticos que sirvan a la integración social tanto de niños de otras culturas como con deficiencias físicas o psíquicas, y siempre atendiendo a la igualdad de sexos. Para ello se hará un estudio exhaustivo de las ilustraciones publicadas en España en los últimos diez años y que por tanto componen las bibliotecas públicas y escolares. Las relaciones de estas imágenes con los textos que las sustentan será uno de los ejes de la investigación. El proyecto además se centra en:

-Utilización de las imágenes y publicaciones infantiles para la inclusión social de razas desfavorecidas, especialmente y debido al ámbito geográfico en el que nos situamos, la magrebí, la gitana, la sudamericana y en menor medida la subsahariana.

-Diseño de instrumentos pedagógicos que favorezcan la integración y que se basen en álbumes ilustrados para niños donde la ilustración juegue un papel fundamental.

La investigación se centra en las imágenes y el contenido transmitido en álbumes ilustrados infantiles publicados en España en la última década. Una vez rastreadas las editoriales especializadas en el público infantil más relevantes de nuestro país, seleccionaremos una muestra representativa de estas publicaciones que transmitan los valores que andamos buscando para proceder a su análisis. De esta manera se hace imprescindible, en una primera fase, la elaboración de un método de análisis que recoja todas las variables sintácticas y semánticas que nos interesan. Además es fundamental que este sistema de análisis esté elaborado en un software específico que facilite tanto la recopilación de la información como el recuento y la extracción de resultados tras la formulación de cuestiones derivadas de los objetivos planteados. Los resultados obtenidos más relevantes serán expuestos gráficamente con el fin de facilitar la comprensión de los mismos.

En este artículo presentamos el método de análisis elaborado así como los primeros resultados extraídos de una primera fase de análisis que nos sirven sobre todo para corroborar el método de trabajo seguido.

Palabras clave: Método de análisis – Ilustración infantil – Álbum ilustrado – Integración racial – Inclusión social

ANÁLISIS DEL *FEEDBACK* ENTRE IGUALES COMO PROCEDIMIENTO PARA LA MEJORA Y COMPRENSIÓN DE LAS TAREAS

AUTORES

David Hortigüela Alcalá y Ángel Pérez Pueyo

Universidad de Burgos y Universidad de León (España)

dhortiguela@ubu.es y angel.perez.pueyo@unileon.es

La metodología utilizada por el docente en el ámbito universitario tiene gran relevancia tanto en los aprendizajes obtenidos por el alumnado como por la transferencia de los mismos a otros contextos. Son muchas las experiencias que demuestran que la implantación de sistemas de evaluación formativa promueven una mayor implicación y participación del estudiante en el proceso. Sin embargo, la realidad diaria refleja que siguen predominando las estrategias docentes articuladas a partir de la clase magistral y la exposición de contenidos. En base a esta idea se presenta esta investigación, en la que se analiza la percepción del alumnado sobre la mejora de las tareas y la facilitación en la comprensión que supone la aplicación de la coevaluación intergrupala. Esta percepción se contrasta con la valoración que hacen los docentes sobre la utilidad del empleo de estas estrategias. Participan 153 estudiantes de dos asignaturas de la Facultad de Educación de Burgos, así como los dos profesores que imparten docencia en las mismas.

Se realiza un diseño pretest-postest a partir de la generación de dos grupos. En el grupo A se permite que los alumnos se den *feedback* en las tareas a lo largo del proceso, utilizando para ello la escala de valoración que utilizará el profesor en la calificación. En el grupo B la retroalimentación únicamente es realizada por el docente, careciendo el proceso de emisión de juicios entre iguales. Se emplean dos instrumentos validados de recogida de datos; la escala de evaluación de formación inicial del profesorado y el cuestionario de competencias docentes del profesorado universitario. Se utiliza una metodología mixta, donde se realiza un análisis cuantitativo mediante la comparación de medias por factores (descriptivo) y la realización de ANOVAS de una vía (inferencial). En la parte cualitativa se realizan entrevistas semiestructuradas a los dos docentes.

Se observa cómo los alumnos del grupo A perciben una mayor comprensibilidad de las tareas gracias a la retroalimentación realizada por los compañeros, algo que no sucede en el grupo B. Manifiestan que poder recibir una valoración de un compañero provoca una mejor familiarización tanto en lo que dice como en la manera en la que se hace, siendo los términos más accesibles y los mensajes más comprensibles. En relación a la variable dependiente de regulación del trabajo a lo largo del proceso, en los dos grupos se encuentran diferencias significativas ($p < .005$) en función de la variable independiente de experiencias previas en evaluación formativa, siendo los que más veces las han vivenciado a lo largo de la carrera los que valoran más positivamente la experiencia desarrollada. En la parte cualitativa los dos docentes otorgan un rol importante al empleo de estrategias formativas en el aula.

Palabras clave: Coevaluación intergrupala – Retroalimentación – Comprensión de las tareas – Regulación del trabajo – Evaluación formativa

LA ANIMACIÓN LIMITADA EN LOS DIBUJOS ANIMADOS JAPONESES. ¿CARACTERÍSTICA CLAVE O PREJUICIO?

AUTOR

Antonio Horno López

Universidad de Granada (España)

ahorno@ugr.es

En la literatura de cine de animación es frecuente encontrar opiniones de autores que encuadran al *anime* como un producto enfocado únicamente al entretenimiento, con un estilo carente de dinamismo, de diseños estilizados, con limitaciones técnicas en su proceso de creación, una animación de baja calidad y en cuyas historias prevalecen las situaciones violentas.

Una de las principales causas que perjudicaron seriamente la percepción del *anime* en nuestro país fue el denominado “efecto Dragon Ball”, generado a principios de los 90 por el impacto causado por este clásico de los dibujos animados japoneses, y que provocó que algunos cargos políticos y asociaciones de padres demandaran a las cadenas de televisión por la emisión de series como “Fuerza G, guardianes del espacio” (*Kagaku Ninjatai Gatchaman*, 1972-1974), “Fly” (*Dragon Quest: Dai no Daiboken*, 1991-1992) o la mencionada “Bola de Dragón” (*Doragon Bouru*, 1986-1989), por considerarlas demasiado violentas y vulgares.

Tampoco contribuyó mucho a mejorar esa apreciación negativa de las series televisivas *anime* la Real Academia de la Lengua Española (RAE), que hasta hace escasamente tres años definía el *manga* como “un tipo de cómic japonés de dibujos sencillos, en el que predominan los argumentos eróticos, violentos y fantásticos”. De modo que después de transcurridos más de dos décadas desde las primeras polémicas generadas con la emisión de “las aventuras de Goku” en las televisiones de nuestro país, aún existen autores que siguen considerando al *anime* como un producto violento, obscuro y de una animación “limitada”. Características que en realidad sólo se corresponden con una parte muy pequeña de una industria gigantesca que abarca multitud de géneros y que, desde sus inicios en los años 60, ha ido evolucionando técnicamente hasta convertirse en un activo fenómeno social y que se ha expandido con suma rapidez a casi todos los lugares del mundo.

En este artículo se muestra cómo este peculiar estilo, y modo de animar, experimenta una transformación creativa y técnica en su proceso de producción que logra incrementar la calidad de las imágenes y el efecto del movimiento en sus animaciones. Una transformación que unida a la diversidad de temas narrativos en su producción, ha contribuido al éxito comercial e internacional del *anime* en los últimos años.

Palabras clave: Animación limitada - Anime - Dibujos animados

COMUNICACIÓN DE RIESGO Y REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE TWITTER EN LA CRISIS DEL ÉBOLA

AUTORA

Nahia Idoiaga Mondragón

Universidad del País Vasco (España)

nahia.idoiaga@ehu.es

En la “sociedad del riesgo” de U. Beck, crece la investigación sobre la comunicación de riesgo en crisis. Aumenta en revistas referenciales como *Risk Analysis* (JCR) y revistas como *Journal off Communication in Healthcare* (diciembre 2014 sobre el Ebola) ganan influencia (Scopus). La comunicación ocupa ya un lugar central en la investigación sobre la percepción social y la gestión pública de los riesgos, y la comunicación digital de la misma es un hecho de relevancia sin igual que debe de ser investigado.

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la comunicación de la crisis sanitaria del Ebola 2014-2015 en las redes sociales. Se quiere hacer especial hincapié en analizar la credibilidad y confianza en los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. También se analizará la transformación de las representaciones sociales creadas por la comunicación de crisis en las nuevas redes sociales y sus implicaciones.

Como hipótesis, se espera que el discurso de redes sociales (Twitter), gracias a su naturaleza interactiva, cree una comunicación directiva y crítica. Entre las ideas críticas destacarán los procesos de falta de credibilidad hacia gobiernos y medios de comunicación tradicionales. Se tenderá a culpabilizarlos por la mala gestión informativa en las crisis sanitarias. Además se espera que los hábitos de consumo y opinión sobre los medios también realcen esta falta de confianza.

Para ello se analizarán 28.760 tweets escritos en España sobre el Ebola desde el 1 de agosto hasta el 15 de Noviembre del 2014. El contenido se analizará mediante el software para el análisis lexical Alceste. También se preguntará a 294 personas (76.2 % mujeres, $M_{edad} = 32.38$; $DT = 15.75$) sobre sus hábitos para informarse en las crisis sanitarias.

Los resultados indican para empezar que hubo una fuerte concordancia en la cantidad informativa entre los medios tradicionales y las nuevas redes sociales. Aún así las nuevas redes sociales presentan una forma de comunicación mucho más directiva y por ello las opiniones críticas fueron más abundantes. Entre estas opiniones críticas cabe destacar la falta de credibilidad y confianza y reproches hacia los medios tradicionales en la cobertura de las epidemias sanitarias, acusándolos de hacer un uso interesado del miedo de la gente. Las encuestas sobre hábitos de consumo también revelan que la gente cree que en el caso de las epidemias sanitarias los medios tradicionales exageran y sensacionalizan la información, aun así los medios tradicionales siguen siendo la fuente principal de información, ya que la falta de credibilidad y las sospechas hacia los medios digitales también son abundantes. Finalmente se discuten las implicaciones sociales de los resultados y la importancia de la nueva era de comunicación digital en futuras crisis sanitarias.

Palabras clave: Comunicación de riesgo - Ébola – Redes Sociales – Twitter – Mass Media

INNOVACIÓN ABIERTA EN ENTORNOS EDUCATIVOS: EL CASO DE LOS MOOC

AUTORES

Patricia Iglesias Sánchez, Carmen Jambrino Maldonado y Carlos de las Heras Pedrosa

Universidad de Málaga (España)

patricia.iglesia@uma.es, mcjambrino@uma.es y cheras@uma.es

El afianzamiento de las alianzas con los distintos grupos de interés para la organización, plantea como oportunidad reproducir los modelos Open Innovation en los entornos educativos constituyendo esta orientación una herramienta de mejora, fuente de conocimiento y generación de innovación. Los entornos virtuales se presentan como instrumentos idóneos para su canalización puesto que admiten la participación del alumnado. No obstante, este trabajo se desarrolla entendiendo su mayor aplicación en el sistema universitario así como en programas superiores de especialización. El objetivo principal es analizar el potencial de la Innovación Abierta para el aprendizaje colaborativo; para ello se realiza una revisión del interés de la utilización de esta filosofía en el ámbito educativo así como un análisis de la necesidad de definir estrategias de búsqueda externa de conocimiento.

En este sentido, se identifica el capital relacional más adecuado para favorecer los resultados de innovación. A partir de la revisión de la literatura existente, se plantean los elementos esenciales de un modelo práctico que optimice la puesta en valor de la innovación participativa entre los agentes del sistema educativo y sus grupos de interés. En cualquier caso, se plantea una aplicación práctica para las instituciones educativas que pueden al mismo tiempo poner en valor su capacidad de incorporar a los grupos de interés para crecer como institución y, apoyarse en un referente de sistematización de esfuerzos para modular ese nuevo escenario de innovación.

Palabras clave: Innovación Abierta- Redes de innovación- Entornos educativos- Aprendizaje colaborativo- Cursos On-line Masivos y Abiertos (MOOC)

IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES (SEO) PARA LOS CIBERMEDIOS

AUTORES

Mar Iglesias García y Lluís Codina

Universidad de Alicante y Universidad Pompeu Fabra (España)

mar.iglesias@ua.es y lluis.codina@upf.edu

Este trabajo forma parte del proyecto "Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística". CSO2012-39518-C04-02. Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad (España).

La forma de consumir información ha cambiado con la llegada de Internet, que es actualmente una de las fuentes más habituales para acceder a las noticias. Así, un 34,9% de los internautas españoles se conecta a diario a los medios de comunicación y más de la mitad (57,8%) lo hace al menos una vez a la semana (IAB, 2015).

Una parte del tráfico de Internet depende en gran medida de los motores de búsqueda, y muchos internautas los utilizan como una herramienta básica de navegación y de filtro para las noticias. Por ello, la visibilidad de los cybermedios y sus noticias a través de los buscadores se ha convertido en un ingrediente necesario para su supervivencia. Los principales buscadores impulsan una gran cantidad de tráfico a los cybermedios y son también un punto de entrada. Según un estudio de Guillaume Sire (2014), entre un 30% y un 40% del tráfico de los cybermedios franceses procede de los buscadores.

Esto plantea nuevos retos a los cybermedios, que deben ser conscientes de la necesidad de encontrar lectores para las noticias también a través de los motores de búsqueda y sin confiar en que todo su tráfico provenga de la navegación directa (Giomelakis, 2015). Para ello se hace necesario tener en cuenta tanto el Search Engine Optimization (SEO), es decir, aplicar técnicas de posicionamiento en buscadores a la hora de escribir y editar noticias, como la experiencia de usuario en la optimización de la navegación, porque influye en su permanencia en el sitio. Las noticias son indexadas por los buscadores y compiten entre sí, y es obvio que aparecer en la parte superior de la página de resultados es esencial (Dick, 2011), por lo que el SEO tiene un impacto significativo en el tráfico de los cybermedios (Richmond, 2008). Por otro lado, una buena experiencia de navegación reduce la tasa de rebote de los usuarios y aumenta su tiempo de permanencia, lo que influye a su vez en el SEO.

El objetivo de esta investigación es mostrar las características del SEO aplicadas a los cybermedios y la repercusión que puede tener, así como la importancia de hacer partícipes a los periodistas de las claves básicas del posicionamiento. Por un lado, las rutinas periodísticas han cambiado en algunos aspectos, y cabe destacar la importancia de etiquetar y usar metadatos y palabras clave a la hora de redactar la información. Por otro lado, la adecuada combinación de metadatos y arquitectura de la información determinan la experiencia de usuario en la navegación y, de este modo, las posibilidades de éxito global de los cybermedios en cuanto a visibilidad y posicionamiento.

Palabras clave: Cybermedios - Buscadores - Posicionamiento - SEO - Visibilidad

FLIPPED CLASSROOM EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTORA

Victoria Iñigo Mendoza

Universidad Internacional de La Rioja (España)

victoria.inigo@unir.net

La creación del Espacio Europeo de Estudios Superiores y la transformación de los estudios universitarios a un modelo competencial, es el punto de partida para revisar el actual modelo educativo y proponer nuevas formas de trabajo en las enseñanzas universitarias.

El Máster de Formación del Profesorado se trata de un máster habilitante para la profesión de Docente en Educación Secundaria y, como tal, está regido por la Orden ECI 3858/2007 en la que se define el desarrollo competencial que deben conseguir sus estudiantes. Desde su implantación hasta ahora se ha observado que es necesaria una mayor carga práctica (Jover, 2015).

En el presente trabajo, trata de cómo integrar nuevas propuestas metodológicas como es *Flipped-Classroom* en estudios universitarios, en este caso el Máster de Formación del Profesorado.

Flipped-Classroom es una nueva metodología basada en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), concretamente el uso de la web 3.0, que pretende aprovecharlas en beneficio del proceso enseñanza-aprendizaje. Esta nueva metodología, explicada por Tucker (2012) y aplicada ya en estudios universitarios (McLaughlin, 2014) puede ser el camino para conseguir cubrir esa laguna detectada por Jover (2015).

Flipped-Classroom o clase invertida, en castellano, consiste en grabar las sesiones teóricas y subirlas a la red, de esta forma, los alumnos preparan la teoría antes de llegar al aula. Una vez en ella, se puede aprovechar todo el tiempo disponible para realizar actividades más prácticas. De esta manera puede las sesiones presenciales pueden ser utilizadas para trabajar una metodología más activa y participativa. Se fomenta el trabajo en equipo, debates, auto-reflexión, estudios de casos...

De esta manera, el alumno adquiere las competencias necesarias para poder comenzar su nueva carrera docente, además de experiencia en nuevas metodologías activas que posteriormente podrá utilizar en el aula con sus alumnos.

Palabras clave: *Flipped-Classroom* - Máster de Formación del Profesorado - Metodología Activo-participativa - Tecnologías de la Información y la Comunicación

COMPETENCIAS DOCENTES PARA EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO: UN CAMINO HACIA LA “CREATIVIDAD VIABLE”

AUTORA

Isabel Jiménez Becerra

Universidad de la Sabana (Colombia)

isabel.jimenez@unisabana.edu.co y

isa.pedagoga@hotmail.com

La presente ponencia, surge de la reflexión de un ejercicio investigativo aplicado a profesores que ejercen la profesión docente en la educación superior en diversos contextos universitarios de Bogotá-Colombia pero cuya base profesional de pregrado no es la formación en pedagogía. La intención de este ejercicio con este tipo de profesionales no maestros, fue analizar y redefinir los tipos de estrategias pedagógico-didácticas que pueden existir y aplicar los mismos, de manera empírica, para potencializar en los estudiantes “creatividad viable” el cual responde al Modelo Educativo del Aprendizaje Basado en Preguntas (ABP) que permite al estudiante promover habilidades para la evaluación crítica y la obtención de nuevos conocimientos.

Gracias a esta acción investigativa, se caracterizaron las competencias que debe desarrollar el profesor no pedagogo, basada en la reflexión de su propia práctica pedagógica. Fue así como se llevó a cabo una investigación cualitativa, de línea descriptiva-crítico-social. Los resultados obtenidos dieron creación a seis grandes análisis: el primero fue la reflexión teórica centrada en reconocer qué y cuáles son las *Pedagogías de la creatividad viable: un camino para potencializar el pensamiento crítico*, para ello se tomó como centro de reflexión teórica a Joy Paul Guilford quien ubica la misma desde el campo de la educación. Un segundo análisis se dio en reflexionar la *importancia de desarrollar Pensamiento Crítico en la formación universitaria*, haciendo hincapié en estrategias para potencializar el *racionalismo reflexivo axiológico*, que le permitan, al estudiante, enfrentar los escenarios problémicos.

Como tercera reflexión se analizaron los obstáculos existentes para el desarrollo de la “creatividad viable” conceptualizado como *características que dificultan la formación del Pensamiento Reflexivo dentro del contexto universitario*, siendo su lectura una herramienta que permite reconocer qué requiere un estudiante para generar “reflexión” como centro de la *creatividad viable*. Posteriormente se abordó un cuarto elemento caracterizado como *principios pedagógicos y metodológicos para formar en el Pensamiento Crítico: escenario de la educación reflexiva*, donde se identificaron prácticas que pueden ser nocivas para su desarrollo y cuáles incentivan la formación en la “creatividad viable”. El quinto apartado llamado: *hallazgos: estrategias para la formación de la creatividad viable como camino para promover pensamiento crítico en la Educación Superior*, sistematizó algunas estrategias que usan los profesores para desarrollar la “creatividad viable” de forma empírica. Para esta investigación se convocó a una muestra de ellos dentro de un grupo focal (por núcleo del plan de estudios) en busca de extraer, desde sus narrativas, qué estrategias de formación están utilizando y cómo las mismas se relacionan con el plano teórico-metodológico estudiado, cerrado con el aparte seis titulado *algunas concepciones sobre la “creatividad viable”*, centrado en estrategias y tipos.

La finalidad de esta ponencia es que los lectores interesados en este tema de estudio puedan reconocer los múltiples caminos para desarrollar “creatividad viable” en sus estudiantes.

Palabras claves: Pensamiento crítico - Creatividad viable - Aprendizaje Basado en Preguntas

INNOVACIÓN EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD ASOCIADA AL USO DE LAS TECNOLOGÍAS

AUTORES

David Jiménez Hernández, Juan José González Ortiz y María Tornel Abellán

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

djimenez361@ucam.edu, jjgonzort@ucam.edu y mtornel@ucam.edu

En la actual enseñanza universitaria existen recursos tecnológicos que favorecen una mayor flexibilidad y un papel más activo y autónomo por parte del alumnado. Estos medios favorecen una enseñanza más personalizada, diversa y con un mayor acceso e implicación por parte del alumnado.

Desde la llegada del EEES, las metodologías activas asociadas al uso de las TIC se han convertido en un criterio de calidad educativa en la universidad, que permiten hacer posible el aprendizaje autónomo y participado del alumnado, haciéndolo entrar en la dinámica de construir el aprendizaje a lo largo de la vida. Con esta comunicación pretendemos hacer un recorrido tanto por algunas de las TIC más frecuentes como por experiencias desarrolladas en la universidad en los últimos años, poniendo de manifiesto que todas estas innovaciones están mejorando considerablemente la calidad de la educación superior.

En primer lugar se atenderá a la innovación en la enseñanza como precursora de las mejoras educativas a las que se han hecho referencia. Seguidamente se explicará el concepto de TIC con algunas de sus ventajas e inconvenientes, para acabar explicado algunas de ellas como la Web 2.0, WebCT, Moodle o las wikis.

Palabras clave: TIC - Innovación educativa - Papel activo y autónomo del alumnado - WebCT - Moodle

EMPLEO DEL MÉTODO DELPHI Y UNA PRUEBA PILOTO PARA LA MEJORA DE UN CUESTIONARIO SOBRE MÉTODOS ACTIVOS

AUTORES

David Jiménez Hernández, María Tornel Abellán y Juan José González Ortiz

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

djimenez361@ucam.edu, mtornel@ucam.edu y jjgonzort@ucam.edu

A la hora de llevar a cabo una investigación cuantitativa en la que es precisa la creación de un cuestionario ad hoc para la extracción de información, es necesaria la revisión y mejora del mismo para aumentar la probabilidad de éxito en los resultados.

En el caso que presentamos, se pretende mejorar un cuestionario utilizado para conocer los diferentes métodos activos que utiliza el profesorado universitario en su práctica docente y algunas variables relacionadas, como los beneficios e inconvenientes, formación del profesorado y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en sus clases.

El Método Delphi es una técnica que emplea el criterio de diferentes expertos en distintas temáticas sin que la presencialidad de sus miembros afecte a las opiniones del resto. A través de esta técnica se validó el contenido de las diferentes partes del cuestionario.

Con la prueba piloto se ensayó el funcionamiento del instrumento con una parte representativa de la muestra que reunía todas sus características y, además de proporcionar puntos de vista diferentes sobre el instrumento, su uso después del Método Delphi permitió aportar soluciones para aquellas cuestiones a las que no se llegó a un acuerdo unánime.

Palabras clave: Método Delphi - Prueba piloto - Mejora de Cuestionario - Métodos activos

RELACIONES PÚBLICAS 2.0 EN EL PROCESO DE CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA MARCA PERSONAL: PRESENCIA Y VALOR DEL *PERSONAL BRANDING* EN LAS REDES SOCIALES. EL ÁMBITO DEL DESARROLLO PERSONAL Y EL EMPRENDIMIENTO COMO ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Mònika Jiménez Morales

Universitat Pompeu Fabra (España)

monika.jimenez@upf.edu

El *personal branding* o marca personal es una herramienta de comunicación que recibe el nombre y/o el apellido de la persona a partir de la cual se crea. Esa humanización de la marca -el hecho de estar basada en una persona real y en sus atributos y competencias personales- es, en realidad, la que dota de peculiaridad a este elemento que, en los últimos años, ha ido ganando importancia de forma progresiva hasta el punto de ser considerado un valor añadido a los procesos de trabajo de empresas e instituciones.

A pesar de que en sus inicios, el *personal branding* se asoció irremediabilmente a modelos, actrices y deportistas, o bien fue vista como una extensión del curriculum vitae a la hora de encontrar trabajo (Shepherd, 2005), veinte años después, cobijada en el entorno 2.0 y ayudada por las redes sociales, la marca personal ha adquirido una relevancia tan extrema que resulta difícil mencionar determinados procesos de relaciones públicas y, en definitiva, de comunicación estratégica sin tener en cuenta su importancia (Safko, 2012).

Teniendo en cuenta que una marca personal es un elemento de comunicación originariamente individual, que debe tener una presencia consistente y competente en el mercado y que debe conectar con públicos diversos, debe concebirse a imagen y semejanza de un proyecto de Relaciones Públicas, desarrollando hasta el final cada una de las cuatro fases (Xifra, 2007).

A partir de esa idea, la presente comunicación tiene como objetivo definir y a la vez profundizar en la necesidad de establecer un vínculo estratégico entre el proceso de Relaciones Públicas y el *personal branding*. A partir de estudios de caso vinculados a aspectos como el desarrollo personal y el emprendimiento, la investigación pretende analizar el papel que desempeñan las redes sociales en la arquitectura y la implementación de marcas personales.

Palabras clave: Relaciones Públicas - marca personal - redes sociales - *Personal Branding*

TIPOGRAFÍAS TECNOLÓGICAS EN LAS PRIMERAS REVISTAS ESPAÑOLAS ESPECIALIZADAS EN INFORMÁTICA PARA USUARIOS

AUTOR

Carlos Jiménez Narros
Universidad Nebrija (España)
cjimenez@nebrija.es

La presente investigación examina el aspecto tipográfico que muestran las primeras revistas españolas especializadas en informática dirigidas a usuarios. Los nuevos modelos de comunicación entre las máquinas y el hombre (lectura automática), los relojes y calculadoras digitales, los tipos de baja resolución, unidos al progreso tecnológico experimentado en la segunda mitad del siglo XX facilitan la aparición de una serie de tipografías de clara inspiración tecnológica. El carácter predominante de la máquina se presenta en sociedad a través de estas fuentes. Además en la mayoría de las ocasiones el nombre con el que se les denominan a las familias tipográficas evidencian su aspecto: *Computer*, *OCR*, *MICR*, *Quartz*, *LED* y *LCD*, entre otras.

Las primeras revistas de informática comienzan a utilizar estos caracteres que transmiten modernidad y futuro y se adopta la “estética del ordenador” y lo plasman de manera especial en las cabeceras de las revistas. Nos situamos al comienzo de los ochenta, momento en que surgen las primeras publicaciones especializadas en informática para usuarios. En las décadas anteriores los contenidos tecnológicos e informáticos estaban reservados para profesionales y técnicos; por otro lado el mercado editorial de revistas especializadas, en estas áreas, era muy joven. En este sentido dichas publicaciones realizaron una clara labor de difusión de la disciplina, en un ámbito en el que los manuales de los fabricantes y la prensa técnica eran las únicas fuentes de información disponibles hasta entonces.

Palabras clave: Tipografías tecnológicas – Revistas informática – Diseño gráfico – Tipografías Pixeladas – Cabeceras

EL SISTEMA DE AUTORREGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD TRANSNACIONAL: RETOS Y TENDENCIAS

AUTORA

Dimitrina Jivkova Semova
Universidad Complutense (España)
d.jivkova@ccinf.ucm.es

Según Krum y Greenhill (1972 en Patiño, p. 39) un sistema de autorregulación debe cumplir los siguientes requisitos:

- La existencia de códigos éticos aceptados por los miembros del sistema;
- Procedimientos prácticos para la detección de infracciones;
- Procedimientos de instrucción y ejecución en caso de infracciones del código de conducta.
- Sanciones para los miembros que han infringido el código ético.

A todo esto hay que añadir la condición de disponer de suficientes recursos para ejercer la actividad de regulación y también, un alto nivel de autonomía a todos los niveles. Finalmente, este tipo de sistemas deben garantizar la total transparencia y uno de los pasos en esta dirección consiste en asegurar información acerca del funcionamiento de los órganos constitutivos.

En resumen, las principales ventajas de los sistemas de autorregulación consisten en la rapidez, especialización, los bajos costes y el fácil acceso. No obstante, como en cualquier sistema, aquí también existe una amplia gama de aspectos por mejorar.

En este análisis, nos centramos en la cuestión de la labor del *European Advertising Standards Alliance* (EASA), organización sin ánimo de lucro, fundada en 1992 con sede en Bruselas que sirve como punto de coordinación para los sistemas nacionales de autorregulación de la publicidad.

Las listas de recomendaciones y mejores prácticas de EASA son documentos destinados a proporcionar una guía detallada a las organizaciones de autorregulación y a los miembros de la industria en relación con distintas prácticas. La mayoría de las recomendaciones son adoptados por los organismos nacionales en periodos muy breves y como ejemplos en este sentido podemos dar las siguientes iniciativas: la introducción del mecanismo de consulta previa, justificación de las resoluciones, la confidencialidad del denunciante, la publicación de las decisiones, la composición de un jurado independiente, seguimiento, sensibilización y promoción.

Una parte importante del presente análisis se centra en las reclamaciones transfronterizas: *cross-border complaint*, reclamaciones presentadas por una persona, en un determinado país, sobre un anuncio emitido o difundido en ese mismo país del que es responsable una entidad establecida en otro país. Estas reclamaciones se resuelven de acuerdo con el Principio del país de origen y el Principio de mutuo reconocimiento. Finalmente, estudiaremos las principales tendencias en los procesos de resolución de controversias en el campo de la publicidad a nivel europeo.

Palabras clave: Publicidad - Autorregulación - Deontología - EASA - Reclamaciones transfronterizas

MARCA CIUDAD: UN ACTIVO ESTRATÉGICO EN LA GESTIÓN DE LA IMAGEN URBANA

AUTORAS

Olga Kolotouchkina Shvedova y Rocío Blay Arráez

Universidad CEU San Pablo de Madrid y Universidad Jaume I de Castellón (España)

olga.kolotouchkina@ceu.es y r.blay@com.uji.es

La presente investigación doctoral se acerca desde la perspectiva académica al fenómeno de la creación de la imagen de marca de una ciudad. Aprovechando el contexto de la convocatoria nacional del título de la Capital Europea de la Cultura 2016, la investigación analiza el proceso de creación de la imagen de marca realizado por seis ciudades españolas, candidatas finalistas al título: Burgos, Córdoba, Donostia-San Sebastián, Las Palmas de Gran Canaria, Segovia y Zaragoza.

En el entorno de la economía globalizada, la competencia entre ciudades por atraer turismo, inversiones y el mejor talento a sus territorios es cada vez más agresiva (Florida, 2008; Sassen, 2007; Castells, 2005; Soja y Kanai, 2007). Los flujos de turistas, la presencia de grandes corporaciones, la inversión en clusters urbanos de innovación científica junto con la celebración de eventos singulares de proyección internacional son algunos de los factores que permiten asegurar la riqueza del territorio, su protagonismo a nivel nacional e internacional, así como el bienestar económico y social de sus residentes (Anholt, 2010; Sudjic, 2007; Le Gates y Stout, 2011; Landry, 2011). En este contexto, se agudiza el ingenio de los gestores urbanos por presentar una imagen atractiva de su ciudad, asegurando una percepción favorable por parte de todos los públicos relevantes y generando experiencias positivas y duraderas. Apropiándose de las prácticas habituales en empresas y corporaciones, los gestores urbanos utilizan los recursos de marketing, comunicación e imagen de marca para definir la oferta de valor de su territorio y posicionarlo de forma consistente en el mercado interurbano.

Las ciudades son organismos complejos y poliédricos en cuanto a sus estructuras de gestión y planificación urbana, sus funciones, así como sus principales públicos de interés (Fernández Guëll, 2006). La creación de una marca ciudad tiene que reflejar la complejidad de las estructuras y funciones urbanas y no puede ser similar al proceso de creación de una marca comercial o corporativa (Govers, 2013; Lucarelli, 2012; Kavaratzis, 2004).

Considerando la complejidad del fenómeno de marca ciudad y partiendo de las investigaciones previas (Villafañe, 2009; Van Gelder y Malcolm Allan, 2009; Seisdedos, 2006, 2009; Olins, 2003; Anholt, 2003, 2009), la investigación presenta la propuesta de un nuevo modelo estratégico de creación de la imagen de marca urbana. El modelo propuesto ha sido contrastado con el proceso de creación de la imagen de marca seguido por los gestores de las candidaturas de seis ciudades finalistas españolas al título de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016.

Como resultado de la investigación se detectan las mejores prácticas en la gestión de la imagen de marca urbana y se aportan nuevas claves para el estudio académico y proyectos prácticos relacionados con la imagen de las ciudades.

Palabras clave: Imagen de marca - Marca ciudad - Comunicación urbana - Capitalidad Europea de la Cultura

TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL Y NARRATIVA TRANSMEDIA: APRENDIZAJE EN ENTORNOS CONECTADOS

AUTORA

Christina Lachat Leal
Universidad de Granada (España)
clachat@ugr.es

En este trabajo, se presenta una propuesta de aprendizaje de traducción audiovisual en entornos conectados mediante la simulación de un encargo de traducción real de un producto transmedia: el videojuego de rol multijugador en línea Dofus de Ankama Games.

Gracias a las TIC gran parte de nuestra vida cotidiana se desarrolla en el ciberespacio, cuyas consecuencias más profundas, de acuerdo con el filósofo Pierre Lévy (1997) afectan a los modos de creación, navegación y relación social facilitados por los nuevos soportes de información. Si la hipertextualización propició la lectura fragmentada, personalizada e interactiva, la web 2.0 inició la era de la cultura de la colaboración. La cibercultura marca el final de un conocimiento estable, organizado. Los conocimientos no solo se vuelven obsoletos con mayor rapidez sino que surgen de los lugares más inesperados.

Esta obsolescencia del conocimiento, unida a la intrincada red de intertextualidad que se teje entre diferentes medios y plataformas en constante expansión gracias a la colaboración, cada vez más activa, de consumidores y comunidades virtuales, está transformando el proceso de traducción audiovisual de proyectos multimedia y, por ende, su aprendizaje.

Los estudiantes de traducción deberán ser capaces, entre otros, de resolver problemas nuevos en contextos diferentes, de crear redes y de compartir conocimientos, además de ser intuitivos flexibles y colaborativos. Por lo tanto, además de adquirir competencias y destrezas propias de la traducción audiovisual, necesitarán desarrollar competencias digitales de gestión del conocimiento y de aprendizaje en red para convertirse en una especie de nómada del conocimiento (Cobo y Moravec, 2011).

Con este fin, hemos diseñado una actividad que simula el encargo real de traducción de un producto derivado del videojuego francés, Dofus. Los relatos transmedia se desarrollan en múltiples plataformas, con independencia narrativa y sentido completo (Jenkins, 2008) lo que crea un universo lo suficientemente complejo para que no pueda ser explorado por completo en una sola plataforma. Estas características obligan al traductor a realizar un proceso de autogestión del conocimiento. Las fuentes de documentación especializadas necesarias para su traducción sólo se encuentran en la red, sobre todo en los foros. En esas comunidades virtuales se intercambian datos que permiten llegar a la construcción de un conocimiento a partir de la colectividad y la conectividad constante (Acevedo, 2015).

Con ello se pretende, por una parte, que el estudiante de traducción adquiera de forma autónoma unas destrezas que le permitirán una actualización continua de sus conocimientos y, por otra, que sea consciente del impacto de la cibercultura en la creación y traducción de productos multimedia.

Palabras clave: Traducción audiovisual - Narrativa transmedia - Cibercultura - Constructivismo - Aprendizaje situado

UNA NUEVA METODOLOGÍA PARA ADECUAR AL MODELO DE BOLONIA LA ENSEÑANZA DE UNA ASIGNATURA DE ESTRUCTURAS DE EDIFICACIÓN

AUTOR

Agustín Lacort Echeverría

Universidad del País Vasco (España)

agustingregorio.lacort@ehu.es

En el curso 2012-13 la implantación del título de Grado en Arquitectura de la Universidad del País Vasco alcanzó a las asignaturas cuatrimestrales de 3º año “Estructuras 1” y “Estructuras 2”, ambas impartidas por el mismo docente. En “Estructuras 1” el docente dedicó más de la mitad de las clases presenciales a exponer los contenidos teóricos en términos muy prácticos para facilitar la interacción entre estas asignaturas con otras de los mismos cursos mediante unas actividades de taller. Sin embargo los resultados obtenidos no fueron los esperados (A.Lacort: “Influencia del modelo educativo de Bolonia en una asignatura de Estructuras de Edificación” III Jornadas Internacionales de Enseñanza de la Ingeniería Estructural de ACHE. Valencia, 2013). Para mejorarlos, en la segunda edición (curso 2013-14) se redujo la temática y el número de clases expositivas, proponiendo en su lugar unas tareas presenciales que fomentaran en el alumno el desarrollo de su propia creatividad y sus habilidades para trabajar en equipo.

Durante las actividades los alumnos fueron asesorados por el docente que siempre trató de despertarles un interés personal por reinventar y descubrir los diferentes procedimientos clásicos de análisis, aplicándolos a varias tipologías estructurales. Los resultados fueron mejores que los de los cursos anteriores y por ello este planteamiento se ha repetido en el curso 2014-15. Por otra parte, en “Estructuras 2” el docente siempre aplicó una metodología parecida a la del Plan Antiguo basada en gran cantidad de clases presenciales. Esta metodología será reemplazada en breve por otra más adecuada a la filosofía de Bolonia.

En este trabajo se expone el nuevo procedimiento que recientemente ha sido aprobado por la Comisión Universitaria de Evaluación Docente de la Universidad del País Vasco y que será implantado por primera vez en el curso 2015-16. También se compara con los empleados en las dos asignaturas hasta el momento. Complementariamente se analizan los índices de aprobados desde 2012 y se contrastan con los de las asignaturas homólogas del Plan Antiguo para detectar posibles errores en los modelos de enseñanza anteriores y actuales que permitan justificar el nuevo planteamiento docente.

Hasta el momento se ha observado que las actividades de taller no parecen compatibles con una enseñanza de calidad que fomente la creatividad individual prescindiendo de las clases presenciales. Realizar los trabajos de taller con corrección implica tener un conocimiento que no se consigue en un cuatrimestre sin ayuda externa. También se ha observado que potenciar la interacción entre numerosas asignaturas de un curso reduce la calidad del conocimiento y dificulta la relación entre asignaturas homólogas de cursos consecutivos. Una docencia de calidad no debería debilitar esta interacción. Quizá podría mejorar el aprendizaje si se sustituyeran las actividades de taller por otras más específicas que involucraran a un número menor de asignaturas, no necesariamente del mismo curso.

Palabras clave: Enseñanza – Crédito Europeo – Análisis Estructural – Estructuras de Edificación

LA IDEOLOGÍA DE GÉNERO A TRAVÉS DE ‘SEXO EN NUEVA YORK’

AUTORA

Ana Lanuza Avello

Universidad CEU San Pablo (España)

ana.lanuzaaavello@ceu.es

La serie *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, 1998–2004) creada por Darren Star para la HBO, cosechó un éxito que condujo a la creación de dos películas para la gran pantalla *Sexo en Nueva York. La película* (Michael Patrick King, 2008) y *Sexo en Nueva York 2* (Michael Patrick King, 2010).

En dichos filmes se ofrece una visión del género ideologizada, que heredan de la serie televisiva y desarrollan con gran eficacia. Este artículo centra su atención en los principales personajes de las películas y en las relaciones que mantienen con otros personajes. Resulta sencillo comprobar que en las películas se proponen distintas opciones, desde la soltería hasta la creación de distintos modelos de pareja y familia: matrimonios con hijos biológicos o adoptados, sin hijos, uniones de hecho, uniones homosexuales...

El fin de este estudio es comprobar si la ideología de género subyace este planteamiento con el fin de igualar dichos modelos y legitimarlos de cara a la sociedad.

Palabras clave: Mujer – Género – Ideología – Sexo – Nueva York – Teleseries

MUJERES Y SERIES DE FICCIÓN EN EL SIGLO XXI. EL CASO DE SEXO EN NUEVA YORK

AUTORA

Ana Lanuza Avello

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

ana.lanuzaavello@ceu.es

La enorme popularidad que alcanzó la serie *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, 1998–2004) creada por Darren Star para la HBO, nos anima a acercarnos a sus personajes protagonistas, una de las claves de su éxito. Tal y como sostiene su productor, *Sexo en Nueva York* pretende ser un proyecto feminista y trasladarnos la imagen de una mujer independiente y liberada. La trama gira en torno a las peripecias de cuatro amigas, Carrie Bradshaw, Samantha Jones, Miranda Hobbes, y Charlotte York, cuyos roles vienen a representar cuatro posibles estados de la mujer contemporánea. A través del análisis de los capítulos que conforman las 6 temporadas de la serie y de la evolución de las cuatro protagonistas comprobamos si estos personajes consiguen mantenerse fieles a la imagen que en un primer momento transmiten, la de mujeres independientes y autónomas, que han conseguido un fuerte control sobre todos los aspectos de su vida, y con ello la realización personal y la felicidad.

Para escribir este artículo, hemos realizado un importante trabajo de documentación y recurrido a diversas fuentes escritas y audiovisuales centradas en tres esferas básicas: la mujer, el mundo audiovisual y la serie *Sexo en Nueva York*. Hemos realizado un análisis de los capítulos que componen las seis temporadas, atendiendo a los temas tratados y a cómo los personajes se enfrentan a dichos temas. Posteriormente hemos seguido un patrón de análisis de los personajes a través de los siguientes aspectos: rango de edad, ocupación, aspectos que definen su personalidad, ideales y aspiraciones, visión de la amistad, postura frente al matrimonio y la maternidad, y aspectos con los que identifica el amor. Todo esto nos ha permitido comprobar qué punto los personajes son fieles a la premisa de la que parten al comienzo de la serie y si las críticas que la producción ha recibido están o no justificadas.

Nos encontramos frente a una serie que ensalza un universo femenino de fraternidad incondicional. Si repasamos detenidamente las trayectorias de las protagonistas veremos que todas y cada una de ellas ejercen un fuerte control sobre sus vidas, e invitan a las otras a una papel activo en la búsqueda de aquello que más les satisface. Pero la serie falla en su pretensión de constituirse en un alegato feminista. Pretende retratar mujeres independientes y libres para escoger, pero prácticamente limita estas opciones a la amistad y al terreno sexual, marginando la necesidad de sentirse amadas de manera exclusiva. En las cuatro protagonistas, en mayor o menor medida, y por debajo de una apariencia de fortaleza e independencia, late un anhelo profundo de ser elegidas y queridas por un hombre que les sea fiel, hecho que en última instancia les conduce a la persecución de un ideal de vida conservador.

Palabras clave: Mujer - Sexo - Nueva York - Series - Género

USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ASÍNCRONA PARA EL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA LÓGICA MATEMÁTICA

AUTOR

Alonso José Larreal Bracho

Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín de Maracaibo (Venezuela)

alonso.larreal@urbe.edu

La presente investigación tuvo como principal objetivo evaluar el uso de las herramientas asíncronas para el desarrollo de la inteligencia lógica matemática en los docentes de las instituciones educativas públicas del municipio Mara estado Zulia, basándose en teorías de autores como Yanacón y otros (2013), Gamiz (2009), Gálvez (2010), Arelto y Arelto (2009), Campas y otros (2007), González (2008), Benito (2000), Viveiros (2011), Rojas (2005), Maldonado y Rodríguez (2006), Antúnez (2002), Gardner (2005), Ander-Egg (2008), Tobón (2006), Sánchez (2002), Giménez, Santos y Da Ponte (2003), Rodríguez (2013), Cofré y col. (2003), Bermúdez, (2014), entre otros. Metodológicamente, la investigación se catalogó descriptiva, con un diseño no experimental, transeccional, de campo. La población estuvo constituida por (46) docentes, correspondientes a las instituciones educativas públicas: UE Tamare la Y, E.B La Cieneguita, y Ana E.B Tamare Los Vaquiros, todas pertenecientes al municipio escolar Mara del estado Zulia.

La técnica de recolección de datos fue la observación mediante encuesta, empleándose un cuestionario constituido por 30 ítems con alternativas de respuesta escala de frecuencia: Siempre, casi siempre, casi nunca, nunca. La validez estuvo a cargo por el juicio de siete expertos en las áreas temáticas referidas al uso de herramientas síncronas e inteligencia lógica matemática; donde la confiabilidad, fue calculada por el coeficiente de Alfa Cronbach, la cual tuvo como resultado un valor de 0,86, resultando confiable.

La técnica de análisis de los resultados fue la estadística descriptiva, con el análisis de frecuencias, y medias aritméticas. Los resultados obtenidos evidenciaron en la descripción del uso de las herramientas sometidas al estudio que en el caso del Blog los docentes hacen muy poco uso de dicho portal, entre tanto con respecto al correo electrónico se presenta una situación similar y finalmente con respecto a la wiki la tendencia se enmarca dentro de los mismos parámetros de poco uso; ahora bien, los resultados que se generaron en cuanto al desarrollo de la inteligencia lógica matemática estos reflejan que en lo relacionado con la resolución de problemas la tendencia muestra una alta presencia de este indicador, por otro lado los resultados afirman la misma tendencia con cálculos mentales y con respecto al indicador pensamiento lógico se mantiene dentro del mismo rango, manejando excelentes niveles de desarrollo de inteligencia lógico matemática dentro de su haber.

Se recomienda que los docentes utilicen sus cuentas de correos electrónicos para intercambiar con sus pares incluyendo a los estudiantes en las actividades académicas para mantener una comunicación permanente por medio de ellos; en cuanto a la asignación de actividades, envío de las mismas, e incluso reportes con evaluaciones, estableciendo un puente de comunicación útil. De igual manera, crear blogs, donde se expongan informaciones relacionadas con temas de interés en clases, o al mismo tiempo, realizar actividades de intercambio con otros docentes. En lo referido a la inteligencia lógica matemática, se recomienda, mantener las habilidades que poseen en cuanto a resolución de problemas, cálculos mentales y pensamiento lógico, realizando actividades de talleres para la promoción de las mismas.

Palabras clave: Herramientas Asíncronas - Inteligencia - Lógica matemática

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GEOPOLÍTICAS EN CONFLICTOS-BÉLICOS. LA PERCEPCIÓN JOVEN DE LOS ATENTADOS A *CHARLIE HEBDO*

AUTORES

Carmen Lasso de la Vega y Pedro Pablo Marín Dueñas

Universidad de Cádiz (España)

carmen.lasso@uca.es y pablo.marin@uca.es

Como si de una profecía se tratase, el día 7 de enero de 2015 comenzó una nueva etapa histórica, que pone en cuestión muchos, sino todos, los fundamentos del contrato social subyacente en los estados modernos de Occidente. Los atentados a la revista francesa *Charlie Hebdo* y al supermercado judío *Hyper Cacher*, tienen claros antecedentes en numerosos hechos no menos atroces, pero son éstos últimos los que parecen haber marcado una clara frontera conceptual y simbólica de incalculables consecuencias.

Este estudio exploratorio-descriptivo pretende aportar un primer acercamiento a la percepción de estos hechos en concreto, así como de su posible alcance en términos generales, con el fin de conocer la visión de los jóvenes acerca de esta situación geoestratégica e ir previendo y conformando estrategias de comunicación, capaces de paliar posibles y previsibles consecuencias socio-políticas.

Se trata, pues, de conocer y definir este proceso bélico para determinar las estrategias de comunicación que se están empleando para su difusión, así como el posicionamiento mental que tienen los jóvenes sobre él. Éste objeto y objetivos de estudio se conforman a partir de un objetivo instrumental que persigue, por el momento, realizar un diagnóstico previo acerca de la percepción de esta realidad emergente para, posteriormente, analizar la situación y buscar medidas y estrategias discursivas, entendidas como la mejor y única forma de garantizar la paz y el desarrollo social.

Cabe subrayar, en este sentido, que aunque se vayan a tratar contenidos de carácter ideológico, tanto desde una perspectiva política como religiosa, el análisis gira en torno a las estrategias de comunicación empleadas y la percepción que éstas generan en un público joven, en tanto en cuanto más vulnerable, teniendo en cuenta que la ideología, política y/o religiosa, forma parte de la estructura profunda de la personalidad de un sujeto, por lo que difícilmente va a cambiar a lo largo de su vida, mientras que la población joven puede ir moldeando sus percepciones hasta la fase adulta.

Los bloques de análisis van a contemplar la perspectiva del emisor de la comunicación, recogida por los medios, a través de las siguientes unidades de análisis: televisión, con el fin de determinar la estrategia comunicativa en el medio de carácter más masivo; revista *Charlie Hebdo* de la que se han seleccionado tres portadas; y una encuesta semiestructurada a una muestra de universitarios. El análisis de los mensajes se abordará mediante la teoría del encuadre noticioso o *framing*, a partir del análisis de los juegos de lenguaje y su posible evolución en los medios de comunicación de masas.

Palabras clave: Revista – *Framing* – Discurso – Estrategias Comunicativas – Política

ESTUDIO DE LA CONSIDERACIÓN ÉTICA DE LOS *FEES* EN LA REMUNERACIÓN DE LOS *BROKERS* DE SEGUROS: EL CASO DEL MERCADO ESPAÑOL DE SEGUROS

AUTOR

Miguel Ángel Latorre Guillem

Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir” de Valencia (España)

mangel.latorre@ucv.es

En este trabajo, se considera la literatura académica que trata sobre la forma en que los *brokers* son compensados dentro del desarrollo de su actividad profesional de mediación. Así, los sistemas de retribución desarrollados hasta la fecha son: por un lado, a través de las comisiones y, por otro lado, mediante los honorarios. En esta línea de trabajo, se revisan diferentes modelos teóricos que establecen el sistema de compensación que perciben los *brokers* por la prestación de los servicios a sus clientes. Sin embargo, este doble sistema de compensación, deja entrever la posibilidad de un comportamiento no ético.

Así, al no observarse trabajos previos que analicen esta situación, el objetivo de este trabajo se centra en el estudio del comportamiento ético de los honorarios como sistema de compensación entorno a la relación entre los *brokers* y sus clientes. El estudio se realiza en el mercado español de seguros permite considerar si existe un comportamiento ético o no en el establecimiento de los honorarios como sistema de retribución al bróker de seguros.

Palabras clave: Comisiones – Honorarios- Remuneración *broker* de Seguros - Estudio caso español - Comportamiento Oportunista

LA MÚSICA EN EL *EEES*: MOTIVACIÓN PARA LOS FUTUROS DOCENTES DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Elena Le Barbier Ramos
Universidad de Oviedo (España)
lemaria@uniovi.es

Este trabajo es fruto de mi experiencia como docente de la asignatura *Desarrollo de la Expresión Musical*, que se imparte en segundo curso del *Grado en Maestro de Educación Infantil* de la Universidad de Oviedo. Debido a la implantación en los últimos años de los diferentes Grados en la Facultad de Formación del Profesorado y Educación de la Universidad de Oviedo acordes con el *EEES*, tuve que enfrentarme a un reto complejo y desconocido para la mayoría de los docentes, las prácticas de aula.

Hasta entonces, habíamos expuesto nuestras clases “magistrales” sin mayores complicaciones, sin embargo un nuevo desafío se cernía sobre todos nosotros y su enfoque iba a determinar, al menos desde mi punto de vista, el grado de motivación del alumnado. El primer planteamiento fue observar su comportamiento en los primeros días de clase de música (sobre todo como ya he mencionado, en las clases prácticas); se percibía al instante que los alumnos/as llegaban sin mucho interés, sin apenas motivación y por ello este fue mi principal objetivo desde el principio, el motivar a los alumnos/as a través de las prácticas de aula, innovadoras en su conjunto y a su vez acordes con la nueva propuesta del Espacio Europeo de Educación Superior.

Por supuesto para alcanzar este objetivo general presento una metodología totalmente participativa y generalmente grupal, donde además mediante un aprendizaje basado en la resolución de problemas (ABP) el alumnado genera espacios de convivencia a la vez que incorpora progresivamente y con naturalidad las posibilidades expresivas de la música como una experiencia más de su vida académica.

La principal conclusión de este trabajo, tal y como yo lo he planteado, siguiendo los principios del *EEES*, tiene como resultado, además de aumentar considerablemente la motivación en el aula de música, conseguir que los futuros docentes cuenten con una herramienta fundamental e interdisciplinar que no dudo utilizarán con frecuencia en su futuro profesional, ya que es innegable que la música forma parte de la vida de todos los niños y niñas, sobre todo en la segunda etapa de educación infantil.

Palabras Clave: *EEES* - Música - Educación Infantil - Motivación - Convivencia

LAS IDEAS DE LA ANTIGÜEDAD CLÁSICA REFLEJADAS EN LA PINTURA NEOCLÁSICA

AUTORA

Elena Le Barbier Ramos
Universidad de Oviedo (España)
lemaria@uniovi.es

La mayoría de los pintores de la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX trataron en sus obras las temáticas de la antigüedad, aunque con una finalidad, en muchos casos, bastante diferente. Gracias al descubrimiento de los yacimientos de Pompeya y Herculano y siguiendo en la mayoría de los casos las teorías artísticas propuestas por los teóricos como Winckelmann, los pintores neoclásicos trataron de reproducir en sus obras tanto la arquitectura y modelado de los personajes de la época clásica como sus ideales culturales, siendo la belleza y virtud una de sus características esenciales.

Somos conscientes del estudio de algunas de estas obras, pero la novedad de este trabajo radica en que aquí se analizarán diferentes pinturas neoclásicas considerando igualmente la iconografía musical representada como un aspecto esencial de la obra, ya que sabemos que la idea de la música fue muy relevante para estos autores, como lo fue para los clásicos. La aportación metodológica para este trabajo es igualmente novedosa ya que, como acabamos de señalar, los investigadores no suelen incluir en sus análisis la representación de la música ni los instrumentos musicales y por tanto se deja al margen un aspecto que consideramos esencial de la cultura de la antigüedad, la idea que engloba la expresión musical.

Muchas de las iconografías clásicas reproducidas por estos pintores incluyen aspectos musicales, tanto en las temáticas mitológicas como en las históricas. Así por ejemplo, junto a temas clásicos de la mitología como el cuadro titulado *Orfeo y Eurídice* de Louis Ducis o *Ariadna y Baco* de Antoine-Jean Gros, aparecen otros temas extraídos de la poesía clásica como *La Apoteosis de Homero* de Ingres o los dos cuadros de Jacques Louis David titulados *Los amores de Paris y Helena y Leónidas en las Termópilas*. Además de estas temáticas, hay una figura femenina que adquiere mayor importancia en esta época, nos estamos refiriendo a Safo, es lógico que la azarosa vida y muerte de la poetisa griega atraiga a numerosos artistas que la retratan en sus obras, como Jacques Louis David, Antoine-Jean Gros, Louis Ducis o Angélica Kauffman entre otros.

En las conclusiones se probará que a través de sus obras los artistas de la época neoclásica plasman las ideas de teóricos como Winckelmann; además se entenderán cuestiones importantes que los pintores tuvieron muy presentes en esta época un tanto convulsa, como la relevancia y significado de la elección del tema, su forma de ser tratado y cómo las ideas filosófico-culturales de los antiguos clásicos son retomadas por estos artistas de época neoclásica en muchos casos para sus fines sociales y políticos, temas que subyacen detrás de lo meramente visual.

Palabras clave: Antigüedad - Ideas Clásicas - Iconografía - Pintura Neoclásica - Iconografía Musical

DINÁMICAS DE IDENTIDAD EN LA EDUCACIÓN INTERCULTURAL

AUTORA

Morelva Leal Jerez
Universidad del Zulia (Venezuela)
morelvaleal@gmail.com

En esta ponencia se analizan las dinámicas de construcción de identidades en la educación intercultural bilingüe a partir del acercamiento etnográfico a dos escuelas de la ciudad de Maracaibo (Venezuela), en la que confluye importante migración de indígenas pertenecientes a los pueblos wayúu y añú.

Bajo los aportes teóricos de García Canclini (2005); Dietz (2002, 2011) y García (2002) se concluye en procesos de re-creación de las identidades en los relatos biográficos de los maestros y en el surgimiento de nuevos etnocentrismos en los que predominan los discursos acerca de la conservación de las culturas indígenas conduciendo a la esencialización y folklorización de las mismas, dificultando el diálogo intercultural y convirtiéndolo en una simulación.

Asimismo se observa la persistencia de la discriminación étnica en coexistencia con un discurso de interculturalidad.

Palabras clave: Educación - Interculturalidad - Identidad

LA ENSEÑANZA SUPERIOR DE LA RADIO EN ESPAÑA: DE LOS PIONEROS AL EEES

AUTOR

José María Legorburu Hortelano

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

legorburu@ceu.es

La enseñanza de la radio llegó a la Universidad de la mano del Periodismo en los primeros años 30 del siglo XX, al incorporarse como asignatura a los planes de estudios de las escuelas de Periodismo de Estados Unidos. Por entonces, los primeros centros europeos –Escuela Superior de París, King’s College de la Universidad de Londres o la del diario *El Debate*, de España- no incorporaban esta disciplina en sus programas, centrados únicamente en la prensa impresa.

De hecho, en el caso de España, la primera iniciativa formativa en radio no tuvo lugar hasta mediados de los años 40, cuando el Régimen de Franco puso en marcha las estaciones-escuela del Frente de Juventudes, denominadas genéricamente *Radio Juventud* y agrupadas en torno a la *Cadena Azul de Radiodifusión (CAR)*.

El primer intento de incorporar la radio a la formación reglada de los periodistas se hizo esperar hasta el plan de estudios de 1954 de la Escuela Oficial de Periodismo, que la incluyó como asignatura optativa. Esta primera iniciativa, ya con claros tintes universitarios, se reforzó en 1958 al crearse el Instituto de Periodismo del Estudio General de Navarra y dictar José Luis Martínez Albertos las primeras clases de la materia con un programa complementario de prácticas en las emisoras de Pamplona, primero y, más tarde, en su propio estudio de radio.

En 1960, la Escuela de Periodismo de la Iglesia de Madrid incorporó también una asignatura de radio, al igual que las de Barcelona y Valencia. En ese momento, la presencia de asignaturas radiofónicas en los planes de estudio era ya indiscutible. Finalmente, después de haber sido reclamada en numerosos foros, la formación en Comunicación pasó definitivamente a la Universidad con la apertura de las facultades de Barcelona, Madrid y Pamplona, cuyos planes de estudio en Periodismo y en Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva incluían asignaturas relativas a la radio.

Pero, sin duda, fue en los años 80, donde se abrió una segunda etapa en la enseñanza de la radio en la Universidad española, marcada, por un lado, por la incorporación de profesores provenientes del mundo profesional y, por otra parte, gracias al cambio experimentado en la percepción social de este medio por el destacado papel que desempeñó en la Transición y muy especialmente durante el intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

Esta tendencia no solo se consolidó, sino que se incrementó al comienzo de los años 90 con la eclosión de las facultades de Comunicación, con la generalización en ellas de estudios de radio y emisoras y con el surgimiento de los primeros grupos de investigación. En este mismo sentido, la adaptación de las titulaciones en Periodismo y Comunicación Audiovisual al EEES ha reforzado más si cabe la línea anteriormente expresada de formación teórico-práctica de la radio, largamente experimentada. Además, en la actualidad, la totalidad de los centros que imparten estas titulaciones en España –ya adaptados al EEES- cuenta con asignaturas de radio, tanto de carácter básico, como obligatorio, optativo o de libre configuración.

Palabras clave: Radio – Enseñanza Superior – EEES – España - Universidad

I FIDANZATI: PELIGROS Y TENTACIONES DE LA MODERNIDAD **(JUNGER, HEIDEGGER Y ULMER)**

AUTOR

Alberto Lena Ordóñez
Universidad de Valladolid (España)
alena_ord@yahoo.co.uk

Estrenada en 1963, durante los años del boom económico italiano, *I fidanzati* (Ermanno Olmi) es una obra que pone en duda la nueva realidad industrial italiana que está surgiendo en esos momentos. La historia de amor de dos jóvenes del norte de Italia, Giovanni y Liana, obligados a separarse por razones económicas, es el símbolo de una nueva realidad capitalista en la que el individuo se convierte en la marioneta de una serie de fuerzas oscuras que no acierta a controlar. El viaje de Giovanni a Sicilia para trabajar como técnico en una refinería muestra la complejidad de la modernidad: por una parte, representa el descubrimiento del poder de la tecnología para transformar un paisaje ancestral; por otra parte, simboliza además el poder de una civilización antigua capaz de alienar al hombre moderno hasta desorientarlo.

En este trabajo se analiza *I fidanzati* como una de las obras del cine europeo que se adelanta al fenómeno de la globalización, ya que muestra todo el poder de la técnica y el nuevo individuo que surge a partir de esa realidad. Por otra parte, Olmi no oculta los límites y peligros de la nueva realidad tecnológica y económica. Se trata de comprender hasta qué punto el Olmi de los años de la Edison, en los que se defendía la armonía entre técnica y naturaleza, se ha convertido en un artista complejo y profundo que pone en duda muchos de los principios anteriores y comienza a interrogar la realidad más inmediata de manera diferente.

Este trabajo trata de mostrar cómo a partir de los años sesenta surgen nuevos contrastes e incertidumbres en la obra de Olmi. El enfrentamiento entre el paisaje siciliano y milanés que aparece en *I Fidanzati* es un referente esencial para comprender una nueva realidad italiana que es también una nueva realidad planetaria: un mundo en constante transformación que parece ignorar los anhelos más profundos del individuo. En esa nueva realidad, la técnica ya no está al servicio del individuo, sino todo lo contrario: ha terminado por esclavizarlo.

Este estudio propone una lectura del texto fílmico de Olmi recurriendo a diferentes conceptos acuñados por Heidegger y Ernst Jünger que se relacionan con el ocaso de la modernidad y la naturaleza de la técnica recurriendo a conceptos como los de “movilización total” y “trabajador planetario” con el fin de comprender los múltiples significados del film. Además *I fidanzati* se compara con otra obra que se relacionan directamente con la alienación del individuo y el tropo del viaje: *Detour* (Edgard G. Ulmer). Analizar de forma comparativa ambas obras nos ayudará a comprender por qué estos cineastas anticipan el complejo universo con el que tiene que enfrentarse el individuo en el siglo XXI: un mundo funcional, desenraizado, en donde la única constante es el cambio.

Palabras clave: Neorrealismo - Modernidad - Posmodernidad - Cine y realidad

DOCERE DELECTANDO: UTILIZACIÓN DE SERIES, PELÍCULAS Y VIDEOJUEGOS COMO HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

AUTOR

Pablo León Cruz

Universidad de Granada (España)

pabloleoncruz@gmail.com

Dados los numerosos cambios en la juventud, las reformas en el ámbito educativo y la incorporación de las nuevas tecnologías a la docencia, es necesario aprovechar las oportunidades que este nuevo panorama social nos brinda para plantear en la Educación Secundaria Obligatoria un modelo de enseñanza-aprendizaje innovador, ameno y actual que despierte el interés y la motivación del alumnado.

Para ello, resulta interesante acercar los contenidos recogidos en las programaciones didácticas al alumnado, destacando la utilidad de los mismos y utilizando ejemplos que resulten de interés. Así, la vinculación de ideas procedentes de series de televisión, películas, libros y videojuegos con los contenidos a desarrollar a lo largo de las sesiones de clase supone una apuesta innovadora en la docencia que redundaría en la mejora de la calidad de la enseñanza impartida al lograr la motivación del alumnado en clase y facilitar el aprendizaje utilizando ejemplos cercanos y conocidos. Por ello, y basándose en la idea propuesta, a continuación se plantean diversas actividades que podrían realizarse durante el desarrollo de la asignatura de Ciencias Naturales de 1º y 2º de ESO o en la de Biología de 3º y 4º:

1. Teoría de la Evolución de Darwin: Para complementar la explicación de esta teoría, podrían utilizarse los videojuegos de Pokémon. Ésta establece que todo ser vivo proviene de un ancestro común y que va cambiando como consecuencia de la adaptación al medio. Esto podría ejemplificarse con las evoluciones de las criaturas de esta saga, entre las que podría destacarse el archiconocido *Eevee*, que puede evolucionar en ocho especies diferentes en función de sus condiciones de desarrollo.

2. Las plantas y su importancia para el ser humano: Si algo destaca últimamente del reino vegetal, es el repentino interés por las plantas medicinales. El uso y la importancia de ciertas plantas podría compararse el papel que juegan algunas en los libros de Harry Potter. Uno de los ejemplos más famosos es el uso de la mandrágora en *Harry Potter y la cámara secreta* para elaborar una poción que curase a los alumnos petrificados por el basilisco.

3. Los ecosistemas y su biodiversidad: Para trasladar lo aprendido al mundo real, podría proponerse un análisis de los distintos ecosistemas existentes en nuestro planeta y su biodiversidad mediante el visionado de fragmentos de películas de animación, como *Buscando a Nemo* (océano), *Ice Age* (taiga), *Aladdin* (desierto) o *Madagascar* (sabana).

Conclusiones:

- La motivación del alumno es fundamental en el proceso de aprendizaje por lo que hay que aprovechar las diferentes áreas de interés del alumno
- El desarrollo informático debe ser utilizado como herramienta de aprendizaje innovadora que fomente la motivación en el alumnado y dinamice el desarrollo de las clases.
- Es necesario rentabilizar lo lúdico como recurso para el aprendizaje y, consecuentemente, aspirar a seguir haciendo actual la máxima horaciana: “enseñar deleitando”.

Palabras clave: Innovación – Docencia – Aprendizaje – Educación – Enseñanza

EL CONSUMO DE MARCAS DE LUJO POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES UNIVERSITARIOS: SIGNIFICADO Y HÁBITOS DE COMPRA

AUTORES

Sheila Liberal Ormaechea y Javier Sierra Sánchez
Universidad Francisco de Vitoria y ESNE (España)
s.liberal.prof@ufv.es y javier.sierra@esne.es

Los productos de lujo han sido tradicionalmente reservados a las élites, tanto por su valor económico como por la dificultad en el acceso a los mismos dada su escasez y exclusividad. La peculiaridad de este tipo de marcas y las características de su consumo han circunscrito su presencia a ámbitos muy reducidos hasta finales del S. XX. En la última década, sin embargo, el sector del lujo ha iniciado un proceso de creciente visibilidad y ha apostado por incentivar la demanda en los mercados medios, asumiendo en algunos casos el riesgo de contradecir su naturaleza ligada a la exclusividad y la diferenciación.

Este proceso viene dado por multitud de factores tanto de índole socio-económica como personal, que afectan tanto a las empresas del sector como a los potenciales nuevos consumidores del lujo. Los cambios en la distribución del gasto, la influencia ejercida por los grupos de referencia y el incremento del valor otorgado al simbolismo que representan este tipo de marcas son factores clave en la modificación de los patrones de consumo. El consumidor ha cambiado su actitud frente al consumo del lujo y, en gran medida, se ha minimizado el rechazo moral hacia el mismo de anteriores modelos de sociedad en favor de una auto-complacencia entendida desde una perspectiva positiva. El consumidor, poseedor de lo que Silverstein & Fiske (2006:41) denominan “permiso cultural para gastar”, está más formado, es más exigente e infiel a las marcas y reivindica un derecho al placer que encuentra en el lujo. La lógica de la compra orientada a satisfacer una necesidad vital ha dado paso a un consumo hedonista basado en la satisfacción emocional como primera necesidad.

El propósito de esta investigación es profundizar en el conocimiento acerca de los hábitos de consumo de marcas de lujo por parte de los alumnos universitarios. Tras una introducción en la que se exponen las premisas teóricas de partida sobre el sector del lujo, se ha llevado a cabo un estudio empírico, de naturaleza descriptiva y cuantitativa basado en la realización de un cuestionario a alumnos universitarios. Este estudio plantea como primer objetivo de investigación la profundización acerca del significado que posee el sector del lujo para el segmento de alumnos universitarios. Este público es especialmente interesante para las marcas de lujo puesto que representa en gran medida el futuro de un sector en pleno proceso de apertura y que necesita consumidores cualificados para ser apreciado en su diferencia.

Del mismo modo, se pretenden analizar los niveles de consumo de este tipo de marcas por parte de los alumnos universitarios así como los hábitos de compra asociados al consumo del lujo (frecuencia, gasto, sistema de pago, etc.). Ambas cuestiones permitirán una aproximación al conocimiento de las motivaciones y frenos de los consumidores, lo que puede resultar de utilidad en el ámbito académico como punto de partida a otras investigaciones y servir como orientación estratégica para el propio sector.

Palabras clave: Marca de lujo - Comportamiento del consumidor - Consumo - Emoción - Simbolismo

LOS NEXOS UNIVERSIDAD-EMPRESA UN RETO HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE LA SOCIEDAD: COMUNICANDO ESTRATEGIAS

AUTORES

Manuel Paulino Linares Herrera, Javier Santovenia Díaz y Amalia Margarita Cruz Vilain
Academia de Ciencias de Cuba, Biblioteca Nacional José Martí y Universidad de La Habana (Cuba)
linares@academiaciencias.cu; interactivo@infomed.sld.cu y amalia45@fcom.uh.cu

La Universidad está llamada a desempeñar un papel protagónico como instancia que vincula el quehacer universitario con la sociedad a través de sus procesos extensionistas inicialmente, llamados estos a desarrollarse e implicarse. La relación Universidad–Empresa propicia toda una extensa actividad que sobrepasa los ámbitos diversos, para declararse como proceso ineludible en la sostenibilidad de la sociedad. Los preceptos de generalización y uso del conocimiento están condicionados a la capacidad de los actores sociales para interactuar y fortalecer las redes de conocimientos que propicien capacidad científico-tecnológica, competitividad, innovación y desarrollos productivos.

La materialización de los nexos universidad-empresa es un paradigma para la sostenibilidad de la sociedad. La investigación sobre las hipótesis relacionadas a este binomio, permiten proponer procedimientos y pautas que aseguren procederes viables, para plantearnos entonces, estrategias hacia una sociedad sostenible.

Los entornos internacionales en la educación y las empresas se globalizan a partir de sus tácticos intereses como estrategia y, mantención sus posicionamientos productivos. El debate reflexivo que se plantea en esta indagación permitirá enriquecer el conocimiento, para detenernos con más certeza en el necesario binomio: Universidad-Empresa.

Un análisis teórico con sus prescripciones analíticas conforma el método de investigación empleado. Resultar en propuestas estratégicas desde la comunicación como herramienta para su interacción es el propósito del estudio.

Palabras clave: Universidad-empresa – Comunicación empresarial – Transferencia del conocimiento

ETNOGRAFÍA ESCOLAR SOBRE LAS RELACIONES FAMILIA-ESCUELA

AUTORAS

Núria Llevot Calvet y Olga Bernad Cavero

Universidad de Lleida (España)

olga@geosoc.udl.cat y nllevot@pip.udl.cat

El curso 2013-14 se implementó en la Facultad de Ciencias de la Educación la modalidad Bilingüe en el grado de Primaria. Una de las materias troncales que forman parte del plan docente es Sociedad, familia y escuela I, de 12 créditos, nueve de los cuales corresponden al área de Sociología y 3 a la de Pedagogía. Dentro de la parte correspondiente a Sociología se imparten contenidos referentes a las principales teorías y corrientes de pensamiento en Sociología de la educación, cambios sociales, desigualdades educativas de clase, género y etnia, factores que favorecen y/o dificultan el éxito y fracaso escolar, elementos de la organización y gestión escolar y de aula que inciden en las dinámicas de relación del centro escolar, papel del currículum oculto, las relaciones escuela-familia-comunidad, etc.

Hoy en día queda fuera de toda duda la importancia de establecer unas buenas relaciones familia-escuela. Por ejemplo, el Departamento de Enseñanza de la Generalitat de Cataluña ha implementado el Plan para la reducción del fracaso escolar en Cataluña (2012-2018) “Ofensiva de país a favor del éxito escolar”, que gira en torno a 9 ejes de acción. El número 7 es “Implicación y compromiso de la familia en el seguimiento de la evolución académica y personal del alumno y el 8 es “Relaciones de la comunidad educativa y el entorno; respuestas integrales adecuadas al contexto educativo”.

Tradicionalmente, la literatura ha puesto de manifiesto la falta de formación inicial de los maestros y maestras en aspectos relacionados con el papel de las familias en la educación de sus hijos e hijas. Precisamente, una de las aportaciones de la materia “Sociedad, familia y escuela I” es el estudio de las nuevas estructuras familiares en el contexto actual y la participación de las familias en la educación de los niños y niñas y su papel en la escuela, aspectos cruciales en la formación de los futuros docentes, competentes y polivalentes, sobre todo si tenemos en cuenta los retos a que se enfrentan los centros educativos para dar respuesta a las nuevas necesidades sociales emergentes.

Esta materia se estructura en cuatro sesiones semanales de una hora de duración y se combinan contenidos teóricos y prácticos. Una de las prácticas que se proponen a los estudiantes es la realización en pequeño grupo de una etnografía sobre la relación familia-escuela, basada principalmente en observaciones en los momentos informales de entradas y salidas de las escuelas, teniendo que comparar dos escuelas de diferentes características. Al tratarse de la modalidad bilingüe, se propuso hacer las presentaciones orales en inglés y el informe resultante en catalán o inglés.

Esta comunicación analiza los resultados obtenidos mediante la utilización de la etnografía, una técnica de investigación cualitativa, como metodología de enseñanza en la enseñanza superior, en el grado de educación primaria.

Palabras Clave: Relación familia-escuela - Participación de las familias - Educación primaria - Formación inicial docentes

ANÁLISIS DE LA ASISTENCIA A CLASE: EFECTOS EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DEL ALUMNO EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES)

AUTORES

Inmaculada Llibrer Escrig y Miguel Ángel Latorre Guillem

Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir” de Valencia (España)

inma.llibrer@ucv.es y mangel.latorre@ucv.es

En este trabajo se presenta un análisis del efecto de la asistencia a clase en el rendimiento académico del alumno. En el marco de actuación del Espacio Europeo de Educación Superior el profesor afronta un proceso de renovación metodológica en el que no solo evalúa los conocimientos sino las destrezas adquiridas para poder alcanzar dichos conocimientos. En este contexto, se considera que la asistencia a clase es necesaria para un mejor desarrollo de las competencias que son medidas en los resultados del aprendizaje.

El objetivo de este trabajo es el estudio del impacto de la asistencia y no asistencia a clase sobre las calificaciones alcanzadas en asignaturas de contabilidad y finanzas en los Grados de Administración y Dirección de Empresas, Gestión Económico y Financiera y Derecho. A partir de los resultados alcanzados, el docente será capaz de desarrollar las habilidades que permitan crear el escenario adecuado para favorecer la asistencia a clase, en orden a asumir una función que se asimila a la de un instructor u orientador capaz de guiar el aprendizaje autónomo de los estudiantes.

En esta línea de trabajo, este estudio se centra en favorecer la asistencia a clase a través de despertar el interés del alumno por las habilidades que se adquieren en el transcurso del periodo lectivo. El alumno debe percibir el valor añadido de la asistencia a clase por lo que considera que se ha enriquecido con los contenidos y habilidades desarrolladas en la misma no solo en su formación académica y sino también en el aprendizaje de las competencias. Por lo que, la variable objeto de análisis en este estudio es: la asistencia o no asistencia a clase y su relación con el rendimiento académico del alumno.

Palabras clave: Asistencia a clase - Rendimiento académico - Habilidades docentes - Competencias

DIVERSIDAD CULTURAL, CURRÍCULUM Y FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE LOS FUTUROS DOCENTES. COMPARACIÓN SOBRE LAS ACTITUDES HACIA LA DIVERSIDAD CULTURAL ENTRE DISTINTOS CURSOS

AUTORES

Vicente J. Llorent García y Mercedes Álamo Sugrañes

Universidad de Córdoba (España)

vjllorent@uco.es y s72alsum@uco.es

La formación del profesorado es un elemento clave en la mejora y calidad del sistema educativo. El papel de los docentes y su actualización están siempre en el punto de mira de las reformas educativas y de las demandas sociolaborales. Hay una constante sensación de necesidad de formación, que tiene su lógica en la permanente aparición de nuevos retos en las escuelas, en la educación y en la sociedad.

En concreto, el reconocimiento de la riqueza e importancia que supone la diversidad cultural en las escuelas ha provocado todo un conjunto de teorías, técnicas, estrategias, métodos e innovaciones de distinta índole, que ha ayudado a apostar por la Educación Inclusiva y la Atención a la Diversidad en un amplio sentido. Se ha diagnosticado un déficit en la formación de dicho profesorado, dejando entrever que necesitan estrategias y recursos para la creación de escuelas inclusivas (Colmenero, 2006; Fermín, 2007; Infante, 2010; Llorent y López, 2012). Por esta razón las actitudes como citaba Muntaner (2010), se convierten en un elemento de estudio para analizar la influencia positiva en la formación de los estudiantes de magisterio. Con ello el objetivo que se propone es conocer si la formación recibida en dicha universidad mejora sustancialmente las actitudes hacia la diversidad cultural de los estudiantes o si por el contrario es necesario una mejora curricular en la educación superior, y para eso se compara en este estudio la formación entre el segundo curso del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Córdoba, y el cuarto (y último) curso de esta misma titulación.

El estudio cuenta con la participación de una muestra de 320 sujetos del Grado de Educación Primaria, siendo 184 de primer curso en donde el 32.1% son hombres y el 67.9%, son mujeres, con una media de edad de 20 años (DT: 3.41). El otro grupo corresponde al cuarto curso, contando con un 32.4% de hombres y 67.6%, de mujeres, siendo una media de edad de 22 años (DT: 3.71). Se emplea una escala *ad hoc* de tipo *Likert* denominada escala de Actitudes hacia la Diversidad Cultural (ADC), y aparecen entre los resultados diferencias significativas entre los cursos que se comentan en el artículo.

Palabras clave: Actitudes - Diversidad cultural - Educación superior - Formación del profesorado

UNA EXPERIENCIA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

AUTORES

Francisco Manuel Llorente Marín y Evelina Zurita Márquez

Universidad de Málaga (España)

llorente@uma.es y zurita@uma.es

La comunicación que presentamos parte de un Proyecto de Innovación Educativa (PIE) sobre la experiencia llevada a cabo en la asignatura de Antropología social por Grupos de Orientación Universitaria (GOU) en la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo de la Universidad de Málaga. El proyecto parte de los siguientes presupuestos:

- a) El alumnado de nuevo ingreso encuentra una escasa información acerca de los Estudios Superiores. La Universidad de Málaga cuenta con figuras de orientación al alumnado universitario (GOU), pero se evidencia en los discursos de nuestro alumnado que la efectividad de la orientación llevada a cabo es escasa.
- b) Sin menospreciar los esfuerzos de las acciones orientativas de los GOU, proponemos que esta orientación podría anclarse en determinados aspectos del aprendizaje cooperativo.

Los objetivos generales del Proyecto de Innovación Educativa son: a) promover en el alumnado acciones de cooperación no sólo en el aprendizaje, sino como modo de relación social y b) fomentar en el alumnado procesos de aprendizaje y conocimiento desde la responsabilidad individual y social. Como objetivos específicos proponemos: a) incardinar el aprendizaje cooperativo como estrategia útil de cara a la adaptación del alumnado a los estudios de Grado, b) potenciar líneas de actuación para prevenir el abandono académico desde la lógica de la responsabilidad frente a la lógica meritocrática, c) entender los procesos de aprendizaje y conocimiento como vehículos de transformación social, d) introducir las TIC en las estrategias de acción del Proyecto y f) incluir el Proyecto de Innovación Educativa como bloque temático transversal de la asignatura de Antropología social.

El proyecto se desarrolla a partir de dos núcleos fundamentales. Por una parte, un eje que vertebra la orientación común y básica a partir de : 1) entender la cooperación no sólo asociada al aprendizaje si no como a un modo de relación social que construye vínculos, 2) potenciar los estudios superiores como vehículo de transformación social y no como estrategia acumulativa de méritos, 3) apostar por el valor de lo público, en el sentido de buscar el bien común como modo de alejarse de los parámetros de la competitividad y competencia entre el alumnado fruto de la lógica individualista, y que tan lejana se encuentra de lo que debiera desarrollarse en la Enseñanza Superior, y 4) potenciar la cultura del esfuerzo, de la honestidad personal y académica, del ejercicio de la reflexión y del desarrollo de una actitud crítica.

Por otra parte, un segundo eje que vertebra la orientación específica de los GOUs en la asignatura de Antropología social, y que se desarrolla desde el trabajo con el alumnado que cursó la asignatura, además de con buenos resultados académicos, con una positiva actitud ante los estudios universitarios. La intención es potenciar en ellos acciones de cooperación con el alumnado novel partiendo de una orientación semi-estructurada hacia este alumnado recién llegado.

Palabras clave: PIE – GOU – Antropología social – Docencia universitaria

LA TUTORÍA COMO RELACIÓN DE AYUDA EN LA UNIVERSIDAD

AUTOR

Ernesto López Gómez

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

elopezgeducacion@gmail.com

La propuesta en la que venimos trabajando entiende que la tutoría es un proceso formativo llevado a cabo por el profesorado que implica diversas acciones que toman en cuenta la especificidad de la formación universitaria así como las necesidades del estudiante y se desarrolla a través de un sistema orientador de acompañamiento personal integral, con el objetivo de informar, apoyar, asesorar y guiar sobre las dimensiones académica, personal-social y profesional.

Es evidente que la tutoría tiene sentido como una relación de ayuda (*helping relationship*) que operativiza una dimensión orientadora y formativa del profesorado universitario con los estudiantes. Esta relación de ayuda requiere, inicialmente y de forma simultánea, dos elementos: exige una *necesidad* que en la práctica será el objeto de la ayuda y, además, que la existencia de esta necesidad sea mostrada por quien la requiere (estudiante) y percibida por el profesor.

En el centro de esta relación de ayuda, canalizada por la tutoría, se encuentra el compromiso que se asume para ser ayudado y para ayudar que, en el fondo, es una tarea en colaboración. Esto requiere que cada estudiante estime que su necesidad puede ser atendida, que supere estereotipos que presentan erróneamente que quien necesita ayuda muestra debilidad, rehúya además su timidez y acuda sinceramente con la esperanza de ser ayudado y proponga los modos más adecuados para comunicarse e interactuar con el profesorado. Por otra parte, exige que el profesorado ponga un especial esfuerzo por considerar y escuchar a cada uno de sus estudiantes, tratar de comprenderles, atender sus razones e interesarse por sus vivencias y expectativas, en un marco de confianza. En efecto, el compromiso que asumen profesor y estudiante se concreta desde la confianza, que hace posible construir un clima relacional propicio para la interacción y para la comunicación. Así, en la propia relación comunicativa entre profesor y estudiante se genera el canal pertinente para establecer formas de apoyo y ayuda, analizando minuciosamente la necesidad planteada, dando sentido a las posibilidades de actuación respecto a la necesidad del estudiante y ponderando la toma de decisiones más acertada en función de la experiencia y visión del profesorado y del contexto concreto en el que se plantea dicha necesidad. Esto evidencia que la tutoría universitaria es un libre compromiso del profesor, quien además ha de afrontarla estando formado para ella si se quiere atender con verdadera garantía la necesidad del estudiante.

Más aún, la finalidad última de la tutoría entendida como relación de ayuda no se refiere a un acompañamiento durante la formación universitaria, sino que desde la ayuda concreta ofrecida se ha de conseguir que el estudiante sea su propia fuente de orientación futura. Se ha dicho con diferentes metáforas que la relación educativa no se perpetúa en el tiempo, más bien trabaja para su propio desenlace. Precisamente por ello, la tutoría universitaria ha de orientarse hacia la reflexión, la indagación y el sentido crítico del estudiante. En otras palabras, se trata de que la tutoría se oriente a la autoayuda para que, después de superar la necesidad concreta, el estudiante se encuentre capaz y en posición de enfrentar las dificultades futuras. Por eso, la tutoría no solo resuelve problemas o solventa necesidades, sino que desde ellas es capaz de potenciar la toma de decisiones autónoma y madura, huyendo de la dependencia hacia una responsabilidad personal del universitario en el propio quehacer biográfico.

Palabras clave: Tutoría – Relación educativa – Docencia universitaria – Universidad

EL PROCESO DE EVALUACIÓN EXTERNA. ANÁLISIS DE CASO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CATAMARCA (ARGENTINA)

AUTORA

Catalina Clotilde del Valle Lobo

Universidad Nacional de Catamarca (Argentina)

catalinaclotildelobo@gmail.com

Este trabajo describe la metodología seguida para analizar el informe producido por los Pares Evaluadores y pertenece a la primera fase del Plan de Investigación, titulado: Calidad Universitaria y Acreditación en la Facultad de Tecnología y Ciencias Aplicadas de la Universidad Nacional de Catamarca (Argentina) aprobado en el marco del Programa de Doctorado de Ciencias de la Educación, Universidad de Granada, España.

Desde el enfoque metodológico se ha previsto el análisis documental, conocemos que las instituciones universitarias producen informaciones sustantivas a partir de la organización de tareas tales como: admitir, matricular, calificar, administrar, diseñar, ejecutar, etc. datos que posibilitan la gestión y la toma de decisiones. El objetivo de este artículo es analizar si el informe de los Pares Evaluadores ha contribuido a la comprensión de los resultados obtenidos en el proceso de acreditación de la carrera de Ingeniería en Minas y Geología en la Facultad de Tecnología y Ciencias Aplicadas (FyCA), Universidad Nacional de Catamarca (Argentina).

La Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU), es la única agencia encargada de los procesos evaluativos de las universidades estatales como privada, es un ente descentralizado que actúa en jurisdicción del Ministerio de Educación de la Nación y, tiene una fuerte presencia desde el año 1996 cuando se sanciona la Ley de Educación Superior (LES) N° 24.521. El proceso de acreditación en el sistema universitario argentino consta de dos fases: la *autoevaluación* o evaluación interna y la *evaluación de pares evaluadores* o, evaluación externa. El Comité de Pares Evaluadores (CPE) establece un cronograma de visitas y talleres preparatorios para definir tareas con la comunidad universitaria.

El proceso de acreditación se inicia a finales de la década de los noventa y en el caso específico de las ingenierías se materializa en el año dos mil, cuando Argentina se encontraba en crisis económica y política y, las universidades contaban con bajo presupuesto, dificultades de infraestructura y equipamiento para llevar a cabo las acreditaciones. No obstante ello, las carreras de ingenierías al integrar la Comisión Federal de Decanos de Ingeniería (CONFEDI), organismo pionero en establecer criterios comunes en las distintas especialidades de ingenierías: contenidos mínimos, competencias que deben alcanzar la formación de ingenieros, cargas horarias, intensidad para la formación práctica, la duración de las carreras ha sido un antecedente importante para las instituciones y los docentes, en tanto recorrieron y se familiarizaron en procesos de adecuación.

Cuando se produce la primera convocatoria de carácter voluntaria, la FyCA decide presentarse a la misma, entiende que está en condiciones de ser evaluada. Al integrar el CONFEDI venía realizando: ajustes en el plan de estudios, estadísticas sobre cuerpo académico, estudiantes y egresados y así saber cómo se encontraba en relación a otras comunidades universitarias.

El análisis documental y las encuestas realizadas a distintos colectivos de la FyCA nos permitirán inferir cuáles son los efectos del proceso de acreditación, si éstos fueron los buscados o se convirtieron en cambios formales, de índole burocrática.

Palabras Claves: CONEAU - CONFEDI - Comité de Pares Evaluadores - Estándares - Cultura evaluativa

INNOVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD: CÓMO TENDER PUENTES ENTRE EL AULA UNIVERSITARIA Y LA ESCUELA A TRAVÉS DE UN PROYECTO INTERDISCIPLINAR

AUTORES

Alfredo López de Sosoaga, Ana Isabel Ugalde Gorostiza, Paloma Rodríguez Miñambres y Arantza Rico Martínez

Universidad del País Vasco (España)

anaisabel.ugalde@ehu.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) provocó un cambio de paradigma en la institución universitaria, la cual debe formar profesionales adaptados a la sociedad del conocimiento (Conferencia de Berger, 2005). Entre los objetivos del marco general de cualificaciones destaca la formación de futuros profesionales que sean capaces de aplicar en el ámbito laboral los conceptos aprendidos durante su etapa formativa en la universidad, así como de argumentar y de resolver problemas con un alto grado de autonomía. Todo esto se ha traducido en un cambio metodológico y de funcionamiento en la universidad basado en los siguientes aspectos: la promoción del trabajo autónomo del alumnado y la tutorización del mismo, la aplicación de nuevas metodologías y el planteamiento de nuevas formas de evaluación (Zelaieta, Camino, & Aristizabal, 2013).

El ámbito escolar no es ajeno a las transformaciones y a las exigencias de la sociedad actual. De hecho, en muchos centros escolares se han dado cuenta de la necesidad de renovar el paradigma de la enseñanza-aprendizaje, eligiendo la metodología por proyectos como una de las herramientas más eficaces para la consecución de las competencias que los currículos oficiales determinan como imprescindibles para un desarrollo integral del alumnado.

La Escuela Universitaria de Magisterio de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco, consciente de las bondades de la metodología del aprendizaje basado en proyectos, decidió innovar e implantar un trabajo de campo que consiste en la simulación de dicha metodología, mediante la cooperación en el marco del aula universitaria, concretamente, en el tercer curso del grado de Educación Primaria. El fin último ha sido establecer un nexo entre la formación universitaria del alumnado y la realidad escolar con la que se encontrarán en su futuro profesional.

En esta experiencia también destaca el cambio operado en el paradigma del docente universitario, abogando por la innovación. El profesorado participante, que imparte asignaturas de didácticas específicas, se ha visto obligado a abandonar la libertad de cátedra a favor del trabajo en intra e interdisciplinar, fundamentado en la cooperación y en la confianza entre los miembros de dicho equipo docente.

Cada profesor/a no es el único responsable de su asignatura, según ha sido norma en la universidad, sino que ha de cooperar, coordinarse y llegar a acuerdos con los demás, porque resulta impensable “el desarrollo de un tipo de aprendizaje basado en competencias por parte del estudiante si no se realiza en el contexto de un proceso de aprendizaje en la cooperación por parte de los profesores” (Gallego, Redondo, Lorente & Benedito, 2011: 121).

Transcurridos tres años desde la implantación de esta experiencia, el balance ha sido positivamente valorado tanto por los discentes como por los docentes, razón por la cual estimamos que puede ser compartida en aras de la innovación universitaria.

Palabras clave: Innovación - Metodología - Proyecto interdisciplinar - Formación

ASPECTOS CULTURALES DEL PROCESO DE ALINEACIÓN ORGANIZATIVA EN EMPRESAS GLOBALES DE ÉXITO

AUTORA

María Teresa López Felipe
Universidad de Murcia (España)
mtlopez@um.es

El estudio de la cultura organizativa como recurso estratégico ha adquirido relevancia en las últimas décadas, especialmente, en el marco de la Teoría de Recursos y Capacidades. El potencial estratégico de la cultura empresarial deriva tanto de su funcionalidad adaptativo-integrativa como de los atributos que presenta, acordes con los postulados de la citada teoría.

La cultura contribuye a la coherencia del sistema-empresa, idea presente en el concepto de alineación organizativa, que se erige como una capacidad distintiva a nivel organizativo, dado que, aunque las empresas dispongan de una dotación similar de recursos, no lo es la forma en que éstas los combinan. En este sentido, la cultura de cada organización es un recurso identitario que la faculta para incrementar la competitividad empresarial vía diferenciación.

Actualmente, el éxito organizativo parece no estar tan vinculado a la fortaleza de la cultura como a su coherencia con el resto de vertientes organizativas, estructura y estrategia. Así se desprende de la investigación realizada sobre la cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno, profundizando en el proceso por el cual las organizaciones responden a las exigencias del entorno global e interiorizan los cambios de manera coherente y sistémica a través ésta.

La investigación se ha realizado aplicando la metodología del estudio de caso, buscando la aproximación a la realidad del proceso en su contexto real, la empresa, con el análisis de un intangible, la cultura organizativa. Esta estrategia metodológica ha permitido: 1) determinar las fases en las que se desenvuelve el proceso de adaptación-integración, que es un proceso de alineación organizativa, dado que la configuración final en el ámbito estructural, cultural y estratégico es una combinación coherente de las mismas, según el modelo aplicado; 2) identificar los elementos de la estructura, la estrategia y la cultura que intervienen en cada fase, estudiando la evolución y la tendencia mostrada por cada uno de ellos; 3) conocer las relaciones establecidas entre éstos en cada fase y en el proceso en su conjunto; 4) analizar el grado de coherencia estructural, estratégico y cultural del sistema-empresa; 5) determinar el perfil cultural, estratégico y estructural de las organizaciones estudiadas.

Los resultados obtenidos permiten concluir que los elementos culturales están presentes en todas las fases del proceso de alineación, teniendo más relevancia los de carácter invisible (creencias y valores) en los estadios iniciales, y los visibles en la fase final de perfeccionamiento. Asimismo, la cultura que confiere a las organizaciones estudiadas la capacidad de la alineación, para adaptarse al entorno global sistémicamente, se ha denominado “cultura capacitadora” y es una “cultura de la comunicación/información, de la participación, del equipo, de la innovación, de la formación/capacitación, de la calidad y de la eficiencia”. Esta cultura opera con “estructuras hipertexto” en la consecución de los objetivos estratégicos de la visión.

Palabras clave: Cultura Organizativa - Alineación Organizativa - Teoría de Recursos y Capacidades – Estrategia – Globalidad

ESTUDIO TRANSVERSAL DE LA MOTIVACIÓN A LO LARGO DEL GRADO

AUTORES

Rafael López Fuentes y M^a del Pino Sánchez Hernández

Universidad de Granada (España)

ralopez@ugr.es y mpino@eulainmaculada.com

El aprendizaje de los estudiantes universitarios se ve mediado por multitud de variables, pero hay una que lo condiciona a lo largo de todo el proceso de la educación superior, nos estamos refiriendo a la motivación con que se afronta dicho aprendizaje.

Desde la visión del docente, estamos siendo partícipes de la importancia que se le otorga a que los contenidos que se le presenten a los alumnos sean lo más atractivos posibles, y que el interés se desplace desde la transmisión de conocimientos a la construcción del aprendizaje y la creación del conocimiento mediante la ilusión.

Es evidente que lo que mueve a los alumnos al inicio del grado no se mantiene constante a lo largo de la carrera, su sistema de creencias, su nivel de expectativas o la consecución de los logros, se van modificando en función de la experiencia con dicho proceso de aprendizaje.

En este estudio vamos a analizar la orientación motivacional tanto intrínseca como extrínseca, la valoración de las tareas, los sentimientos de autoeficacia, las creencias de control y la ansiedad que sienten los alumnos durante los cuatro años que dura su formación universitaria, para ello nos basamos en que la motivación incide en la forma de pensar del alumnado y por consiguiente en sus mecanismos de aprendizaje. Desde esta perspectiva podemos deducir que las distintas orientaciones motivacionales podrían generar distintas consecuencias en el proceso de aprendizaje.

La propuesta que plantea esta investigación es identificar los cambios que se producen en los niveles y el tipo de motivación en los estudiantes universitarios a lo largo del grado, para ello nos centramos en primer lugar a nivel teórico, en los mecanismos que subyacen a la motivación, y en la evolución que se produce en ella durante los cuatro años del grado.

La muestra la componen estudiantes universitarios del grado en educación. Los resultados nos muestran cómo evolucionan las distintas variables que hemos trabajado a nivel teórico, desde el inicio hasta la finalización de los estudios, para ello se han utilizado variables tales como la edad, el género o el curso al que pertenecen dentro del grado.

Palabras clave: Motivación – Aprendizaje – Educación superior

LA POSIBILIDAD DE ELECCIÓN EN EL AULA COMO MECANISMO DE FOMENTO DE LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

Rafael López Fuentes y Pino Sánchez Hernández

Universidad de Granada y Centro de Magisterio La Inmaculada (España)

ralopez@ugr.es, mpino@eulainmaculada.com

Todos los planes de estudio universitarios actuales establecen la necesidad de que el alumnado se implique en la construcción de su propio conocimiento y, en este sentido, el diseño de las distintas asignaturas potencia, en gran medida, el trabajo individual del sujeto. Esta estructura, sin duda interesante, se enfrenta a un problema básico para su buen desarrollo, la necesidad de que los estudiantes estén motivados hacia la realización de las tareas.

Múltiples estudios ponen de manifiesto que uno de los problemas principales en la docencia universitaria es la falta de motivación de los estudiantes y las repercusiones que esto tiene para el aprendizaje del sujeto. A partir de esta idea, el objetivo de nuestro estudio es conocer los efectos que tiene en el trabajo diario del aula plantear a los alumnos actividades en las que los sujetos tengan poder de decisión sobre cómo focalizar la tarea y, al mismo tiempo, conocer los efectos de esta metodología de trabajo sobre los niveles de motivación y sobre el rendimiento.

Para realizar el trabajo se ha contado con una muestra compuesta por estudiantes universitarios de primer curso. Se ha diseñado un estudio de corte experimental en el que se compararon dos grupos. Al primero de ellos se le planteó una actividad “sin posibilidad de elección” mientras que el segundo “pudo elegir” cómo focalizar dicha actividad. Se hicieron mediciones, antes y después de la tarea, del nivel de motivación de los sujetos y se analizó la calidad de la tarea resultante. La tarea consistió en elaborar un ensayo, sobre un contenido de la asignatura, partiendo de unos materiales base idénticos para todos los sujetos. En la primera condición experimental se pidió que el ensayo se realizara sobre un aspecto específico mientras que en la segunda el ensayo podía ser focalizado por el estudiante en aquel aspecto que le parecía más importante.

El instrumento utilizado para la recogida de datos sobre motivación fue la escala EME, adaptada y validada al contexto universitario español, que mide niveles de amotivación, motivación extrínseca y motivación intrínseca. La calidad de la tarea fue analizada a través de una rúbrica elaborada ex profeso.

Se analizaron los resultados obtenidos mediante estadística paramétrica y se hicieron comparaciones intragrupos e intergrupos en busca de diferencias significativas entre las dos condiciones experimentales establecidas. Los resultados mostraron que la condición experimental “con posibilidad de elección” producía incrementos en la motivación intrínseca del sujeto, a la vez que manifestaba mayores rendimientos.

Palabras clave: Motivación – Educación superior – Focalización de la tarea

MODELO PARA INNOVAR EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR

Juan Luis López-Galiacho Perona

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

jl galiacho@yahoo.es

Después de haber estudiado los diferentes modelos que los autores han ofrecido sobre el periodismo de investigación, el autor identificó aspectos muy valiosos y deficiencias claras. Por eso, se planteó la necesidad de un modelo nuevo, que mostrase sus funciones organizadora, heurística, predictiva y mensuradora.

En lugar de acudir a los modelos de Periodismo de Investigación ya conocidos en Periodismo, el autor prefirió partir de los estudios sobre comunicación de innovaciones. Y tuvo en cuenta las aportaciones de tres perspectivas: Investigación, Desarrollo y Difusión; Resolución de Problemas; y Enlace.

Como campo de estudio, escogió la Universidad Complutense de Madrid como organización y en un período concreto: el último año de mandato del Rector, puesto que ese período, ante la proximidad de elecciones, favorecía que muy diversos “inputs”, en forma de noticias, pudiera confirmar las predicciones que el autor hacía aplicando el modelo. Tomando elementos de la perspectiva de la Investigación, Desarrollo y Difusión, el autor comenzó investigando cuantitativa y cualitativamente la llamada «Lista Forbes» que llevaba un año circulando por Internet. Después, en la fase de Desarrollo, a) calificó a los miembros de esa Lista como La Supercasta y La Casta, y publicó gráficos con quienes conformaban cada una- ningún profesor pertenecía a esas «castas»-; b) identificó los mecanismos mediante los cuales esas dos «castas» consolidaban sus privilegios; c) la incompetencia que esas castas habían mostrado al enfrentarse con los problemas de gestión de la UCM y d) cómo esas «castas» manejaban el liderazgo psicológico, efectivo y responsable de la Universidad hasta perturbar seriamente el funcionamiento de ésta. Finalmente, en la fase de Difusión, el autor escribió siete amplios reportajes que tuvieron una gran repercusión. Algunos reportajes llegaron a tener 40.000 lecturas. Después, al autor le comenzaron a llegar informaciones nuevas y publicó otros reportajes que venían a confirmar sus afirmaciones.

El Rector que se presentaba a la reelección perdió las elecciones, hecho que no había ocurrido anteriormente, en toda la historia de la Universidad Complutense, y por una diferencia muy significativa, a pesar de que partía como claro vencedor. Sin embargo, el trabajo de investigación no acaba ahí. El modelo podría no resultar operativo en el transcurrir de la vida diaria de la Universidad. Entonces, el autor introdujo en su modelo inicial elementos de otros dos modelos: El de la Resolución de Problemas y el del Enlace. Sobre todo, para estudiar la situación que pudiera producirse si el nuevo Rector no acabase con los privilegios de las castas. De esta manera, el autor emplea su modelo en situaciones cambiantes. Y si al final comprueba que sus reportajes contribuyen a cambiar una realidad profundamente injusta, confirmará que su modelo de periodismo de investigación es válido.

Palabras-clave: Periodismo de investigación - Modelo - Universidad complutense - Privilegios - Elecciones

FUENTES TRADICIONALES Y NUEVAS EN EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR

Juan Luis López-Galiacho Perona
Universidad Rey Juan Carlos (España)
jl galiacho@yahoo.es

Herbert Gans es el autor que ha ofrecido una teoría más completa sobre las relaciones de los periodistas con las fuentes. Ofreció un gran armazón de conceptos y proposiciones que consolidaron la alternativa perspectivística. Aplicó su teoría a dos cadenas de televisión y a dos revistas impresas. Ahora podemos ampliar la teoría de Gans sobre periodistas y fuentes a diarios digitales, acentuando los aspectos de la negociación entre aquéllos y éstas. También los diarios digitales amplían el acceso a las audiencias. Sobre todo, hacen posible pasar de una audiencia no interesada a una audiencia interesada. Dejamos este último aspecto para un estudio posterior.

Las fuentes pueden dividirse en dispuestas, amables y recalcitrantes. El trabajo del periodista consiste en lograr que las fuentes le faciliten el trabajo al máximo. Para esto, es imprescindible que el periodista domine las estrategias y tácticas de la negociación. Hay fuentes que están dispuestas a suministrar información al periodista, pero tienen miedo a hacer aquello que quieren. El/la periodista no ha de hacerles preguntas de situación, que sólo le interesan a él/ella. Las preguntas que pueden cambiar la actitud de la fuente son las de necesidades, implicación y utilidad. El autor ha comprobado la gran efectividad de estas preguntas en la primera fase de las entrevistas. De esta manera, la fuente pasa a ser amable. En esta fase, el periodista sabe motivar de una manera positiva indirecta y positiva directa. Es decir, sabe crear un buen clima y hace ver los aspectos positivos que tiene revelar información para solucionar algunos problemas de los individuos, de los grupos, de las organizaciones y de las sociedades en su conjunto. A la vez, procura que la fuente no caiga en la “desnudez psicológica”, es decir, la de quienes llevados por el optimismo omnipotente, son incapaces de guardar secretos. En el periodismo de investigación, hay que comprobar los aspectos fundamentales de una información. De lo contrario, el periodista puede encontrarse con grandes problemas legales. Uno de las variables más importantes es que las empresas informativas no ofrecen seguridad legal a todos los periodistas.

Finalmente, con las fuentes recalcitrantes, es decir, con aquellas que parecen insensibles a mejorar aspectos importantes de la sociedad, son efectivas tácticas como la paciencia, la sorpresa, la retirada aparente y los límites. También, la asociación, la disociación, la encrucijada, el planchado, afinar la puntería y el cambio de niveles.

Los periodistas no operan, no componen la transmisión con la información periodística como si fueran computadoras sino que seleccionan la información y las fuentes que consideran más adecuadas para las audiencias. Lo cual, en muchas ocasiones, no es del agrado de las fuentes y se producen tensiones y conflictos. Por otra parte, las audiencias no son dóciles. Cuando las audiencias se organizan y toman conciencia de su poder, de que son quienes proporcionan una parte de los ingresos económicos que la organización necesita, influyen en las operaciones de los periodistas. Lo cual también produce tensiones. Los lectores, oyentes, telespectadores tienen en su mano la posibilidad de rechazar lo que leen, oyen y ven, de organizar la protesta, de combatir las elecciones o manipulaciones de las fuentes y de los periodistas y, en definitiva, de cambiar el estado de cosas existente. Cosa muy distinta es si los periodistas hacen caso de las presiones de la audiencia en la misma medida en que atienden a los intentos de influencia por parte de ciertas fuentes.

Palabras clave: Periodismo de investigación - Fuentes de información - Presiones de la audiencia

VALORES VERSUS AGRESIÓN ENTRE IGUALES: IDENTIDAD PERSONAL, CONTEXTOS CERCANOS FAVORABLES Y EDUCACIÓN EN VALORES CONVIVENCIALES

AUTORA

Lara López Hernáez

Universidad Internacional de La Rioja (España)

Llopez.lara@gmail.com

A medida que el alumno evoluciona personalmente y madura, va dejando formas agresivas de interacción para relacionarse de forma más asertiva. Gracias a los momentos de crisis, los alumnos aprenden a adoptar diferentes perspectivas y adquieren la autonomía necesaria para conseguir la identidad y dejar así de agredir, aunque esta evolución personal sólo se produce si el alumno es apoyado por familiares o personas más allegadas.

En este sentido, las teorías ambientales reconocen que la agresión entre alumnos es aprendida en la imitación a modelos cercanos, principalmente familiares. La situación de marginación social en la que se desenvuelven estas familias influye en el desencadenamiento de la agresividad de los hijos, aunque de una forma indirecta, pues la causa primera de la agresión es la frustración que se siente dentro de una sociedad en la que no se pueden conseguir los objetivos deseados.

Poner en marcha la enseñanza de valores de respeto, de tolerancia, del fomento del diálogo y la empatía, entre alumnos y padres dentro de los centros educativos, podría ser una solución a largo plazo.

Palabras clave: Agresión entre iguales - Educación en valores - Identidad personal - Marginación social

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC): UN NUEVO ESCENARIO PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LAS COMUNIDADES. ESTUDIO DE CASO: JOVEN CLUB DE COMPUTACIÓN Y ELECTRÓNICA (JCCE)

AUTORAS

María Elena López León y Hilda Saladrigas Medina

Universidad de La Habana (Cuba)

mariaelena@fcom.uh.cu y saladrigas@fcom.uh.cu

Esta investigación estudia las estrategias pedagógicas y comunicacionales que se utilizan hoy para reducir la brecha digital (tecnológica y de conocimiento) entre las personas que usan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y aquellas que no tienen acceso o no saben cómo utilizarlas. El estudio explora, describe, analiza e interpreta la manera como las TIC se están implementando y utilizando en las comunidades locales que tienen un riesgo de exclusión social y tecnológica.

Para lograr los objetivos planteados, la investigación se realiza en un escenario real como es el contexto comunitario cubano, y de manera específica en Joven Club como agente socializador. Se aborda este estudio a partir del diseño de categorías e indicadores que permiten medir, interpretar y analizar el uso y el impacto de estas tecnologías en el desarrollo cultural de la comunidad, pero igualmente pretende que esta experiencia pueda ser aplicable en otras comunidades con características similares a la estudiada.

El estudio transita por dos campos: el desarrollo social y comunitario de las localidades, y el del uso e impacto que tienen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el aprendizaje social. En este sentido, el objetivo fundamental de la investigación consiste en realizar un diagnóstico descriptivo y en profundidad de los cambios y nuevos escenarios reales y virtuales que aparecen en la llamada Sociedad de la Información, y de la manera cómo las comunidades locales están implementando estas tecnologías para potenciar su desarrollo cultural y comunitario.

Palabras Clave: Tecnologías de la información - Comunicación Popular - Pedagogía social - Desarrollo comunitario

INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA MARCA ESPAÑA. UN ESTUDIO A TRAVÉS DE LOS CLÚSTERES

AUTORES

María Aurora López López, Luis Rodrigo Martín e Isabel Rodrigo Martín

Universidad de Valladolid (España)

mariaaurora.lopezlopez@uva.es; lrodrigo@hmca.uva.es e isabel.rodrigo@uva.es

El contexto económico, político, social y cultural actual de fuerte desequilibrio e inestabilidad, plantea a la sociedad la necesidad de involucrar a investigadores, empresas e instituciones en el fomento, desarrollo y expansión de soluciones estratégicas desde las que dar paso a una nueva era mercantil y de consumo, claramente definida por el alto impacto de los avances tecnológicos en todos los ámbitos y sectores productivos del mercado, y el paso y conversión de la sostenibilidad de simple idea teórica, y esencialmente utópica, hacia otra en la que se impone como necesidad, y en la que empieza a valorarse con absoluto pragmatismo.

Según Antonio Novo Guerrero, Presidente de FENAEIC, Federación Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras y Clusters y Director Gerente de IDiA, “*Los clústeres en España están jugando un papel fundamental para el desarrollo de la innovación empresarial, especialmente entre las PYME, que son el 99,8% del total de empresas españolas*”.

Ante esta situación, la comunicación entre empresas e instituciones se presenta como una herramienta no sólo indispensable sino cada vez más demandada para poder atender y responder a las nuevas exigencias de la globalización y a la necesaria internacionalización de los estados y los mercados en aras de una mayor competitividad global y una mejora a nivel mundial de los estándares sanitarios y de calidad de vida, propios de un planeta en el que la realidad de cada uno de sus puntos geográficos es la interconexión permanente con el resto.

Visto así, se comprueba que frente a tales circunstancias el modelo empresarial, vía clúster, está siendo clave a la hora de demarcar el índice de internacionalización de las empresas españolas, mediante un incremento de la innovación por parte de éstas que revierte directamente en la generación de mayor valor añadido a los productos, un alto nivel de especialización, y una mayor propulsión de puestos de trabajo cualificados, que en conjunto sirven a la mejora y expansión de aquellos sectores económicos implicados en la aplicabilidad de este modelo de producción y comunicación empresarial, que se define por combinar su carácter cooperativo con el competitivo.

El estudio de los clústeres, mediante una aproximación al conocimiento de su estado actual de desarrollo en el mercado español, nos permitirá visualizar una particular realidad, cuya contribución al futuro de la Marca España resultará altamente beneficiosa. Apoyados sobre los tres pilares que conforman el éxito de la red de empresas apostadas en este modelo: investigación, comunicación e innovación, podremos valorar el nacimiento de un nuevo modelo de comunicación de marcas, frente al cual tanto la publicidad como las relaciones públicas tendrán una oportunidad única de reinventarse.

Palabras clave: *Clusters* - Marca España – Investigación – Comunicación - Innovación

LAS GUÍAS DE TRABAJO AUTÓNOMO EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTOR

Francisco Juan López Martín
Universidad de Granada (España)
fjlopezm@ugr.es

La puesta en marcha de los nuevos procedimientos impuestos a la enseñanza universitaria por el Espacio Europeo de Educación Superior está suponiendo un reto profesional a los docentes universitarios españoles. Este nuevo escenario está exigiendo potenciar aspectos educativos diferentes a los habituales, de entre los que podemos destacar la indagación individual o la enseñanza reflexiva. Por contra, se está produciendo una reducción paulatina de la lección magistral en favor de otros métodos que fomenten la participación y el interés de los alumnos.

De entre las distintas posibilidades existentes, este proyecto se centra en el método de indagación. Mediante un método de indagación, se promueve que el alumno alcance su aprendizaje por descubrimiento, siendo el propio alumno el que, a través de su propio trabajo, alcance los objetivos de formación fijados.

En este trabajo analizamos el grado de satisfacción que el alumnado universitario ha alcanzado mediante el uso de las llamadas "Guías de Trabajo Autónomo". Es una de las modalidades de aprendizaje que se incluyen dentro del método de indagación y, además, es una herramienta que consideramos va a jugar un papel fundamental dentro de los actuales estudios de Grado.

Mediante la elaboración de una encuesta de satisfacción que ha sido respondida por alumnos pertenecientes a diferentes grados de la Universidad de Granada, se han extraído algunas conclusiones interesantes que pueden arrojar alguna luz sobre la forma de afrontar el desarrollo de los Grados en la Universidad.

Palabras clave: Guías de trabajo autónomo – Método de indagación – Espacio Europeo de Educación Superior – Enseñanza reflexiva – Participación del alumno

LAS IMÁGENES DE TWITTER EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA. EL CASO DE #ARDEVALENCIA

AUTORA

Amparo López Meri

Universitat Jaume I de Castellón (España)

meri@uji.es

Los periodistas han incorporado el uso de Twitter a sus rutinas profesionales, tanto para promocionar sus contenidos, como para buscar información y localizar fuentes. Por otra parte, los usuarios recurren a esta red social para comentar la actualidad periodística. En este afán por aportar su punto de vista, los usuarios también publican datos, fotografías y vídeos relacionados con las noticias. Esta ponencia trata de evaluar si las imágenes y contenidos multimedia asociados a un *hashtag* de interés periodístico resultan útiles para el periodista encargado de la cobertura de un suceso imprevisto. Para abordar este propósito, mediante las técnicas del análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, se analizan las fotografías y vídeos vinculados a #ArdeValencia, etiqueta que alude a los incendios forestales que en 2012 arrasaron 50.000 hectáreas en Valencia (España).

Entre las principales conclusiones, se detecta que las fotografías suelen resultar informativas, aunque se publican sin contexto suficiente, lo que implica la necesidad de contactar con los usuarios que las difunden, para verificar su origen y valorar su importancia. En menor medida, las fotografías también acuñan memes negativos sobre el presidente del Gobierno Mariano Rajoy, muy criticado en Twitter por no visitar los terrenos quemados. En este sentido, las fotografías pueden contribuir a la construcción de estados de opinión y la localización de tendencias, en consonancia con el concepto de periodismo ambiental.

Por otro lado, se constata el potencial de Twitter como altavoz para colectivos ciudadanos. En concreto, se aprecia que los damnificados por los incendios, organizados en una plataforma, recurren a Twitter para la difusión en vídeo de sus asambleas, que también retransmiten en *streaming*. Los vecinos afectados por el fuego utilizan muy activamente el *hashtag* #ArdeValencia para plantear sus demandas y cuestionar los recortes en prevención de incendios acometidos por el Gobierno valenciano, entonces presidido por el Partido Popular.

Palabras clave: Twitter - Periodismo Ambiental - Fotografía - Vídeo - #ArdeValencia

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE ENFERMEDADES RARAS ESPAÑOLAS. ANÁLISIS DE CONTENIDO (2012-2014)

AUTORA

Paloma López Villafranca
Universidad de Málaga (España)
pallopvil@uma.es

En esta investigación se analiza el contenido, mensaje y forma de las campañas de comunicación de 143 organizaciones nacionales de pacientes con Enfermedades Raras en España, durante el periodo de 2012 a 2014. Se trata de un análisis cuantitativo y cualitativo para comprobar la evolución de la difusión de la información y los mensajes de concienciación y sensibilización que realizan estas entidades. Para llevar a cabo esta investigación, se consideran las piezas nucleares de estas campañas, los soportes utilizados, personajes y elementos principales, tipo de mensaje y la colaboración de instituciones públicas y entidades privadas.

El objetivo es mostrar la evolución de las campañas de las organizaciones en los tres años del periodo de análisis, teniendo en cuenta que el año 2013 fue declarado Año Español de las Enfermedades Raras y marcó un cambio de tendencia en la comunicación de este colectivo. El Ministerio de Sanidad de España y estas entidades acordaron que una de las prioridades de este año era lograr la visibilidad de las enfermedades. Mostramos en el análisis la importancia de la comunicación de las organizaciones a través de las campañas de comunicación.

Comprobamos cómo las organizaciones de pacientes con Enfermedades Raras apuestan por la divulgación y difusión de las asociaciones y enfermedades a través de las campañas de comunicación de forma progresiva. Los pacientes utilizan las campañas no sólo para dar a conocer las patologías, además buscan apoyo social a sus iniciativas, entre las que destacan aquellas encaminadas a buscar financiación para la investigación científica y para lograr fines concretos relacionados con situaciones personales de los afectados.

Palabras clave: Campañas – Enfermedades Raras – Análisis de contenido – Organizaciones de Pacientes – Comunicación

COACHING UNIVERSITARIO Y ACADÉMICO. ESTUDIO DE CASO EN EL GRADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

AUTORAS

Paloma López Villafranca y Ruth Gómez de Travesedo Rojas

Universidad de Málaga (España)

pallopvil@uma.es y ruthgtr@uma.es

En esta investigación se analiza la utilización del *coaching* como herramienta para fomentar el autoempleo y la empleabilidad entre alumnos de último curso del Grado de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Analizamos la experiencia en distintas materias impartidas en los grados, en las que además de adquirir conocimientos se orienta hacia el autoempleo y la creación de empresas como salida profesional para su incorporación al mercado laboral.

La metodología de estudio se basa en la descripción de las experiencias y la realización de encuestas a egresados y alumnos de último curso, con objeto de comprobar la puesta en práctica de esta orientación académica y el éxito de la iniciativa. Acotamos la muestra entre 150 egresados, la primera promoción de graduados, y 150 alumnos de último curso de los grados de Audiovisual y Publicidad.

Las conclusiones alcanzadas nos permiten afirmar que en un alto porcentaje, los alumnos han intentado llevar a la práctica los proyectos académicos iniciados en la facultad. Igualmente resulta significativo el interés que ha despertado la orientación en la búsqueda de ayudas e incentivos de distintas instituciones como incubadoras de tales proyectos.

Palabras clave: *Coaching* – Autoempleo – Iniciativa empresarial – Comunicación Audiovisual y Publicidad

EFFECTO DE UNA INTERVENCIÓN EDUCATIVA SOBRE LAS COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

AUTORES

**Luz Stella López Silva, Carlos Mario Hernández Doria, Azael Elías Gutiérrez Pérez y Diana
Gabriela Zafra Benavides**

Universidad del Norte (Colombia)

lulopez@uninorte.edu.co, cmdoria@uninorte.edu.co, azaelelias52@gmail.com,
dianagabrielazafra@gmail.com

Las intervenciones educativas representan un conjunto de acciones que conducen al desarrollo integral del educador y el educando. Esta, constituye una respuesta asertiva a la necesidad de mejorar los resultados académicos, pues en el proceso de aprendizaje con los docentes es el canal por excelencia entre el estudiante y el conocimiento. El presente estudio determina el efecto de una intervención educativa mediada por la formación docente “Clase para Pensar”, en torno al desarrollo de las competencias comunicativas en estudiantes de tercer grado, por medio de una investigación cuantitativa, con un enfoque positivista, y un diseño cuasi-experimental.

La intervención se llevó a cabo en dos docentes de instituciones distritales de Barranquilla, Colombia y fue evaluada a través de observaciones. Se tomaron medidas pre-postest del producto textual de 60 estudiantes (30 grupo experimental y 30 grupo control) antes y después de la intervención. Se analizaron los textos teniendo en cuenta la presencia y la ausencia de elementos de Supraestructura, Macroestructura y Microestructura. Los resultados indican que la intervención educativa “Clase para Pensar” favorece el desarrollo de las competencias comunicativas. De igual manera, se logró confirmar la importancia de formaciones docentes que propicien la autorreflexión de la práctica docente como agentes de cambio para desarrollo de las competencias comunicativas de los estudiantes.

En el presente estudio se encontraron diferencias significativas entre las medias del grupo Control y el grupo Experimental, después de realizar la implementación del programa de formación de docentes, a favor del grupo experimental en algunos elementos de la Supraestructura, Macroestructura y Microestructura.

Palabras clave: Competencias Comunicativas - Intervención Educativa - Formación Docente

TRABAJO COLABORATIVO A PARTIR DEL ABP (APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS) EN EL GRADO DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

Xavier Lorente Guerrero, Luz M^a Gilabert González y M^a Carmen Fernández Vidal

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

xlorente@ucam.edu, lmgilabert@ucam.edu y mcfvidal@ucam.edu

Uno de los aspectos más importantes en la docencia del profesorado actual y clave en el actual panorama del EEES es que las materias del currículum no deben concebirse como temáticas aisladas, ni en los contenidos ni en las metodologías. Los futuros profesionales de la educación infantil tienen que adquirir, además de conocimientos teóricos propios del grado, competencias que les preparen para un futuro profesional donde se trabaje cada vez más en los aprendizajes colaborativos entre diferentes miembros de la comunidad educativa y donde se potencien los espacios interdisciplinares para proporcionales sinergias a nivel de conocimientos, habilidades y aptitudes, no sólo a nivel del alumno en el centro, sino también a nivel de entorno y comunidad.

En este nuevo contexto, se describe una experiencia de innovación educativa mediante un trabajo colaborativo de las asignaturas de Teorías e Instituciones Educativas y Enseñanza y Aprendizaje de la Expresión Plástica y Artística, ambas incluidas en el Grado de Educación Infantil en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM). El objetivo principal es desarrollar un trabajo interdisciplinar donde los alumnos pueden aplicar los conocimientos adquiridos en las dos asignaturas. Para el desarrollo del trabajo común, se utiliza la estrategia metodológica del Aprendizaje Basado en Problemas, ampliamente conocida de la base conceptual del pedagogo J. Dewey. Los resultados ponen de manifiesto que la integración de conocimientos mediante el trabajo colaborativo entre ambas materias está muy bien valorado por los educandos.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Educación Infantil – Educación superior – Innovación educativa – Formación

LA DEGRADACIÓN DEL DISCURSO FEMENINO: LA LOCURA, LA IGNORANCIA, LA MORDAZA Y LA INQUISICIÓN

AUTORA

Elvira Luengo Gascón
 Universidad de Zaragoza (España)
eluengo1@unizar.es

Partimos de las teorías bajtinianas para el estudio del trabajo biográfico en la obra del escritor aragonés Benjamín Jarnés (1888-1949). La interrelación entre autobiografía y biografía, entre autor y personaje, entre el Yo y el otro, o los otros, como conocimiento personal y del mundo, o la creación artística, son factores que sustentan las biografías noveladas de nuestro autor. Junto a ello se contempla la preocupación jarnesiana por la vertiente teórica del género (Bajtín, 1929). Se expone brevemente la fundamentación teórica que defiende el pensamiento de Mijail Bajtín (1979) en lo que respecta a la biografía, tratando de poner de relieve la semejanza con la búsqueda jarnesiana. Todorov (1984) resume el pensamiento evolutivo del teórico ruso: “L’interhumain est constitutif de l’humain”: esta es la expresión más general de un pensamiento que no se reduce a la ideología individualista y por el cual Bajtín no ha cesado de buscar lo que puede aparecer ahora como diferentes lenguajes destinados a afirmar un único y mismo pensamiento.

Desde este punto de vista meta-bio-gráfico aparecen cuatro periodos y cuatro lenguajes: fenomenológico, sociológico, lingüístico e histórico-literario. La posición de Bajtín en relación a la historia de la estética señala en cuanto a la literatura que la obra es una pluralidad de voces, encrucijada y lugar de encuentros; la transtextualidad como una pertenencia a la historia de la cultura. En Jarnés es constante la muestra intertextual -intertextualidad paródica- y el dominio de una historia literaria y cultural en su escritura. En cuanto a la crítica, Bajtín anuncia una nueva forma: *La critique dialogique*.

En la tarea de *mise en abîme* que acometemos se pretende ir atravesando capas de una red intertextual cada vez más amplia y tupida. La escritura jarnesiana se nutre de esta materia, aumentada en el caso de las biografías de las cuatro vidas españolas noveladas del siglo XIX, *Vidas españolas e hispanoamericanas del siglo XIX* (Sor Patrocinio, Zumalacárregui, Castelar y Bécquer). Biografía y autoficción inevitablemente se rozan con lo cual la escritura y la vida se funden en una ficción que se convierte en metaficción.

Así, en la biografía de *Sor Patrocinio. La Monja de las Llagas* (1929) hemos destacado lo más significativo del personaje y del proceso seguido por el método jarnesiano hasta llegar a la revelación de los refinados métodos inquisitoriales, maestros en la devaluación del discurso femenino todavía en el siglo XIX.

Palabras clave: Biografías noveladas - Leyenda negra - Sor Patrocinio - Benjamín Jarnés - Inquisición

LAS HADAS Y LAS BRUJAS. EL PODER DE LOS MITOS Y LA (DE)CONSTRUCCIÓN DEL PERSONAJE FEMENINO EN EL CÓMIC

AUTORA

Elvira Luengo Gascón
Universidad de Zaragoza (España)
eluengo1@unizar.es

La bruja y sus múltiples representaciones aparecen como un arquetipo de nuestra cultura (literatura, pintura, ballet) porque estuvo antes viva. Representada como ser sospechoso, perseguido, experta en encantamientos y fórmulas mágicas, tiene la función de instauración del mito (Eliade, 2000). Su permanencia en nuestras conciencias le confiere existencia y perennidad; en nuestras noches nos asusta, seduce y divierte. Responde al horizonte de la espera (Jauss, 2000) y se define por el miedo social.

La vuelta del mito y de nuestras tradiciones orales, nos lleva a su proceso de mutación irreversible y su universo simbólico aborda tres ámbitos de nuestra actualidad: el psicoanálisis, el feminismo y la publicidad.

A través del cómic (Altarriba, 1983) para niños y niñas, en *Brujeando ¡Se acabó la magia!*, (Valero y Guarnido, 2008) se representan tres mundos: las brujas, las hadas y los humanos, desde una perspectiva femenina que muestra unos personajes que se deslizan de la realidad al imaginario con la fuerza de los símbolos que los caracterizan tomando la revancha para exorcizar la misoginia subyacente en estos relatos. Transformada en personaje caricatural, con la máscara del teatro, la bruja se ha convertido en personaje fanteche, para reír (Gaborit, 1988). Las máscaras de las brujas simulan con humor o agresividad los intersticios del discurso social.

Así, para reencontrar el mito inicial en la literatura destinada a los niños se analiza, más allá de las imágenes, el significado profundo del texto del álbum y los orígenes y evolución (Caro Baroja, 1961) del mito de la bruja.

Palabras clave: Brujas – Hadas – Cómic – (De)construcción del mito – Literatura juvenil

ADECUACIÓN DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN CONTINUA PARA GRUPOS GRANDES

AUTORA

María Jesús Luengo Valderrey
Universidad del País Vasco (España)
mariajesus.luengo@ehu.es

El cambio de paradigma que, en la Educación Superior ha supuesto pasar de un modelo basado en la enseñanza a un modelo basado en el aprendizaje, implica la necesidad de nuevas estrategias e instrumentos tanto de enseñanza como de evaluación, en las que la importancia se centra en la participación remando hacia la misma dirección de todos los implicados. Sin embargo, estas estrategias no son únicas ni válidas para todos los grupos, todos los docentes, todas las materias; ya que la mejora de los resultados procede más de la cantidad y calidad del trabajo que del método utilizado.

Pero las metodologías activas a emplear varían dependiendo, fundamentalmente, del tamaño del grupo, puesto que en grupos muy grandes resulta prácticamente imposible poner en práctica metodologías activas basadas en el aprendizaje autónomo en su concepto tradicional, se plantea este proyecto cuyo objetivo principal es establecer estrategias e instrumentos de evaluación continua que permitan, a las 93 personas del grupo de “Contabilidad de Costes y de Gestión” del Grado en Gestión de Negocios, tener una imagen más fiel de su evolución en la adquisición de competencias.

Las novedades introducidas han sido, en términos generales: utilización de instrumentos de (auto)corrección, (auto)evaluación, y (auto)retroalimentación para todas las actividades, pertenezcan o no a la evaluación continua; evaluación entre iguales para actividades de comunicación oral y escrita, y acceso, desde el aula virtual, a todos estos instrumentos y así como criterios de evaluación, a partir del primer día del curso. Por tanto, se trata de una investigación experimental, cuyo fin es realizar una evaluación auténtica de una asignatura obligatoria, considerada de las más duras, y en la que se analiza la incidencia de los cambios introducidos en el alumnado y la docente.

Entre los efectos de su aplicación cabe destacar: un incremento del 30% en la participación del alumnado en todas las actividades presenciales y no presenciales; los fallos más comunes han disminuido en más de un 50% de una tarea a otra; la evaluación entre iguales ha evidenciado un alto nivel de madurez por parte del alumnado, puesto que apenas aparecen divergencias entre los resultados del alumnado y los obtenidos por la profesora; y contar con instrumentos de evaluación bien definidos ha supuesto un notable ahorro en el tiempo de corrección para la docente. En definitiva, la evaluación continua para un grupo muy numeroso se ha visto notablemente mejorada, habiendo disminuido el esfuerzo en tiempo dedicado a la corrección de la docente. A su vez, se ha establecido un proceso continuo de (auto)retroalimentación con el alumnado, lo que le hace sentirse parte activa e incrementar su motivación, por lo que, se puede decir que se han podido utilizar metodologías activas, en un grupo grande, con notable éxito y resultados buenos y fiables.

Palabras clave: Metodologías activas - Evaluación continua - Grupos grandes - Instrumentos de evaluación

ANÁLISIS EPISTEMOLÓGICO DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN AMÉRICA LATINA

AUTOR

David J. Luquetta Cediel

Universidad Autónoma del Caribe en Barranquilla (Colombia)

david.luqueta@uac.edu.co

El presente artículo tiene como objetivo exponer la inquietud que ha surgido en el ámbito de las ciencias sociales con base en la homogeneización de la globalización como objeto de proyectos investigativos. En general las ciencias sociales han ubicado en segundo plano al individuo como sujeto de estudio. En el proceso de comunicación o de interacción social se genera un intercambio de subjetividades y contenidos culturales donde se pone de manifiesto o materializan las interpretaciones, creaciones y re-creaciones del mundo que cada individuo genera en un territorio específico.

Es en estas relaciones donde adquieren valor las relaciones materiales, inmateriales, interpersonales y externas que establece el ser humano con su entorno, tanto cultural como medioambiental. Por esta razón se pretende reflexionar acerca de cómo la epistemología de las ciencias sociales se ha interesado por otros objetos y se invita a pensar en el retorno al individuo y la cultura como sujeto de investigaciones en ciencias sociales.

Palabras clave: Cultura - Epistemología de las ciencias sociales - Globalización – Individuo – Objeto o sujeto de estudio

RECLUTAMIENTO 3.0: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE CAPTACIÓN, RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LAS PERSONAS

AUTOR

Richard Mababu Mukiur

Universidad a Distancia de Madrid (España)

richard.mababu@udima.es

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) están posibilitando a las empresas utilizar las redes sociales para encontrar a los candidatos que necesitan; pero al mismo tiempo, las TIC les están ayudando también a identificar potenciales personas con talento que podrían interesarla empresa en el futuro. En este sentido, el **reclutamiento 3.0** considera que cualquier persona es un potencial candidato que puede convertirse en el empleado de la empresa en el futuro; y se centra en construir las comunidades en red para identificar y reclutar a los candidatos y a construir al mismo tiempo una reputación corporativa de la empresa.

Las redes sociales como *LinkedIn, Facebook, Twitter, Xing, Hi5, Myspace, Orkut, Bebo,...* están ganando popularidad en las empresas como fuentes para mejorar su reputación corporativa y para facilitar el reclutamiento y captación de los mejores candidatos. Además, las empresas están incrementando su presencia en las principales redes sociales, así como en el uso de vídeo en Youtube, en blogs, websites para buscar candidatos con talento y mejorar la imagen de la empresa. Este estudio analiza las actitudes de los 416 directivos y de profesionales de recursos humanos en España que utilizan las aplicaciones asociadas a Internet y las redes sociales para el reclutamiento y selección de los trabajadores, así como para crear la reputación corporativa de la empresa. El 57% de los participantes son hombres y el 43% son mujeres. La edad media de los participantes ha sido de 33 años (la edad oscila entre 26 y 65 años). Los participantes proceden de diferentes sectores como comunicación, marketing, tecnología, turismo, banca, transporte, etc. Un cuestionario 26 *items* sobre reclutamiento, selección y reputación corporativa en las redes sociales ha sido utilizado como principal herramienta para la recogida de datos. Las frecuencias y porcentajes y técnicas de *ranking* han sido empleados como técnicas para el análisis de datos.

Los resultados muestran que la mayoría de participantes (91%) afirman que sus respectivas empresas están utilizando activamente las redes sociales no solamente para identificar, captar y reclutar a los candidatos que necesitan sino también las están utilizando para crear o reforzar la reputación corporativa de sus empresas. Las redes sociales se han convertido en un "escaparate" tanto para las empresas como para los buscadores de empleo. El 76% de los encuestados afirman que sus empresas utilizan *LinkedIn, Xing and Facebook* como las principales redes sociales para el reclutamiento, selección y también para construir la reputación corporativa.

Además de las formas tradiciones de reclutamiento y selección de los candidatos, las empresas han encontrado en las redes sociales un fuente potencial para construir la reputación corporativa y para captar, reclutar y seleccionar los candidatos que necesitan. Algunas reflexiones sobre el uso de las redes sociales en las empresas han sido abordadas; asimismo, este trabajo propone algunas líneas futuras de investigación sobre este tema de este estudio.

Palabras clave: Reclutamiento 3.0 - Redes sociales - Internet - Reclutamiento - Selección - Reputación

ACCESO A REDES DE MEDIA Y ALTA TENSIÓN DE PARQUES EÓLICOS. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD MÁXIMA DE GENERACIÓN FACTIBLE DE INSTALAR

AUTOR

Ulises Manassero

Universidad Tecnológica Nacional en Santa Fe (Argentina)

ulisesmanassero@hotmail.com

En la actualidad, los problemas medioambientales del planeta, unidos al conocimiento y al avanzado desarrollo tecnológico en materia de energías renovables no convencionales, han permitido una creciente incorporación de este tipo de fuentes de energías en el mundo. Dentro de estas alternativas renovables, la energía eólica se destaca por el crecimiento exponencial que ha experimentado en las últimas décadas y por la confianza ganada tanto del sector eléctrico como de la opinión pública. Así mismo, con el tiempo el costo de producción de este tipo de energía se ha reducido considerablemente, pudiendo así competir en lugares de condiciones de viento favorables con otro tipo de fuentes de energía.

Gracias al rápido avance tecnológico que han tenido los aerogeneradores en las últimas décadas es posible que en la actualidad se puedan incorporar a sistemas interconectados o sistemas aislados parques eólicos con un gran número de aerogeneradores y con una potencia instalada de hasta los cientos de megavatios. Generalmente, la inserción de estos parques eólicos se localiza en regiones de baja densidad de demanda de energía, con redes radiales extensas, caracterizadas por ser de alta impedancia y bajo nivel de potencia de cortocircuito.

En este contexto, se avistan potenciales inconvenientes en el despacho de potencia del parque. Al tratarse de un recurso energético de tipo intermitente, ocurren importantes fluctuaciones de potencia a la salida del aerogenerador. Ello repercute principalmente en redes débiles, donde dicha variabilidad en la inyección de potencia, se traduce en severas fluctuaciones de voltaje en la red. A nivel mundial, varios centros de I+D han realizado numerosos estudios estadísticos, con el objeto de inferir acerca de la probabilidad de ocurrencia y magnitud de las fluctuaciones de potencia en el parque eólico, cuando se produce una variación brusca de la velocidad del viento (principalmente ráfagas y calmas).

En este trabajo, se modelan redes típicas de distribución con aporte de generación eólica de mediana escala. Se evalúan dos posibles tipos de interconexión del parque eólico a la red; una a barras de alta tensión de la estación transformadora (conexión de baja impedancia) y la otra a barras de media tensión de 33 kV. Se simularon flujos de carga para diferentes condiciones eléctricas de la red –demandas y potencias de cortocircuito- y varios escenarios de porcentaje de fluctuaciones rápidas de potencia en el parque. De acuerdo a los resultados obtenidos, se implementan análisis de sensibilidad con motivo de evaluar el impacto de cada variable en la fluctuación de tensión de la red eléctrica en estudio.

Por último, se determina la máxima capacidad nominal de potencia para el parque eólico. Como metodología a implementar para ello, se realiza una discriminación según el tipo de conexión, el modo de operación del parque y los niveles de potencia de cortocircuito de la red.

Palabras clave: Parque Eólico - Fluctuación - Tensión - Potencia de Cortocircuito - Capacidad Nominal

MODELOS DE REPRESENTACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LA FICCIÓN TELEVISIVA: EL CASO DE HOSPITAL CENTRAL

AUTORES

Jose F. Mancebo Aracil e Irene Ramos Soler

Universidad de Alicante (España)

josef.mancebo@gmail.com e Irene.Ramos@ua.es

El fenómeno demográfico del envejecimiento de la población en España es de los más llamativos dentro del contexto tanto europeo como mundial. Las personas mayores se han convertido en un gran segmento de mercado cuyo peso es muy importante, generando cambios socioeconómicos y culturales. Desde el grupo de investigación **Comunicación y Públicos Específicos** de la **Universidad de Alicante**, se estudia la relación entre la comunicación y las personas mayores de 50 años, con el objetivo de analizar la evolución de su presencia e imagen en los medios de comunicación.

Los estudios de audiencias en España destacan el consumo intensivo que las personas mayores hacen de la televisión, siendo el segmento de edad que más minutos de televisión ve al día, por lo que uno de los ejes básicos de nuestro trabajo gira en torno a este medio de comunicación.

Los estudios académicos sobre la imagen y la presencia de las personas mayores en las series de ficción televisivas difundidas en España son prácticamente inexistentes, existiendo una mayor producción científica en el ámbito anglosajón.

Los estudios publicados en otros países (especialmente Reino Unido y Estados Unidos), confirman un escaso protagonismo de las personas mayores en la ficción televisiva, pese a su peso poblacional como grupo de edad. Siguiendo a Robinson et Al (2004), numerosos estudios han concluido que la presencia del mayor en ficción televisiva emitida en prime-time es insuficiente respecto a otros segmentos, rozando en el mejor de los casos el 10%.

La investigación publicada ha puesto en relación de manera frecuente el sector sanitario, médico o farmacéutico, con los mayores, tanto en publicidad como en series televisivas. En España una series más longevas de la televisión, y por tanto, con más éxito de audiencia es Hospital Central, perteneciente precisamente a este sector.

El presente estudio realiza un análisis de contenido de una muestra de la dos primeras y las dos últimas temporadas de esta serie de TV que permaneció diez años en el *prime-time* televisivo. Los resultados obtenidos muestran la evolución en la imagen y el tipo de papel desempeñado por las personas mayores en la ficción televisiva, analizando las diferencias por género respecto a la imagen, rol desempeñado, protagonismo y estereotipos. Las conclusiones del estudio ponen de manifiesto como se ha reflejado en esta emblemática serie televisiva el cambio demográfico de su audiencia.

Palabras clave: Mayores – TV – Series – Prime-Time – Edad

EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DIGITAL EN LA NORMATIVA CURRICULAR DE PRIMARIA DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

AUTORA

Beatriz Manzano García
Universidad de Granada (España)
beatrizmg@ugr.es

La introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las aulas supone, un continuo desafío. Por un lado, las competencias básicas definidas por la Comisión Europea de Educación como la capacidad para responder a las tareas complejas y al mismo tiempo realizar tareas de manera adecuada. Y, por el otro, el establecimiento por la Ley Orgánica 2/2006, 3 de mayo de Educación (LOE, 2006), de ocho competencias básicas entre las que se encuentra la competencia digital y para el tratamiento de la información, y su continuidad en la actual Ley Orgánica 8/2013, 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE, 2013), han supuesto el punto de partida para su incorporación al currículum. Dicha competencia consiste en el desarrollo de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Según Gutiérrez y Tyner (2012), la competencia digital incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes. Además incluye la utilización de TIC para informarse, aprender y comunicarse. Su incorporación a la normativa curricular ha conllevado un cambio metodológico en las prácticas docentes, así como la elaboración de nuevas tareas educativas en las aulas a través del uso de las TIC.

Como consecuencia, se están generando necesidades formativas tanto en el profesorado como en el alumnado acerca del uso de las tecnologías como herramientas educativas para el fomento del desarrollo de la competencia digital en el contexto educativo. Debido a que un gran porcentaje del actual profesorado se encuentra en el grupo denominado por Prensky (2001) inmigrantes digitales, es decir, todas aquellas personas que no han nacido en el mundo digital, pero que a lo largo de su vida han ido adaptándose al uso de las tecnologías e Internet. Mientras que, el actual alumnado, denominado nativos digitales, a pesar de que la mayoría hacen un uso diario de algún dispositivo para comunicarse e interactuar, no todos saben aprovechar estas herramientas como forma eficaz para la comunicación y menos como herramientas para el aprendizaje.

Esta investigación pretende comprobar cómo favorece la normativa curricular el desarrollo de la competencia digital en el alumnado de Primaria a través de las distintas materias que componen el currículum con el fin de detectar posibles necesidades formativas en el profesorado que imparte docencia en esta etapa educativa. Para la cual se ha realizado la revisión de los contenidos de las materias correspondientes a la Educación Primaria planteados en la legislación propia de las 17 autonomías en materia de educación. Tras el análisis de los datos, llevado a cabo mediante el software de análisis cualitativo ATLAS.Ti, los resultados obtenidos muestran diferencias entre las Comunidades Autónomas en relación al desarrollo de la competencia digital a través del contenido del currículum básico en Primaria.

Palabras clave: Competencias básicas - Competencia digital - TIC - Educación Primaria

REALIDADES URBANAS AUMENTADAS. UNA NUEVA FÓRMULA DE RECEPCIÓN DE LOS ENTORNOS VITALES COTIDIANOS

AUTORES

Sebastián Mañas Valle y Vicente Peña Timón

Universidad de Málaga (España)

sema@uma.es y vicente@uma.es

En la actualidad, es bastante frecuente salir de casa dotado de algún tipo de "pantalla conectada" a la Red (*Smartphone, Tablet, Wearable...*). Estos dispositivos electrónicos facilitan una percepción diferente de cualquier realidad (social, comercial, informativa, cultural, deportiva, artística...), creando de inmediato, y sin intención aparente, ciertos "mundos posibles" alternativos.

Para el establecimiento de estos universos enriquecidos, como puedan ser unas "aventuras oximorónicas" o unos "discursos de ciudad" (experiencias lúdicas externalizadas *-indoor/outdoor-* e historias expandidas ubicuas *-pervasive-*), es decir, relatos esencialmente basados en el tránsito por escenarios urbanos reales a los que se les superponen elementos virtuales consistentemente adecuados (*props*, arquitecturas y/o personajes), se deben aunar y entretrejer lo mejor de cada caso (imagen y sonido de acción real e imagen y sonido sintéticos —fijos y/o animados—).

Se trata aquí, por tanto, de establecer una propuesta para expandir el concepto situacionista de "deriva" (Debord, Guy; 1958) a uno actualizado y conectado con la navegación callejera orientada (eventos guiados) con un rumbo trazado y adaptado a las necesidades y estados mutantes del usuario de la vida urbana contemporánea (ocio vs negocio). Nuestro objetivo no es otro que el de sugerir un conjunto de soluciones y aplicaciones (opciones móviles) que extiendan el espectro narrativo-audiovisual de la era digital a ámbitos de acción e interacción cotidianos.

Tras el estudio de casos como *Google Goggles, Foursquare*, y similares, que permitirá conocer el estado actual de esta categoría de aplicaciones, acometeremos el análisis de las posibles "narrativas urbanas participativo-constructivas" o la "vida urbana gamificada" o las "derivadas instruidas" (usando una terminología cercana a la situacionista) que sean útiles para obtener los mejores resultados, tanto cognitivos como emocionales, en las nuevas experiencias del usuario.

Palabras clave: Comunicación Audiovisual – Realidad Aumentada – Diseño Interactivo – Narrativa Situacionista – Gamificación

ADAPTACIÓN DE LA ENSEÑANZA DEL PATRIMONIO CULTURAL AL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES): UN CASO PRÁCTICO EN LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTORA

María Marcos Cobaleda
Universidad de Granada (España)
mmcobaleda@ugr.es

El objetivo de esta ponencia es presentar el caso práctico de la adaptación de la enseñanza del patrimonio cultural al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada (UGR). Desde la implantación del denominado “Plan Bolonia” en el curso 2010-2011 en dicha universidad, se vio la necesidad de realizar una profunda reestructuración de los planes de estudio, para adecuarlos a los nuevos requisitos del EEES y al sistema del *European Credit Transfer System* (ECTS). En esta adaptación, el porcentaje de horas lectivas variaba sustancialmente con respecto a los planes de estudio anteriores, reduciéndose éstas en favor de un mayor número de horas dedicadas a trabajos prácticos, tutorías, seminarios y al estudio individual realizado por el alumnado.

Siguiendo esta normativa, los responsables de las asignaturas dedicadas al patrimonio cultural introdujimos sustanciales novedades en el plan de estudios. Éstas afectaban sobre todo a la organización del temario (basado en unidades didácticas en lugar de temas teóricos), en la utilización de nuevos recursos (como la guía docente y la guía didáctica de cada asignatura del plan de estudios) y en el cambio en los sistemas de evaluación, ocupando un lugar preeminente la evaluación por competencias.

Como anterior responsable de las asignaturas “Patrimonio cultural” (Grado de Turismo de la UGR) e “Introducción al patrimonio histórico y a los bienes culturales” (Grado de Historia del Arte de la UGR), presento en esta ponencia las características y los resultados de la modificación en los planes de estudio durante los dos primeros cursos de implantación del nuevo sistema. Para ello, dedicaré una primera parte a la guía didáctica elaborada para sendas asignaturas, describiendo su estructura y sus apartados principales. A continuación, me centraré en la presentación de una unidad didáctica concreta, incluyendo su título y la justificación de dicha unidad en el programa de la asignatura, los objetivos de aprendizaje, las competencias básicas que se pretende que el alumnado alcance, los contenidos principales y los criterios de evaluación basados en los objetivos de aprendizaje y en las competencias. Por otro lado, se detallarán las actividades prácticas incluidas en dicha unidad didáctica: en primer lugar, se describirá la actividad concreta a realizar, especificándose los recursos que podrán ser utilizados por el alumnado para su realización, el tipo de trabajo a realizar por éste (individual, en grupo, tutorizado), el tiempo previsto para cada tarea y los criterios de evaluación aplicables a cada una de ellas, correspondiéndose éstos con los criterios de evaluación detallados en la unidad didáctica.

Tras la presentación de los casos concretos utilizados en sendas asignaturas de los grados de Turismo y de Historia del Arte, se presentan unas conclusiones sobre la efectividad y las debilidades detectadas con respecto a la implantación de este sistema para la enseñanza del patrimonio cultural en la Universidad de Granada.

Palabras clave: EEES - Patrimonio cultural - Universidad de Granada (UGR) - Guía didáctica - Evaluación por competencias

ANÁLISIS DE LA TOPOLOGÍA DE OPERACIÓN PARA REDUCIR LOS NIVELES DE CORTOCIRCUITO EN UN NODO DE TRANSMISIÓN CON APORTE DE GENERACIÓN Y ELEVADA CAPACIDAD INSTALADA

AUTOR

Pablo Marelli

Universidad Tecnológica Nacional en Santa Fe (Argentina)

pamarelli@frsf.utn.edu.ar

La planificación, el diseño y la operación de los sistemas eléctricos de potencia, requiere de minuciosos estudios para evaluar su comportamiento, confiabilidad y seguridad. Entre los estudios típicos que se realizan se destaca el cálculo de cortocircuito, siendo esencial para la selección de equipos y el ajuste de las respectivas protecciones del sistema. Las dimensiones de una instalación eléctrica y de los materiales que se instalan, así como la determinación de las protecciones de las personas y bienes, precisan el cálculo de las corrientes de cortocircuito en cualquier punto de la red. Un estudio de corto circuito tiene la finalidad de proporcionar información sobre corrientes y voltajes en un sistema eléctrico durante condiciones de falla.

En general, un estudio de corto circuito sirve para determinar el poder de ruptura de los elementos de protección (interruptores y fusibles), realizar la coordinación de los dispositivos de protección contra las corrientes de cortocircuito, dimensionar las mallas de puesta a tierra y realizar estudios térmicos y dinámicos que consideren los efectos de las corrientes de cortocircuito en algunos elementos de las instalaciones tales como barras y cables.

En Argentina las inversiones en las redes de transporte de 500 kV presentan serios retrasos en contraposición con el crecimiento sostenido de la demanda, con tasas promedio del 4% interanual.

Entonces, ante la ausencia de nueva infraestructura proyectada en Estaciones Transformadoras de 500/132 kV y electroductos de 500 kV, resulta necesario potenciar los nodos existentes instalar centrales de generación de energía de mediana y gran potencia en cercanías de los centros más importantes de consumo; de modo de evitar saturaciones y condiciones de inestabilidad en la red de Transporte. Surge el problema entonces de incrementos importantes en las potencias de cortocircuito establecidas en aquellos nodos de 132 kV de la red, donde se combinan elevada capacidad de transformación instalada y aporte importante de potencia proveniente de generación local. Tal es el caso que se presenta en la Estación Transformadora de Santo Tomé 500/132 kV con 900 MVA de potencia de transformación instalada y configuración en 132 kV de doble barra con acople transversal. En el corto plazo, se prevé el ingreso en servicio de una central térmica de ciclo combinado y otra central térmica de gas que inyectarán una potencia total de 470 MW en barras de 132 kV de dicha nodo. Para esta situación, se estima que los niveles de cortocircuito en barras de 132 kV superarán la capacidad de admisible de cortocircuito del nodo (5000 MVA).

En este trabajo a partir de la utilización de un software específico de sistemas eléctricos de potencia, se modela la red de transmisión del nodo Santo Tomé y se evalúan todas las posibles alternativas de configuración de barras tal que permitan solucionar la problemática sin mayores efectos adversos sobre la confiabilidad y calidad de suministro. Se simulan para cada alternativa los flujos de carga en estado estacionario y se calculan las corrientes de cortocircuito monofásicas y trifásicas en todas las barras de 132 kV del subsistema en estudio.

Palabras clave: Potencia de Cortocircuito - Estación Transformadora - Capacidad de Ruptura - Topología - Generación

NARRATIVA VISUAL Y FOTOGRAFÍA EN LA COMUNICACIÓN INFORMATIVA Y PUBLICITARIA DE LAS ONG

AUTOR

Rafael Marfil Carmona
Universidad de Granada (España)
rmarfil@ugr.es

La imagen fotográfica es un contenido clave, junto a las producciones audiovisuales, para conseguir implicar a la ciudadanía en las campañas de las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD). Además de captar la atención de sus públicos, estas instituciones solidarias tienen que cuidar un estilo y unos niveles de calidad en las fotos que difunden, tanto en la forma como en el contenido, además de tener presentes algunas cuestiones fundamentales de carácter ético y de protección de la intimidad. La imagen acompaña a las palabras en un proceso intencional, cargado de simbología. Desde la metodología cualitativa del análisis de contenido, este texto expone diversos resultados relevantes y líneas de interés en torno a las fotografías que generan y difunden algunas de las principales ONGs en su actividad de difusión corporativa y publicitaria. En el contexto digital, encontramos esos contenidos visuales tanto en medios de comunicación como en redes sociales.

El análisis realizado profundiza en diversos estudios de caso, prestando una atención especial a la dimensión estética, artística, compositiva, informativa y simbólica de ese imaginario, que va creciendo, cada día, en la Red. El objetivo de esa aportación de contenido fotográfico institucional no es otro que conseguir la colaboración de voluntariado o la aportación económica de la ciudadanía, haciendo posible las actividades de ayuda y cooperación. En muchos casos, una fotografía es un complemento documental o informativo; en otros, es la propia base de la información o de la campaña publicitaria. En definitiva, se trata de informar y persuadir, utilizando el valor de la imagen, para que las personas se sumen de forma colaborativa a la construcción de un mundo mejor, haciendo posible las actividades de cooperación. Lo más interesante del proceso que permiten los medios digitales es que, cada vez más, esa aportación de imágenes adquiere una dimensión de bidireccionalidad y autoría horizontal. En otras palabras, la interactividad digital favorece que sean las propias personas que simpatizan con una ONG las que aportan una parte de ese contenido fotográfico, de ese universo visual solidario.

Palabras clave: ONG - Fotografía - Narrativa visual - Cultura digital - Redes Sociales

APROXIMACIÓN AL DISCURSO DEL PERDÓN: EL CASO DEL REY JUAN CARLOS TRAS LA CRISIS DE BOTSUANA

AUTORES

J. Pedro Marfil Medina y Julio César Pérez Herrero

Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)

jpmarfil@gmail.com y jcherrero@ucjc.edu

Como apunta Nicolaus Mills, en política, el perdón ha sido tratado como un anatema. El presente trabajo busca desarrollar una aproximación al discurso del perdón, sus principales marcos teóricos dentro de la retórica como medio para restaurar la imagen durante una crisis de comunicación. En él se prestará especial atención a los textos de William L. Benoit, autor de varios trabajos sobre la 'Teoría de la reparación de la imagen' y análisis de casos en los que una firma o personaje público ha visto comprometida su reputación.

Uno de los casos más interesantes que se pueden analizar en España sobre este asunto fueron las disculpas que en 2012, ofreció D. Juan Carlos, por entonces rey. En España, pedir disculpas no era una práctica muy común en la primera línea de la comunicación política, limitándose a la esfera de la gestión política local, donde la relación con los ciudadanos es más directa. Sin embargo en 2012, en un contexto protagonizado por la crisis económica y las reformas puestas en marcha por el ejecutivo de Mariano Rajoy, el rey Juan Carlos pidió disculpas tras un incidente durante una cacería en Botsuana. El suceso tuvo un gran impacto en la opinión pública española y en la percepción de la monarquía. Algunos días después, el monarca se disculpó. Este mensaje logró frenar la vorágine mediática en la que el jefe del Estado se vio inmerso tras el incidente. Las dos principales cabeceras del país valoraron de forma positiva el gesto del monarca.

Merece la pena reconocer que se trata de un caso singular. El perdón de D. Juan Carlos podría no considerarse un caso de perdón en la comunicación política, dado que el monarca no es un político o cargo electo. A pesar de ello, se ha considerado para su elección, el desempeño de la función como jefe del Estado, la proyección pública de su actividad y el seguimiento e impacto del caso que se analiza. De este modo se concluye que las palabras del entonces monarca y sus consecuencias supusieron un acontecimiento de relevancia e interés en el ámbito del perdón en comunicación política. Además, se trata de un ejemplo singular, dado que, hasta el momento, la mortificación o petición de disculpas era una estrategia de restauración de imagen poco usada en España. Más aún, es la primera ocasión en la que un monarca se disculpa públicamente.

Este mensaje sentó un precedente tras el cual políticos como Mariano Rajoy, Pedro Sánchez o Esperanza Aguirre han empleado esta estrategia de gestión de crisis para tratar de reparar su imagen.

Palabras clave: Discurso real - Perdón - Comunicación política - España - Juan Carlos I

CIBERESPACIO, RETÓRICA E INNOVACIÓN: EL CONOCIMIENTO DISTRIBUIDO

AUTOR

José Antonio Marín Casanova
Universidad de Sevilla (España)
jamarin@us.es

La tradición intelectual de Occidente va indisolublemente ligada al problema del conocimiento o ciencia de la realidad. Sin ello no se reconoce eso que pueda constituir la identidad occidental. Ahora bien, ese problema obviamente no se ha enfocado de la misma manera a lo largo de los tiempos. En los antiguos, se reparaba en el lado objetivo del genitivo: lo que preocupaba de la ciencia de la realidad era el *objeto* del conocimiento, la realidad. En los modernos, se reparaba en el lado subjetivo del genitivo: lo que preocupaba de la ciencia de la realidad era el *sujeto* del conocimiento, la ciencia. El *Faktum* de la antigüedad es la realidad; el de la modernidad, la ciencia. ¿Pero qué pasa tras el fin de la modernidad? Quizá el hecho principal que marca la propia “despedida de lo moderno”, sea el hecho tecnológico: las TIC son el *Faktum* de nuestro tiempo.

En el siglo XXI resulta que si queremos repensar el problema occidental de la ciencia de la realidad, nos encontramos con que no tenemos ciencia sin más y que tenemos una nueva realidad, una nueva realidad “no natural”. En efecto, la ciencia hodierna es tecnociencia y la nueva realidad es tecnológica. Esto es, la ciencia actual no sólo es producto intelectual sino actividad técnica, una acción transformadora y no meramente contemplativa, descriptiva o predictiva del mundo, una *intervención* práctica e innovadora, que crea un entorno más allá del natural (del “objetivo” espacio geográfico) o del cultural (del “subjetivo” tiempo histórico), un “tercer entorno” tele-real: el *ciberespacio*. Ambos sentidos del genitivo ya no pueden verse separados, toda vez que hoy el mundo no está lleno de hechos y observaciones, sino que es red de *acciones*. Los instrumentos condicionan la investigación: la ciencia surge de una acción intencional y no viene dada por el mundo.

El ciberespacio presenta la paradoja constitutiva de ser en él lo real virtual y lo virtual real. Esa paradoja *innova* la noción misma de conocimiento. El conocimiento en el ciberespacio es reticular en el doble sentido del genitivo. La red del conocimiento no es solamente una metáfora para ofrecer una imagen del conocimiento, sino que el conocimiento asume bajo esa metáfora la condición literal de reticular. La metáfora reticular del conocimiento deja de ser mero tropo, para pasar a ser constituyente del concepto de conocimiento. No se habla de “red del conocimiento” ya entonces en sentido figurado, sino que el conocimiento no puede ser figurado sin la noción de red. Y es que la Red ciberespacial comporta asimismo la distribución del conocimiento en el doble sentido del genitivo. Ya no es solamente que la Red sirva para distribuir el conocimiento como cualquier otro sistema de distribución, y nos representemos así el conocimiento, sino que el conocimiento en la Red se encuentra ya *distribuido*: el conocimiento reticular es un conocimiento intrínseca y sistemáticamente distribuido.

Palabras clave: Conocimiento – Innovación – Nuevas Tecnologías – Red hipertextual – Retórica

¿HAN ADOPTADO LAS PYMES LA WEB 2.0? UN ESTUDIO DE LA INTERACTIVIDAD DE LA WEB CORPORATIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

AUTOR

Pedro Pablo Marín Dueñas, Carmen Lasso de la Vega y Juan José Mier Terán
Universidad de Cádiz (España)
pablo.marin@uca.es, carmen.lasso@uca.es, juanjose.mier-teran@uca.es

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS), como Internet, con la Web como máximo exponente, han transformado las formas de comunicación entre las empresas y sus públicos, proporcionando beneficios y ofreciendo nuevos modos, nuevos caminos y nuevas e innovadoras formas de interacción e intercambio de mensajes (Milojevic, Kleut & Ninkovic, 2013) para todos los sujetos implicados en el proceso comunicativo.

Este notable desarrollo de la tecnología Web ha hecho plantearse a los directivos, gerentes y propietarios de las pequeñas y medianas empresas, la necesidad de comunicar sus negocios a través del portal corporativo. Y esta importancia ha llevado a la proliferación, lenta pero constante, de PYMES que cuentan con página Web.

Debe tenerse en cuenta, que, en general, la pequeña empresa española no contemplaba la necesidad de la inversión en Comunicación. Una percepción que ha cambiado de manera casi radical y en muy poco tiempo, con la consolidación del medio Internet como el más importante y rentable recurso de Comunicación persuasiva, informativa y de ocio, que debe ser entendido desde esta vertiente tripartita con el fin de operar una gestión comunicativa eficaz y rentable para las PYMES.

De ahí que, ante la relevancia que este medio está adquiriendo para la Comunicación de las PYMES, se ha fijado como objetivo de esta investigación el análisis de portales web de pequeñas y medianas empresas, desde el punto de vista de la interactividad que las mismas ofrecen a la hora de facilitar las relaciones de estas organizaciones con sus públicos de interés. Tal y como apuntan Díaz et al. (2008) la interactividad se configura como un elemento básico, determinando la eficacia de la página Web, y facilitando a la organización y al usuario el acceso y suministro de la información.

Se han estudiado, a partir de la metodología del análisis de contenido, la presencia de las principales variables que hacen de las Webs sitios interactivos que fomenten unas mejores relaciones entre las PYMES y sus públicos. Además, se ha elaborado un índice para medir la eficacia de dichas Webs desde la perspectiva de la interactividad como aspecto estratégico en el diseño de la Comunicación empresarial digital de manera que se pueda definir si las Webs de las PYMES se han adaptado, o no, al entorno 2.0.

Palabras clave: Internet – Web – Interactividad - PYMES – Comunicación Empresarial

VUELVEN LAS CASTAS. SER, CONVIVIR O TRASCENDER EN LA CULTURA DIGITAL Y DE REDES

AUTOR

Francisco Javier Marín Marín
Universidad de Murcia (España)
orfeo.pan@gmail.com

Traspasada la barrera de “lo nativo” en el mundo digital, la comunidad educativa parece estar hoy conformada, ya casi en su totalidad, por agentes que, de una manera u otra, integran una sociedad de redes “a la nueva usanza”. El curriculum tradicional compite con la ponderación de méritos que casi se cuentan, en relación exponencial, por el número de iconos digitales en el que nuestra identidad tiene un “sitio” específico (desde nubes hasta canales, pasando por las identidades en las redes sociales más utilizadas).

¿Y si comparásemos el conjunto de identidades y plataformas que un individuo maneja con la pintoresca sociedad de castas que se generó a través del imaginario de América Latina en el período colonial? En este sentido, y como forma de conducir a los alumnos hacia el interés por la Cultura y las Humanidades, ofrecemos un análisis comparativo en el que simbolizamos los contextos digitales actuales con la compleja argamasa sobre la que se sustentaba una sociedad pasada. Ser aceptado y ser definido, saber tus límites de movimiento, quiénes están por encima y por debajo de ti, o llegar a trascender por elección o no, constituyen parámetros nada ajenos tanto para el ámbito social como para el mundo académico y de la innovación docente de nuestro tiempo. Y entre una y otra realidad, la propia semántica: ¿Qué son hoy las “castas”? ¿Cuántas personas pertenecen a cualquiera de ellas?

Mostraremos, al fin y al cabo, un contraste entre modelos y agentes sociales que se manejan por las grandes plataformas “de dominio público” (el uso público, y las potencialidades para ejercer influencia pública), fomentando en los estudiantes el espíritu crítico, la capacidad de análisis, la relación entre libertad y responsabilidad, y la necesaria sensibilidad para comprender hechos sociales y realidades culturales.

Palabras clave: Castas – Redes Sociales – Estudio comparativo – Trascendencia – Identidad cultural

FILOSOFÍA PARA NIÑOS Y EDUCACIÓN “DEMOCRÁTICA”

AUTORA

Sara Mariscal Vega
 Universidad de Sevilla (España)
smariscal@us.es

En 1993 De Bono reivindica el fomento de un tipo de racionalidad mediante la cual se demuestre que cualquier supuesto puede ser revisado. A partir de aquí argumentamos que en educación los supuestos no sólo pueden revisarse, sino que deben ser cuestionados antes de ser aceptados. Esta afirmación encuentra apoyo en una triple perspectiva filosófica explícita en nuestro estudio: el “fin de los metarrelatos” en la posmodernidad (Lyotard), la “despedida de los principios” (Marquard) y la “teoría de la red axiológica” (Queraltó).

Se trata de proporcionar una visión crítica con la propia fundamentación de la educación actual, pues queremos reivindicar un planteamiento cordialmente disidente del imperante en las estructuras docentes contemporáneas. Desde hace tiempo se defiende con loable intención la llamada “educación en valores”. Se dan diferentes perspectivas, pero en general se apuesta por una escuela comprometida formalmente con los valores, materialmente democráticos. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, críticamente discrepante del enfoque que obliga a educar en unos valores con contenidos específicos adscritos a una ideología concreta, por muy nuestra que la hagamos, abogamos, por el contrario, en favor de una escuela que fomente como único valor la crítica, la revisión, que eduque a los niños en el cuestionamiento de las propias creencias y de lo aparentemente indiscutible. Es decir, aunque de hecho no se dé educación libre de valores, fuera de un discurso, sí se puede defender una cuyo objetivo sea, precisamente, tomar conciencia de esta realidad: no hay educación sin prejuicio (gadameriano).

Sostenemos que la educación en democracia debe dirigirse fundamentalmente a formar sujetos críticos, por tanto, creemos que el primer requisito para conseguirlo será cuestionar los propios valores democráticos y romper con los prejuicios, ahora entendidos éstos como los juicios previos a la crítica razonada. No pretendemos, como podría, en cierto modo, deducirse de la “educación en valores”, ofrecer unos contenidos acerca de cómo los educandos deben vivir sus vidas, sino más bien de fomentar una educación formal, es decir, de proporcionar unas herramientas que hagan que los niños comprendan la importancia de no aceptar nada sin antes pasarlo por el tamiz de la razón.

En este contexto, nuestro trabajo pretende servir de puente entre la perspectiva teórica de la filosofía pura y el pragmatismo de la Filosofía Aplicada para abrir vías de comunicación entre filosofía y sociedad, entre crítica y democracia, estableciendo una relación entre filosofía y educación, entre hermenéutica y cultura de paz.

Así, propondremos la Filosofía para Niños como herramienta principal en lo que llamaremos “educación democrática”. Para ello trataremos las que estimamos ser las cinco características elementales de la Filosofía para Niños: 1) Educar en el pluralismo; 2) No transmitir valores ni ideas cerradas, sino fomentar la problematización de los conceptos; 3) Favorecer un ambiente para el diálogo; 4) Enseñar en la diferencia por encima de la identidad; 5) Ofrecer como herramienta central la hermenéutica comprensiva.

Palabras clave: Filosofía para Niños – Problema – Crítica – Educación – Libertad

GENERACIÓN DE REPUTACIÓN EN LA WEB: UNA REFLEXIÓN SOBRE ESTRATEGIAS DE LIDERAZGO

AUTOR

Alberto Marques

Universidad Católica de Brasília (Brasil)

alberto.marques@gmail.com

El desarrollo de Internet y el aumento de la capacidad de acceder a múltiples tecnologías permitieron a un gran número de personas que produjesen y compartiesen información de su interés. Ellas han encontrado en Internet, concretamente en los servicios Web 2.0 (O'Reilly, 2005), una manera de compartir sus experiencias y conocimientos. Muchos de estos usuarios escriben todos los días "sobre nichos de conocimiento, muchas veces muy pequeños, sobre los que se enamoran y sobre los cuales se desarrolla un nivel de especialización difícil de ser igualado por muchos profesionales" (ALONSO, 2011, p. 8). Muchos de estos perfiles han desarrollado un alto nivel y reputación. En este contexto, nuestro artículo tiene como objetivo reflexionar y señalar aspectos de la dinámica adoptada por los líderes de la red. Más específicamente, por medio de una extensa revisión de la literatura, se argumenta que ciertas personas/perfiles alcanzan altos niveles de reputación mediante rutinas y prácticas sistemáticas en las comunidades a las que pertenecen. Partimos de la idea rectora de que la reputación es generada por factores internos para la operación de los servicios web, externos de carácter técnico- mercadológicos y externos coyunturales.

Proponemos y problematizamos esta tipología, así como discutimos el concepto de reputación. Otro aspecto que se reflexiona en este trabajo son las métricas de medición de esta reputación. A continuación, ofrecemos herramientas para que los investigadores desarrollen estudios empíricos y métodos para construcción de muestras, la identificación de los usuarios y sus prácticas, así como evalúen el funcionamiento de estas dinámicas en diferentes servicios, principalmente porque creemos que son fácilmente observables en todo Medio social.

Palabras clave: Reputación – Web 2.0 – líderes – Internet

CONFIANZA, ESTADO DE DERECHO Y EMPRENDIMIENTO

AUTOR

Alfonso Miguel Márquez García

Universidad de Jaén (España)

mmarquez@ujaen.es

La confianza aparece como un elemento fundamental en las relaciones (Deutsch, 1958), tanto personales como económicas, y componente fundamental del capital social (Coleman, 1988; Fukuyama, 1995; Putnam, 2002). De hecho, se la considera como una de las variables básicas en cualquier interacción humana (Gambetta, 1988), y un fenómeno universal (Huemer, 1994). En el ámbito de la creación de empresas la confianza del individuo es una variable clave (Welter y Smallbone, 2006; Welter, 2012) al influir sobre sus actitudes, normas subjetivas y control percibido (Ajzen, 1991). Asimismo, la ética y el cumplimiento de la normativa legal se configuran como variables relevantes. Aunque desde una perspectiva jurídica positivista los valores no pueden conocerse objetivamente, éstos no son externos a la reflexión jurídica. De hecho, valores como la libertad, justicia, igualdad,... son los inspiradores de las leyes y normas, y se sitúan en el centro del ordenamiento. En particular, la confianza está muy relacionada con el concepto de buena fe que constituye uno de los principios generales del derecho.

El Estado de Derecho reconoce, protege y tutela una serie de derechos en diferentes niveles: individuales, relacionales, generales. Sin embargo, la aplicación de la ley puede no ser el procedimiento más adecuado para proteger los derechos y expectativas, pues en la mayoría de las ocasiones será un método lento, caro, y con resultados también sujetos a cierta incertidumbre. Ante esta situación, Blomqvist (1997) pone de manifiesto el papel limitado del Derecho y sugiere la importancia de la ética como base en el desarrollo de los intercambios. Los fundamentos éticos del intercambio y la contratación incluyen aspectos como la equidad, responsabilidad, compromiso y confianza (Blomqvist, 1997, 275). Así, la confianza y el control social junto con las potenciales sanciones no legales (p. ej., ridículo, pérdida de la consideración y ayuda del otro, ostracismo, etc.) pueden ser importantes suplementos al control legal (Macaulay, 1963; Luhmann, 1996).

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre confianza y Estado de Derecho a nivel de país, y su influencia sobre la actividad emprendedora. La Encuesta Mundial de Valores (WVS) permite obtener información sobre la confianza genérica, el oportunismo y la confianza en instituciones en 59 países. El World Justice Project ofrece información sobre el Estado de Derecho en 102 países, empleando 8 indicadores, y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre actividad emprendedora en más de 100 países.

Según la UNESCO (2002) la educación no es un fin en sí misma, sino que es un instrumento clave para que se produzcan los cambios en el conocimiento, valores y comportamientos necesarios para lograr la sostenibilidad y la estabilidad dentro y entre países, la democracia, la seguridad y la paz. Con este objetivo, y desde una perspectiva autopoiética (Luhmann, 1997) la sociedad, y su sistema educativo se reorientan para cubrir estas necesidades (justicia, confianza y emprendimiento) que son relevantes para hacer posible un desarrollo sostenible.

Palabras clave: Confianza – Estado de Derecho – Emprendimiento – Instituciones – Educación

¿SON DIFERENTES LOS VALORES Y LA CONFIANZA DE EMPRESARIOS Y EMPLEADOS? UN ANÁLISIS GLOBAL

AUTOR

Alfonso Miguel Márquez García

Universidad de Jaén (España)

mmarquez@ujaen.es

Tanto a nivel teórico como práctico se reconoce la capacidad e importancia del emprendimiento para estimular la competitividad (Bygrave y Zacharakis, 2010; Minniti, 2012; GEM Global Report, 2014). No obstante, en cada país los condicionantes económicos, políticos, culturales, sociales, tecnológicos, etc. (Doing Business, 2015) determinan diferentes escenarios que favorecen en mayor o menor medida la aparición de la actividad emprendedora.

Tradicionalmente al emprendedor se le asocian determinados valores y una elevada confianza (Welter y Smallbone, 2006; Welter, 2012), tanto en sí mismo, como confianza a nivel general que haga posible que arriesgue su capital para crear su propia empresa, que contrate trabajadores, etc. No obstante, la confianza también es relevante para el empleado, ya que su elección laboral estará influida por la confianza que tenga en su empleador para proporcionarle un trabajo adecuado y estable, y también por la confianza en sí mismo para sentirse libre para elegir y controlar su vida.

La confianza como construcción social es el resultado de los valores y comportamientos del colectivo en el que se desenvuelve el individuo. Por tanto, dado que existen diferencias culturales entre países (Hofstede, 1994, 2010; Schwartz, 1992, 2012) y los valores son uno de los ingredientes que determinan la cultura, es lógico esperar que existan diferencias entre países en la confianza que proyectan las personas, y considerando que empresarios y empleados enfrentan diferentes riesgos, resulta interesante investigar si existen diferencias en la confianza y valores entre ambos grupos.

Para comprobarlo se utilizará la información que proporciona la Encuesta Mundial de Valores (WVS), en la que se utiliza la escala de valores de Schwartz (1992, 2012), y también se incluyen cuestiones relacionadas con la confianza, oportunismo, etc. Dado el enfoque global de esta encuesta, es posible obtener una visión amplia a nivel mundial sobre la relación entre valores, confianza y emprendimiento, con más de 85.000 encuestados en 59 países en la ola 2010-2014, siendo posible observar también si el género es un elemento determinante, tanto sobre los valores como sobre la confianza de empresarios y empleados.

Inicialmente, se analiza la relación entre valores y confianza, segmentando atendiendo a la ocupación del encuestado como empleado o empresario. De este modo, se obtienen los valores más relacionados con la confianza para ambos grupos. Posteriormente, se diferencia entre hombres y mujeres, tanto entre los empleadores como entre los empresarios, para comprobar si el género determina una relación diferente entre valores y confianza. Una vez analizada a nivel individual la relación entre valores y confianza, se plantea un análisis clúster a nivel de país, obteniendo grupos de países homogéneos atendiendo a sus valores, para comprobar si existen diferencias en la confianza de empresarios y empleados (hombres y mujeres) entre estos grupos de países. De este modo, se estudia la relación entre valores y confianza a dos niveles de análisis, individual y colectivo (país).

Palabras clave: Confianza – Valores – Empresarios – Empleados – Género

EL VIAJE COMO EXPERIENCIA EDUCATIVA: ¿QUÉ APRENDEN LOS BACKPACKERS?

AUTORES

Antonio Martín Cabello y Almudena García Manso

Universidad Rey Juan Carlos (España)

antonio.martin@urjc.es y almudena.manso@urjc.es

En discurso cotidiano se considera que el viaje es una experiencia altamente instructiva para aquellos que lo emprenden. La relación entre viajes y educación forma parte del acervo de sentido común. Las raíces de esta creencia tienen profundas raíces históricas. En todo caso, recientemente la literatura científica ha comenzado a indagar las competencias que se adquieren a través del viaje. Esta comunicación pretende centrarse en la experiencia educativa obtenida a través del viaje de un tipo especial de turista: el mochilero o *backpacker*, por tres motivos.

En primer lugar, se ha señalado el carácter especial del mochilero como un “viajero” con una experiencia profunda del viaje frente al “turista” que obtiene una visión más superficial del territorio visitado. En segundo lugar, el viaje mochilero suele realizarse en una etapa preliminar en la vida de estos viajeros: suele producirse al finalizar los estudios superiores y antes de iniciar la vida profesional. Es, por tanto, un verdadero “rito de paso” y un campo de adquisición de experiencia vital. Finalmente, el viaje mochilero ha despertado interés entre la comunidad académica y en el mundo de la gestión por su carácter educativo. Esto es, se entiende que los mochileros adquieren una serie de competencias que posteriormente serán provechosas en su desempeño profesional.

La comunicación se estructurará en torno a tres grandes temas. Primero, la relación histórica entre el viaje y la educación. Se realizará un repaso de los antecedentes del viaje educativo: el *Grand Tour* y el *Tramping*. Seguidamente se realizará una descripción del turismo mochilero como un fenómeno típico del turismo de la última mitad del siglo XX, de un lado, y, de otro, se revisarán las principales motivaciones de los mochileros a la hora de emprender su viaje. Se mostrará como una de las más destacadas es la de aumentar su currículum vital y adquirir una serie de competencias a través de una experiencia de viaje única. Por último, se revisarán los estudios disponibles sobre la adquisición de competencias a través del viaje mochilero.

Estos tres temas mostrarán las interrelaciones entre el sistema educativo, la industria turística y el mercado de trabajo. Se planteará que el viaje mochilero no puede ser contemplado como un fenómeno inocuo, sino como un proceso formativo dentro del capitalismo globalizado en el cual estamos inmersos.

Palabras clave: Backpackers - Competencias - Educación - Turismo - Viajes

LOS LÍMITES DE LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA ANTE LA IGUALDAD DE GÉNERO: DEL DERECHO AL ESTEREOTIPO

AUTORA

Teresa Gema Martín Casado
Universidad de Valladolid (España)
teresagemamc@hotmail.com

En este artículo se analizarán los límites legales que pretenden defender la igualdad de género, haciendo mención especial al análisis de los estereotipos de género que definen diferencias sustanciales de trato entre mujeres y hombres en la publicidad, y el hecho de definir esta estereotipia como la clave que marca las diferencias.

No se puede entender el tratamiento de la mujer en publicidad sin analizar su representación estereotipada, la cual define claramente la imagen que la sociedad tiene del género femenino y la que se impregna en la mente del consumidor.

Sólo atendiendo a lo que el público percibe de un anuncio podremos entender cómo un mismo anuncio representado por hombres y mujeres es totalmente distinto ante el público, y por ello un tratamiento similar no indica igualdad de percepción ante el consumidor si partimos de realidades sociales diferentes entre hombres y mujeres; si partimos de imágenes y significados diferentes de hombres y mujeres.

Palabras clave: Creatividad publicitaria – Igualdad de género – Estereotipo – Anuncios

EL ABP COMO EXCUSA PARA TRABAJAR COMPETENCIAS TRANSVERSALES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORAS

Noelia M. Martín Espinosa y Rosa M. Píriz Campos

Universidad Castilla-La Mancha (España)

noelia.martin@uclm.es; rosa.piriz@uclm.es

El último libro de Richard C. Levin, *The Work of the University*, señala que el objetivo de la Universidad consiste en desarrollar ciertas cualidades mentales, concretamente “la habilidad de pensar críticamente y de forma independiente, ser creativo e innovador, liberarse del prejuicio y la superstición, saber elegir información, incorporando la que es útil y rechazando la que es irrelevante” (Levin, 2003). La introducción del Espacio Europeo de Educación Superior en España ha supuesto una transformación fundamental en la concepción tradicional de la Universidad, al plantear la necesidad de formar egresados que sepan utilizar competencias bastante alejadas de los meros contenidos teóricos en los que se centraba hasta hace poco la enseñanza universitaria, que sin ser abandonados, han perdido su preponderancia anterior. Entre estas competencias genéricas que los estudiantes deben adquirir se encuentran el desarrollo de habilidades interpersonales y de liderazgo, la adquisición de destrezas comunicativas, la adaptación a un ambiente cambiante, aspectos relacionados con el respeto y la tolerancia hacia los otros, y el aprender a aprender, como una competencia básica para seguir adquiriendo conocimientos a la largo de la vida (Delors, 1996).

Para promover la adquisición de estas competencias, los docentes universitarios nos debemos plantear un nuevo enfoque de aprendizaje, para que la formación de nuestros egresados responda a las expectativas demandadas actualmente por el mercado laboral. En nuestro caso, nos planteamos el ABP como excusa para trabajar diversas competencias transversales incluidas en el plan de estudios de los estudios del Grado de Enfermería de la Universidad de Castilla-La Mancha, al ser una metodología adecuada para promover el pensamiento crítico, el aprendizaje autónomo, el trabajo grupal, la capacidad de liderazgo y el uso de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC).

Esta comunicación pretende mostrar una experiencia de innovación docente integrada entre dos asignaturas de segundo curso del Grado de Enfermería impartido en la EU de Enfermería y Fisioterapia de Toledo, basada en el uso del ABP como metodología docente, que se ha implementado en dos cursos académicos: 2013-14 y 2014-15. Tiene como objetivos, exponer el diseño de la experiencia, los materiales utilizados y la evaluación de las competencias trabajadas mediante rúbricas. Así mismo, presentamos el grado de satisfacción mostrado por los estudiantes en una encuesta anónima realizada al finalizar la actividad, las sugerencias de mejora propuestas, así como nuestra percepción como docentes del proceso, señalando debilidades y fortalezas.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Proceso de enseñanza-aprendizaje – Innovación docente – Métodos de enseñanza – Educación Superior

INFORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE MOVILIDAD UNIVERSITARIOS ANTES DE SU LLEGADA Y SATISFACCIÓN TRAS SU MARCHA

AUTORAS

Eva Martín Fuentes, Natalia Daries Ramón, Estela Mariné Roig

Universidad de Lleida (España)

eva@aegern.udl.cat, ndaries@aegern.udl.cat, estela.marine@aegern.udl.cat

Las universidades españolas reciben durante un período determinado estudiantes de otras instituciones de educación superior para que puedan cursar parte de sus estudios a través de diferentes programas de movilidad. Estos visitantes considerados como turistas académicos (Martínez Roget, Pereira López, & Pawlowska, 2013) provienen de diferentes lugares de la geografía española, europea y del resto del mundo, que generan unos ingresos en la ciudad con su consumo ya que se alojan en la ciudad, compran en la ciudad y utilizan el transporte de la ciudad dónde se ubica la universidad que los recibe (Martin-Fuentes & Sarda, 2010).

Una de las características principales de cualquier servicio es la intangibilidad y en el caso de la experiencia turística, además, por su naturaleza experiencial (Sirakaya and Woodside, 2005, p.816) junto al hecho que sea necesario desplazarse para disfrutar del servicio, provoca una incertidumbre en el turista.

Realizar una estancia en un lugar desconocido por parte de los estudiantes de movilidad, durante un semestre o un curso crea una incertidumbre antes del desplazamiento lo que los mueve a buscar información (Jun et al., 2007, p. 267). En este sentido, las universidades que reciben estos estudiantes, deben intentar reducir al máximo esta incertidumbre, proporcionando a los estudiantes de movilidad el máximo de información posible sin crearles expectativas demasiado altas que después no puedan cumplir ya que sino sufrirán una decepción (Zeithaml et al., 1993).

En este trabajo se analiza el perfil de los estudiantes de movilidad que acuden a una universidad pública española de dimensión media, como es la Universidad de Lleida, durante los cursos 2012/13, 2013/14 y 2014/15, la valoración que hacen estos estudiantes de los diferentes servicios que les ofrece la universidad y de la ciudad que los acoge, además de conocer como se informan antes de su llegada y la valoración general que hacen de su estancia.

El presente estudio concluye que los estudiantes de movilidad se informan antes de ir a la universidad de destino a través del boca-oreja tradicional por parte de compañeros o conocidos que ya han estado en la universidad que van a visitar, también se informan a través de internet e intentan contactar con otros estudiantes de movilidad a través de las redes sociales. La valoración y la satisfacción de su paso por la Universidad de Lleida son muy positivas, al igual que la valoración que hacen de la ciudad de acogida que varía dependiendo de los países de procedencia.

Palabras clave: Universidad pública – Satisfacción – Estudiantes – Movilidad – Turismo académico

LAS TIC EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA: *BLOGS* DIGITALES

AUTORAS

Carolina Martín Gámez, Ana Belén Ruiz Mora e Isabel Ruiz Mora

Universidad de Málaga (España)

cmartin@uma.es, abruiz@uma.es e isabelruiz@uma.es

Es evidente que el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha generado para los docentes universitarios una nueva situación que requiere cambios e innovaciones docentes adaptadas a estas nuevas exigencias. El nuevo modelo universitario exige cambiar metodologías que busquen conceder al alumnado un papel más protagonista en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Blanco, 2007; García y García, 2012), siendo el docente universitario el que deba guiar el aprendizaje haciendo uso de diferentes recursos.

Bajo estas premisas, es necesario tener en cuenta las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), cuyo protagonismo es de tal relevancia y crece a tal velocidad, que se puede decir que la sociedad actual es la sociedad de la información. Además, incluir las TICs en la Enseñanza Universitaria no solo permite fomentar la alfabetización digital de los alumnos, sino que también complementa y enriquece los procesos de enseñanza y de aprendizaje (Marco-Stiefel, 2006 y Roberto y Pere, 2007), mediante el uso de herramientas colaborativas que permiten compartir objetos de aprendizaje. Herramientas web 2.0 como Facebook, Twitter o blogs cobran sentido en este nuevo modelo de aprendizaje colaborativo (Aguaded y López, 2009), dado que generan espacios donde compartir y contrastar ideas que promuevan el pensamiento crítico y reflexivo de los estudiantes (Bohórquez, 2008).

Este estudio se plantea como una experiencia de innovación educativa, para analizar en qué medida el uso de blogs digitales contribuye a la adquisición de las competencias específicas de una asignatura del Grado de Maestro/a en Educación Infantil de la Universidad de Málaga, y valorar el nivel de aprendizaje que el alumnado considera ha alcanzado. En el estudio participaron 58 alumnos de dicha especialidad. Para analizar el impacto de la experiencia en el proceso enseñanza-aprendizaje de los alumnos, se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo basado en el análisis, por un lado, de un cuestionario cerrado tipo Likert, y por otro lado, de los resultados obtenidos en una rúbrica de evaluación diseñada para medir el grado de adquisición de las competencias de la asignatura.

Este trabajo contribuye a evidenciar como el uso de este tipo de herramientas hace que la implicación del alumno en las asignaturas y, por tanto en sus contenidos, sea mucho mayor que la mostrada con metodologías más convencionales. También pone de manifiesto como el uso de blogs en el ámbito universitario resulta ser muy útil para fomentar el papel activo del estudiante mediante un aprendizaje crítico, reflexivo y colaborativo, que le permite obtener un alto grado de adquisición en las competencias profesionales. Por tanto, se presenta una metodología en el uso de un recurso innovador para la enseñanza superior que fomenta la autonomía y responsabilidad del alumnado en el proceso de aprendizaje, así como también refuerza sus competencias digitales, entre otras, elemento clave en el futuro de la enseñanza digital.

Palabras clave: Aprendizaje colaborativo - *Blogs* - Competencias Profesionales - Educación Superior - Innovación educativa

JÓVENES UNIVERSITARIOS E IGUALDAD DE GÉNERO: ESTUDIO DEL CASO

AUTORES

Virginia Martín Jiménez, Carlos A. Ballesteros Herencia y Dunia Etura Hernández

Universidad de Valladolid (España)

virgimj@hmca.uva.es, cballesteros@hmca.uva.es y ma.dunia.hernandez@uva.es

Hace dos décadas la Conferencia Mundial sobre la Mujer de Bejiing consiguió aunar la voluntad de 189 gobiernos en torno al plan más ambicioso hasta entonces formulado para impulsar los derechos de la mujer. El programa denominado *Declaración y Plataforma de Acción de Bejiing* se desarrollaba alrededor de 12 ámbitos fundamentales -entre los que estaban incluidos la educación y los medios de difusión- de especial interés para la lucha contra la desigualdad de género. Dos décadas después es un hecho que se han dado pasos esenciales para el cambio, pero aún no se puede afirmar que el fin de la desigualdad de género esté cerca.

En el año 2014 se presentó la primera encuesta a nivel europeo sobre la violencia machista realizada por la Agencia de Derechos Fundamentales de la UE (FRA). Los resultados revelaron que un 33% de las mujeres de entre 18 y 74 años habían sufrido violencia física o sexual, lo que supone que 60 millones de mujeres de los 28 países de la UE han visto vulnerados sus derechos fundamentales.

Desde el Proyecto de Innovación Docente, vinculado al Área de Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVA), *Enseñanza en Igualdad e Inclusión de Género*, trabajamos partiendo de la premisa de que el mejor método para combatir la violencia de género -efecto último y más devastador de la desigualdad- es prevenirla, tratando sus orígenes y causas estructurales. De este modo, poner el foco en la educación de los más jóvenes para promover relaciones de respeto e igualdad es esencial y la función de los docentes para propiciar el cambio es determinante, más si cabe en los profesores de Periodismo, por ser sus alumnos los futuros responsables de seguir -o no- reproduciendo a través de los *mass media* estereotipos que perpetúan la desigualdad de género.

Partiendo de esta premisa, los miembros del citado PID desarrollaron a lo largo del curso 2014-2015 una investigación cuyos resultados se presentan en esta comunicación. El objetivo fue descubrir la base cognitiva sobre igualdad de género que tienen los estudiantes universitarios españoles -tomando como objeto de estudio los pertenecientes a la UVA- y precisar sus capacidades para reconocer las actitudes y los contenidos mediáticos que presentan ideas basadas en la desigualdad de género y que suponen el germen de la violencia machista.

Desde el punto de vista metodológico el estudio se desarrolló a través de una encuesta que los estudiantes de los cuatro cursos del Grado de Periodismo de la UVA respondieron de forma anónima. El contenido sobre el que se les preguntaba trataba de analizar desde diversas perspectivas el nivel de desigualdad que percibían en la Universidad, en sus relaciones sociales y en los medios de comunicación, así como el conocimiento y percepción que tienen sobre la violencia de género. Los resultados de esta encuesta se analizaron cuantitativamente con el programa SPSS, obteniéndose datos estadísticos tanto descriptivos como inferenciales que se analizan en las páginas de la comunicación que se presenta al congreso CUICIID 2015.

Palabras clave: Docencia en Igualdad - Igualdad de Género - Proyecto de Innovación Docente - Inclusión de Género

AUTORÍA Y RECEPCIÓN EN EL *SPOT* PUBLICITARIO: EL ARTISTA VISUAL CONFIGURA UN NUEVO PANORAMA

AUTORA

Penélope Martín Martín
Universidad de Málaga (España)
penelopemart@uma.es

Nos hemos convertido en una sociedad altamente centrada en el poder de la imagen y cualquier formato que experimente con este lenguaje ha de ser tenido en cuenta por los realizadores y agentes de la publicidad, y más aún si este producto conecta con la mayoría de público joven. El videoclip por lo que supone de exploración y de arte compuesto, que aglutina imagen, narración y música, que en los últimos tiempos ha llegado a ser una pieza artística, por su calidad estética y porque es realizado en unas nuevas condiciones de libertad creadora, es un formato que puede trasladar su concepto, sus formas, sus autores, al *spot* publicitario.

En este contexto, las nuevas tecnologías no solo se convierten en un algo revolucionario sino que han sido el catalizador de todos estos cambios. Cambios que han permitido que el nuevo consumidor ya no sea solo un consumidor pasivo, sino que participe, que sea generador de contenidos, lo que ha provocado un cambio radical en la publicidad, en la creatividad y en la recepción de la publicidad, que exige una renovación en las formas de hacer.

Nos referimos a un cambio de paradigma de la comunicación audiovisual en virtud de la oportunidad que supone contar con más medios y soportes y las múltiples posibilidades de combinarlos comunicando de maneras distintas.

Las marcas han encontrado un magnífico cauce para conectar con sus consumidores segmentados sin la intrusión y la repetición característicos de los anuncios más convencionales; un consumidor exigente con la información que se le ofrece en cuanto a veracidad, honestidad y compromiso de las marcas. Podemos afirmar que se ha potenciado la individualización del consumo en la recepción, de manera que la demanda audiovisual se ha incrementado espectacularmente.

Es la intención de esta comunicación presentar la relación cada vez más estrecha entre la autoría de estas piezas audiovisuales, su valor estético y cómo la recepción de los mismos está cambiando gracias a un nuevo modelo de consumidor.

Palabras clave: Artista visual- Cine de autor – *Spot* publicitario- Consumidor – Recepción

EL SPOT PUBLICITARIO SE REINVENTA Y SE CONVIERTE EN REFLEJO DEL MOMENTO DE ESPLENDOR QUE VIVE EL SECTOR AUDIOVISUAL

AUTORA

Penélope Martín Martín
 Universidad de Málaga (España)
penelopemart@uma.es

El mundo de la publicidad ha cambiado. Ha experimentado una innegable evolución debido a muchos factores nuevos que han entrado a funcionar en su contexto. Y de todos estos factores, el desencadenante, los avances tecnológicos. El mundo de la publicidad ha experimentado uno de los mayores cambios en la última década gracias al rápido avance de la tecnología que ha permitido el desarrollo de nuevas herramientas para poder diseñar nuevos formatos, surgiendo así un amplio abanico de posibilidades en todos los canales. Se puede decir que los avances tecnológicos constituyen o están en la raíz de todos los cambios. Cómo es hoy la vida moderna, cómo se entienden hoy los *mass media*, cómo se concibe el ocio, todo viene determinado por las nuevas tecnologías de la comunicación, que ha significado en nuestras vidas una verdadera revolución puesto que ha cambiado la forma en la que nos comunicamos y obtenemos información y en el campo de la publicidad, las marcas han tenido que adaptarse a ella para conseguir llegar a un público cada vez más disperso y cada vez más escurridizo, listo e instruido en lo digital y como consecuencia, en la lectura de imágenes. Estos avances tecnológicos de los que hablamos han permitido hasta clasificar la población mundial en dos grandes grupos: los que han nacido entre pantallas digitales y los que han tenido que aprender a marchas forzadas el uso de estos medios.

Sin duda, nos encontramos en un auténtico momento de mudanza debido a que se han alterado los elementos del contexto de la comunicación publicitaria. Vivimos en una era de posibilidades ilimitadas. Donde la creatividad y las grandes ideas empiezan a desafiar y derribar una estructura económica y social que ha perdurado cien años. Hoy, una gran idea bien comunicada puede alcanzar a cientos de millones de personas en pocos segundos y mover la conciencia o los sentimientos de todo un planeta. Y esa gran idea en la comunicación que se presenta ha estado concebida para y por el *spot* publicitario.

Hemos podido constatar que el formato audiovisual está viviendo uno de sus mejores momentos siendo este aprovechado por el *spot* publicitario, ya que se tiene el convencimiento por parte de los sectores implicadas en el proceso de comunicación publicitaria de las innumerables posibilidades que puede brindarles haciendo que merezcan la pena los esfuerzos de las investigaciones necesarias encaminadas a re-posicionar esta pieza comercial en un destacado lugar del panorama publicitario.

Se plantea con este análisis hacer una reflexión sobre algunas de las transformaciones publicitarias actuales y de sus escenarios de futuro en el ámbito del audiovisual publicitario. Estamos hablando del *spot* multipantalla dinámico, aquel que se genera en un medio, normalmente el televisivo, para de ahí crecer y mutar a otros medios donde el consumidor activo sea partícipe en la creación de los contenidos que le ofrecen entretenimiento, ocio o conocimiento, y que, además, suele contar con un realizador que le presta su propio código creativo, de manera que se puede establecer un legítimo paralelismo entre cine de autor y publicidad de autor.

Palabras clave: Publicidad audiovisual – *Spot* publicitario- Consumidor – Avances tecnológicos

LA CONSCIENCIA DEL MONTAJE Y EL CAMBIO DE SENTIDO

AUTORA

Lidia Martín Merino

Universidad de Valladolid (España)

lidia.mitos@gmail.com

La forma de crear sentido en el cine por medio del montaje de materiales de archivo, cambia esencialmente la forma de entender el sentido del montaje del “documental convencional”: *Metraje encontrado, montage de compilation, found footage*.

En el *montage de compilation* partimos de un montaje de conceptos, donde el orden discursivo sigue una pauta temática y semántica más que un orden de continuidad espacio temporal. Este cambio de “reglamento” hace que aparezca una ruptura en el entendimiento para sentir la carencia de la imagen con su referente histórico y encontrarle una evolución hacia otros sentidos, distintos a las intenciones originarias del rodaje primigenio.

El nuevo montaje (re-montaje) permite captar la fragmentación del tiempo. Empuja al montador a un nuevo enfoque en el discurso, a partir de unos materiales originarios que existen con la idea de la apropiación (expropiación), lleva intrínsecamente la intención de otra narración, de que se convierta en otro discurso. Se plantea de nuevo la verdad entre lo real y lo imaginario, entre la realidad y la ficción. El hecho de apropiarse de imágenes ya rodadas, permite que en su montaje lo experimental y lo documental se lleguen a encontrar, lo hacen como idea, más que como técnica.

En el *found footage* se plantea una semejanza con la antropología, con el mito de Frankenstein, esa búsqueda de sí mismo se llega a encontrar a través del montaje, la lógica de la reminiscencia, el término alemán “*gefundes Material*” (material encontrado) es el más cercano a la propuesta de un relato que parta del autor con imágenes ya rodadas por otras personas.

Apuntes históricos sobre el Metraje encontrado:

La primera obra de Compilación fue la llevada a cabo por Sfir Shub, integrante del “*Cine ojo*”, con la película “La caída de la dinastía Romanov” (“*Padenie Dinastii Romanovkh*”, 1927).

Durante los años 30 y 40, la utilización del *found footage* se incluyó en mayor medida, como arma de propaganda para una propuesta de manipulación de los dictados de la época de entreguerras y de la 2ª Guerra Mundial.

Tras los años 50 el documental toma un sentido diferente, los principios del montaje y de la apropiación se convierten en formas distintivas de creación pertenecientes a la vanguardia. Tras los años sesenta, la *compilación* como tal, se continuará practicando sobre todo, en los países del bloque socialista (Walter Heynowski, RDA; Santiago Álvarez, Cuba).

Chris Marker convierte el *metraje encontrado* en una modalidad que se caracteriza como cine-ensayo, metacine, cine de ideas, etc. Se considera a la imagen de ficción como un documento, tan cargada de historia y de ideología de la representación como una imagen de documental, y así igualmente productiva para un trabajo historiográfico. Una de las obras de mayor relevancia en el *montage de compilation* es “*Le fond de l’air est rouge*” (Chris Marker, 1977).

Palabras clave: Metraje encontrado - Documental - Cine-ensayo - Cine y realidad

PERSONAJES Y ENTORNOS VIRTUALES ORIENTADOS A LA GAMIFICACIÓN MUSEAL

AUTOR

Gonzalo Martín Sánchez

Universidad Antonio de Nebrija de Madrid (España)

gmartin@nebrija.es

La creación de personajes y entornos virtuales destinados al fomento de la herencia cultural contribuye a la implementación del videojuego como herramienta de difusión cultural. De este modo, al ya complicado proceso de creación del mismo, se añade la labor de investigación que precede al diseño de personajes, objetos y escenarios que deben ser fieles a aquello que se quiere representar.

Se profundiza en el proceso investigador del desarrollo de la parte gráfica tridimensional del prototipo de juego inmersivo que se está experimentando en el Museo de América de Madrid dentro de la investigación I + D + i **Conocimiento aumentado y accesibilidad: la representación museográfica de contenidos culturales complejos**, financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad Llevada a cabo por el Grupo Museum I + D + C de la Universidad Complutense.

Dicho prototipo de juego inmersivo recrea de forma virtual el universo del pueblo amerindio Tlingit, pueblo que habita en el sur de Alaska. El proceso de recreación a ofrecido tres vías de investigación. La primera ha sido el estudio, a partir de fotografías y la lectura de descripciones, de los rasgos faciales y corporales de los indios Tlingit, para poder modelar un avatar que se identifique con dicho pueblo. En la segunda, también se ha modelado objetos a partir del visionado de piezas expuestas en museos y, finalmente, en la tercera se ha trabajado con modelos escaneados tridimensionalmente.

Palabras clave: 3D - Gamificación - Museografía - Patrimonio Cultural - Videojuegos

PROPUESTA DE INDICADORES DE EVALUACIÓN PARA BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS BAJO LOS PRINCIPIOS DE LA CULTURA DIGITAL: VALIDACIÓN A PARTIR DEL RÁNKING DE SHANGHAI

AUTORAS

Sara Martínez Cardama y Mercedes Caridad Sebastián

Universidad Carlos III de Madrid (España)

smarti1@bib.uc3m.es y mercedes@bib.uc3m.es

La actual conceptualización e integración de servicios dentro de la llamada *Universidad Digital*, así como el desarrollo de una cultura de innovación continua, supone el marco para evaluar el papel de la biblioteca universitaria como agente de cambio en términos de acceso y creación de conocimiento. Fruto de un Tesis Doctoral defendida en la Universidad Carlos III en 2014 y financiada por el Programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Educación (Referencia: AP 2009-2154); se presentan los resultados del diseño y verificación de un sistema de indicadores de evaluación aplicado a bibliotecas universitarias en el entorno digital.

El objeto de investigación es la creación y validación de una herramienta metodológica que permita detectar, medir y cuantificar las actuales características estructurales y dinámicas que afectan a las bibliotecas universitarias en el espacio digital. Este modelo se basa en los principios de la Cultura Digital, teniendo en cuenta el conjunto de valores y prácticas compartidas que supone la inserción de toda institución en el contexto de la sociedad-red. Se explica el proceso de creación y ponderación de los cincuenta indicadores, agrupados en cuatro categorías: 1. Presencia en el entorno digital *indicadores webmétricos*; 2. *Participación*, como capacidad de la institución crear relaciones en la red; 3. *La Remediación*, basada en los contenidos y sus nuevas formas de expresión; 4. *El Bricolaje digital*, como remezcla para crear nuevos servicios y estructuras flexibles de conocimiento.

A modo de proyecto piloto, se escogen las páginas y servicios web de las bibliotecas universitarias correspondientes a las cincuenta primeras posiciones del *Ranking de Shanghai* (ARWU) en su edición del año 2013. Esta elección responde a criterios tanto metodológicos como prospectivos de análisis, ya que permite conocer el estado, grado de innovación tecnológica y los elementos de *Participación*, *Remediación* y *Bricolaje Digital* de las bibliotecas de las principales universidades del mundo, y a partir de su codificación y ponderación establecer un ranking.

Se concluye que el método propuesto es válido para evaluar y auditar las prácticas de Cultura Digital de las bibliotecas universitarias en la actualidad. Se verifica su idoneidad para utilizarlo como cuadro de mando de indicadores (*Scoreboard*) que facilite la toma de decisiones para la mejora de la presencia digital de la biblioteca universitaria y de sus servicios. La aplicación del proyecto piloto al ámbito de los rankings universitarios, permite, en este caso, relacionar estas prácticas digitales con políticas a nivel macroestructural de sus propias instituciones.

Palabras clave: Bibliotecas universitarias - Cultura – Digital – Indicadores – *Scoreboard* - Ránking de Shanghai

COMPETENCIA INTERCULTURAL Y UNIVERSIDAD. NECESIDAD Y RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA EN LA FORMACIÓN DE FUTUROS PROFESIONALES COMPETENTES EN CONTEXTOS DE DIVERSIDAD

AUTORA

Raquel Martínez Chicón
Universidad de Granada (España)
raquelchicon@ugr.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) favorece, permite y, en cierta medida, exige un seguimiento continuo y personalizado del proceso de aprendizaje del alumnado por parte del profesorado, que debe facilitar no ya sólo la asimilación de conocimientos (Delgado, 2005) sino acompañar en la adquisición de competencias que pretende la materia a impartir. O lo que es lo mismo, promover la construcción del conocimiento (Coll, C., 2001a y 2001b), el aprendizaje de la propia práctica *-learning by doing-*, y convertir el proceso evaluativo en reflexivo y en un nuevo aprendizaje significativo.

Partiendo de estas premisas, la Universidad debería dotar a sus graduados, con independencia de la formación disciplinar de origen y del sector laboral en el que se ocupen (administración pública, empresa, servicios sociales, educación, comunicación, salud, etc.), de las mínimas competencias para el futuro desempeño eficaz de su trabajo en los diferentes escenarios en los que tendrán que desenvolverse (dirigir negocios, ofertar productos, prestar servicios, responder a demandas, comunicarse, relacionarse, resolver conflictos, etc.). Y hacerlo también con personas, grupos o entidades con diferente idioma, cultura, religión o nacionalidad; o lo que es lo mismo, ser eficaces en contextos de diversidad cultural que, en la actualidad, son todos.

También se parte del hecho contrastado (Martínez, 2012 y 2014) de que en caso de existir y contar con una formación que asegure un desarrollo competencial en gestión de la diversidad cultural, se garantiza la eficacia y eficiencia en el desempeño laboral en diferentes contextos y la posibilidad de anticipar y afrontar cambios. Sin embargo, y pese a que esta formación suele ser enormemente demandada una vez que los y las graduados/as se incorporan al mercado de trabajo, sólo en algunos grados del campo de las ciencias sociales con orientación en investigación o intervención con el colectivo de inmigrantes extranjeros –Antropología, Trabajo Social, Educación Social o Ciencias de la Educación- y no siempre ni en todas las universidades, se trabajan de manera más o menos específica estas cuestiones.

A lo largo de las siguientes páginas se mostrará la necesidad y las posibilidades de trabajar las competencias interculturales en la formación universitaria. Y la responsabilidad de la Universidad de hacerlo más allá de la dimensión cognitiva, más allá de las ciencias sociales y más allá de la formación permanente o especializada.

Palabras clave: Competencia intercultural – Diversidad – Innovación docente – Transición a la vida activa – Universidad

EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA EVALUACIÓN REFLEXIVA Y COLABORATIVA: UNA EXPERIENCIA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

AUTORAS

Raquel Martínez Chicón y Antonia Olmos Alcaraz

Universidad de Granada (España)

raquelchicon@ugr.es y antonia@ugr.es

La evaluación ha estado ligada de manera tradicional y generalizada a una prueba de conocimientos en términos de examen y centrada en la última fase del aprendizaje como requisito para superar una asignatura más en términos de aprobar que de aprender. En la actualidad, y gracias al nuevo espacio europeo, se puede y se debe superar la mera asimilación de conocimientos y acompañar en la adquisición de competencias. Para ello, hay que comenzar convirtiendo la evaluación en proceso y el proceso evaluativo en reflexivo y en un nuevo aprendizaje significativo.

A su vez, las nuevas tecnologías permiten un acercamiento al alumnado mucho mayor y continuo en términos tanto de tiempo como de accesibilidad y un amplio repertorio de recursos docentes de enseñanza-aprendizaje, y también de evaluación. Pero el uso de las nuevas tecnologías por sí mismas, y sin el apoyo y soporte del profesorado, puede requerir de una dedicación excesiva de tiempo tanto de docentes como discentes y no garantizar que el alumnado participe en la construcción del conocimiento.

Existe una tendencia, derivada del propio carácter crítico y reflexivo de la disciplina antropológica, entre un amplio círculo del profesorado, previa a la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) al uso de la evaluación continua y del portafolio como metodología de trabajo. Y una tendencia, consolidada con el Plan Bolonia, del uso de las Tics para presentar información o plantear tareas a realizar por parte del alumno.

En este contexto y en la línea de la denominada “evaluación alternativa” (Mateo. J., y Martínez, F., 2008), que pone el acento en métodos que permiten al estudiante ser el protagonista y tomar el control de su proceso de aprendizaje y evaluación con el acompañamiento y orientación del profesor o profesora; es donde se ha situado el proyecto de innovación docente: “Nuevas tecnologías, evaluación continua y autoevaluación de competencias en Antropología en el nuevo espacio europeo” cuyo proceso y resultado presentamos y que partía del objetivo de mejorar los procesos de evaluación, co-evaluación y autoevaluación (continua, reflexiva, compartida, etc.) en la docencia universitaria a través del uso de las nuevas tecnologías, incidiendo en la importancia de la participación y el protagonismo del alumnado en su propio proceso de enseñanza-aprendizaje.

Palabras clave: Antropología Social - Evaluación alternativa - Innovación docente - Nuevas Tecnologías - Reflexividad

APLICABILIDAD DE LOS PROGRAMAS FEDERALES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR EN TABASCO

AUTORES

Germán Martínez Prats, Cecilia García Muñoz Aparicio y María del Carmen Navarrete Torres

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México)

germanmtzprats@hotmail.com, flamingos1999@hotmail.com y mallynav@yahoo.com.mx

En el estado de Tabasco es prácticamente nula la participación de las empresas estatales en los programas federales de apoyo al comercio exterior, las causas pueden ser muchas, se detallan los principales rubros de las empresas que existen en el estado y recomendaciones de los beneficios que pueden obtener al ingresar a estos programas.

En un anexo se presenta una lista de empresas agroindustriales del estado, y haciendo un análisis de la misma, se presenta lo siguiente. Prácticamente sólo se producen los siguientes productos:

- Avena con cacao y chocolate
- Mermeladas
- Mantequilla y queso
- Dulces regionales
- Salsas

Solo el 20% trabaja con cadenas de supermercados, el 80% restante comercializa sus productos en sus propios establecimientos o en tiendas de abarrotes y misceláneas, al no participar en cadenas de supermercados le genera una desventaja, ya que los productos no tienen muchas veces la presentación adecuada o la calidad requerida por este tipo de establecimientos, y por lo tanto se genera un círculo vicioso, el cual a su vez no genera innovación en los productos o mejoras en los mismos, muchos de estos productos podrían ser exportados, pero para lo mismo, hay que apoyar a estas empresas, a que conozcan los mecanismos de apoyo al comercio exterior, y pueden acceder a capacitación, prestamos, apoyo en materia de comercialización y marketing, apoyo en sistemas logísticos, obtención de maquinaria de importación, para hacer más eficientes sus procesos productivos, y poder de esta manera darle un valor agregado a los productos agrícolas que se producen en la entidad.

Como se señaló existen distintos apoyos del gobierno para exportar, por lo que es importante que analice cada uno de ellos y los aproveche para ser más competitivo en su proceso de internacionalización.

Cabe mencionar que ingresar a estos programas no genera costos para la empresa, y al contrario puede generar grandes beneficios fiscales, administrativos y de promoción a través del sistema de apoyos al exportador con los que cuenta el gobierno federal.

Palabras clave: Programas de apoyo - Comercio exterior - Aplicabilidad - Gobierno Federal

PROGRAMA PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO EN EL ESTADO DE TABASCO

AUTORES

Germán Martínez Prats, Cecilia García Muñoz Aparicio y María del Carmen Navarrete Torres

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en Villahermosa (México)

germanmtzprats@hotmail.com

No obstante que la economía tradicional de Tabasco está basada en las actividades agropecuarias, su evolución hacia una economía agroindustrial se ha visto retrasada u olvidada en favor de la economía basada en los servicios; esto sobre todo derivado por el descubrimiento de vastos yacimientos de petróleo y gas en el territorio estatal y por el desarrollo subsecuente de la actividad petrolera. Siendo esta, como es, altamente demandante de servicios.

Esta situación ha dado como consecuencia que la gran mayoría del sector empresarial local, así como las nuevas inversiones privadas que arriban al estado se enfoquen casi exclusivamente al sector servicios y servicios especializados y la fuerte atracción que ejerce en estos la industria del gas y petróleo. Esto en detrimento del sector agroindustrial y del gran potencial que tiene dicho sector en los mercados internacionales.

Los principales productos que Tabasco exporta son limón persa, papaya maradol, piña, pimienta, plátano, cacao, carne y azúcar.

Uno de los principales problemas detectados es el bajo nivel de exportaciones del estado, es decir, de acuerdo a las estadísticas presentadas se han realizado exportaciones de una gran variedad de productos pero de forma esporádica y en volúmenes muy poco representativos al igual que en valor económico. Productos como el limón, pimienta, papaya, piña y carne de res son la excepción puesto que han sido los más representativos en las estadísticas de exportación en cuanto a volumen y valor; a pesar de que las cantidades exportadas han variado año con año (incluso algunos han disminuido en cuanto a volumen de exportación en comparación con años anteriores) son productos que siguen produciéndose y exportándose en el estado.

Es por eso por lo que es necesario el desarrollo de un programa de apoyo de promoción y desarrollo a las exportaciones en el estado de Tabasco, ya que si bien muy pocos en cantidad en la actualidad, los productos agroindustriales de Tabasco son de una excelente calidad, y esto constituye el 50% de lo necesario para lograr con éxito su incursión y conquista de mercados internacionales.

Palabras clave: Exportación – Comercio exterior – Programa de promoción – Desarrollo

LA NUEVA UNIVERSIDAD: USO DE APLICACIONES Y PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PARA EL TRABAJO EN EQUIPO

AUTOR

Óscar Martínez Rivera

Universidad Ramon Llull (España)

omartinez@peretarres.org

Los espacios donde se desarrollan las actividades académicas de las universidades han traspasado las aulas y campus universitarios físicos hace ya décadas. Internet y todas las formas de interacción que permite mediante diferentes tipos de dispositivos genera diferentes posibilidades de utilización para los encargos académicos. Así pues, los ordenadores, teléfonos móviles y tabletas pueden posibilitar la comunicación entre los estudiantes para la creación de trabajo en grupo.

En la actualidad, no todos los estudiantes ven en estas herramientas posibilidades claras para el trabajo colaborativo que demandan muchas asignaturas en la universidad. Algunos admiten ciertas reticencias al uso tecnológico bajo el imaginario de que para trabajar en equipo es fundamental tener encuentros físicos sin la utilización (o en menor medida) de las plataformas que nos ofrece la red. La mayor parte están de acuerdo en que las posibilidades tecnológicas son muy útiles, pero el grado de intensidad con el que lo defienden es diferente.

Un factor que podría ser determinante es el modelo de enseñanza aprendizaje que se lleva a cabo por parte de la universidad. Y es por eso que se ha creído interesante cuestionar esta circunstancia desde el punto de vista de estudiantes de universidad presencial y por otra parte los de un modelo exclusivamente virtual.

Por otra parte hay una cuestión importante que es el hecho de utilizar herramientas de la red que no han estado pensadas para la creación de trabajos universitarios exclusivamente. Así pues, aplicaciones como *WhatsApp* o *Skype* pueden incorporarse a las herramientas que se utilizan en la universidad, además de otras que podrían ser más cercanas como *Google Drive* sin olvidar los propios campus virtuales.

A partir de un planteamiento de trabajos anteriores (Martínez-Rivera, 2015) se profundiza en esta cuestión y se analizan los cambios que se van generando con el paso del tiempo sobre la percepción de los estudiantes en estas cuestiones. La generación de aplicaciones y la oferta de plataformas es especialmente cambiante, así que poder observar la evolución al respecto puede resultar especialmente interesante. La observación y análisis actual nos permitirá valorar situaciones futuras en este tema.

Palabras clave: Educación Superior - Tecnología - *E-Learning* - *M-Learning* - Trabajo en grupo

EL PAPEL DEL PROSUMIDOR EN EL DISCURSO TUITERO. EL CASO DE CAMPOFRÍO

AUTORAS

Estrella Martínez Rodrigo y Pura Raya González

Universidad de Granada (España)

emrodrigo@ugr.es y pmraya@ugr.es

En una sociedad marcada por el incesante cambio tecnológico, el ciudadano, en su papel de cibernauta, adquiere un empoderamiento social como prosumidor, pues no solo consume, sino que también produce contenidos en la red. El paso de la Web 1.0, vista como espacio en el que encontrar información, a la Web 3.0, abierta a la intervención activa del usuario, ha convertido al ciberespacio, en general, y en las redes sociales, en particular, en soportes para opinar, compartir y crear de manera bidireccional.

En el campo de la publicidad, esta realidad supone para las empresas el mejor termómetro con el que conocer las preferencias del consumidor y, en base a ello, planificar sus líneas de acción. En este sentido, las redes sociales recogen tanto los halagos del cliente a la marca, como las quejas o reclamaciones hacia la misma, por lo que es imprescindible una correcta producción y gestión de contenidos.

En este trabajo queremos mostrar cómo la empresa Campofrío, líder en el sector cárnico español, interactúa con sus seguidores en la red social *Twitter*, qué papel juegan las publicaciones producidas por los mismos en el *timeline* de @Campofrio_es, y, sobre todo, cómo afectan estos a la imagen de la marca. Así, cuantificaremos en qué medida el internauta que sigue la cuenta de Campofrío en *Twitter* actúa como prosumidor, qué cantidad de mensajes positivos y negativos produce, sobre qué aspectos tratan y cómo responde a ellos la empresa.

En definitiva, esta investigación pretende poner en valor el papel del denominado prosumidor, convirtiendo al cliente en protagonista y asumiendo su papel activo dentro del mundo de la comunicación y la publicidad de los nuevos entornos digitales.

Palabras clave: Prosumidor – Redes Sociales Digitales – *Twitter* – Campofrío

EL ROL DE LOS USUARIOS ADOLESCENTES Y JÓVENES EN LOS PERFILES DE MARCA EN REDES SOCIALES. EL CASO *COCA-COLA*

AUTORAS

Estrella Martínez Rodrigo y Lourdes Sánchez Martín

Universidad de Granada (España)

lourdessanchez@ugr.es

Los adolescentes y jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales. En estos entornos comparten contenidos, dialogan, interactúan y también siguen activamente a marcas de su interés. Por ello, el ámbito publicitario ha encontrado en dichas plataformas un entorno propicio en el que aproximarse más que nunca a sus públicos y, al mismo tiempo, humanizarse. No obstante, las reacciones de los más jóvenes a estos contenidos publicitarios son diversas: mientras que algunos las aceptan actuando como embajadores de marca, por el contrario, otros asumen una actitud más crítica. Por esta razón, el presente estudio tiene por objetivo clarificar los diferentes roles que asumen los usuarios españoles más jóvenes en los perfiles de marca en las redes sociales. Para ello, se realiza en primer lugar un recorrido por la literatura con la finalidad de profundizar en las actitudes y comportamientos de estos usuarios en las redes sociales. Al mismo tiempo, se analizan los diferentes roles que asumen dichos sujetos en estos entornos.

El posterior estudio empírico se centra en el perfil de marca de *Coca-Cola* en *Tuenti*, puesto que se trata de uno de los primeros perfiles españoles dirigido a los más jóvenes. A través del análisis de los comentarios se pretende establecer una categorización de los roles asumidos por estos usuarios en función de su comportamiento y actitud ante la marca. De manera añadida, se analizarán las posibles diferencias que se producen entre chicos y chicas, así como la actitud e influencia que ejerce el grupo, especialmente ante los usuarios más críticos.

Palabras clave: Redes sociales – Publicidad – Jóvenes – *Coca-Cola* – Roles

CONVERSACIÓN SOCIAL EN TWITTER Y EL PRINCIPIO DE PARETO. ¿PUBLICA EL 20% DE LOS USUARIOS EL 80% DE LOS MENSAJES?

AUTOR

Xabier Martínez Rolán
Universidad de Vigo (España)
xabier.rolan@uvigo.es

El principio de Pareto, también conocido como regla del 80-20, toma el nombre del economista que lo acuñó: Vilfredo Pareto. En sus estudios, estableció que el 80% de las propiedades en Italia eran poseídas por el 20% de los italianos. Se aplica a la economía, a los negocios y a la industria del software con éxito, donde es posible hallar esta proporción distributiva entre dos atributos relacionados.

Este artículo aplica el principio de Pareto a la conversación social en Twitter a través del uso de hashtag, elemento aglutinador de la relación social y elemento indisociable a los temas de interés en la red de microblogging, un lugar donde pueden participar usuarios sin aparente relación entre sí.

Para ello, se ha efectuado una captura de la conversación social alrededor de los principales hashtags promovidos por los principales partidos políticos en Galicia durante las elecciones municipales, acotando la muestra temporalmente a mayo de 2015.

Mediante un estudio empírico cuantitativo se tratará de comprobar si el 20% de los usuarios genera el 80% de la conversación alrededor de un tema de interés en Twitter, pudiendo emplear de este modo el principio de Pareto como un primer filtro para la identificación de influenciadores en redes sociales.

Palabras claves: Principio de Pareto - Twitter - Hashtags - Influenciadores

ENSEÑANDO COMPETENCIAS PARA LA CIUDADANÍA COMPROMETIDA A TRAVÉS DEL APS: ESTUDIO DESCRIPTIVO- EXPLORATORIO

AUTORAS

M^a Jesús Martínez Usarralde, Belén Zayas Latorre y Piedad M^a Sahuquillo Mateo

Universidad de Valencia (España)

M.Jesus.Martinez@uv.es, belen.zayas@uv.es, piedad.sahuquillo@uv.es

El presente trabajo es parte de la investigación llevada a cabo con estudiantes de las titulaciones de Pedagogía y Educación Social de la Universidad de Valencia, así como con el profesorado implicado en las asignaturas troncales de Filosofía de la Educación y Educación Internacional, y con agentes que ocupan cargos de gestión universitaria en relación con la innovación y calidad educativa. En concreto, se pretende analizar en qué medida la metodología Aprendizaje-Servicio (Aps) contribuye al desarrollo de competencias genéricas, especialmente a aquellas vinculadas con la educación para el desarrollo (EpD) y el compromiso ético-cívico. La puesta en marcha de nuestra investigación ha requerido de la triangulación metodológica, con el fin de conferir mayor rigor a nuestros resultados. Para ello, las técnicas cualitativas principalmente utilizadas han sido: grupos de discusión, entrevistas semiestructuradas y análisis documental (análisis de contenido).

Los resultados señalan que, en general, el ApS favorece tanto el compromiso cívico como los aprendizajes curriculares de mayor complejidad, contribuyendo así al desarrollo personal y social del alumnado. Además, desde la perspectiva más institucional, se señala la importancia de que la Universidad dé respuesta a la ciudadanía y la haga sentir cuidada y comprometida con ella; si bien se entiende que la formación de base ha de erigirse en la principal protagonista en estos procesos, en la medida en que sustenta el trabajo posterior de los grados de educación superior. Por lo que se refiere al profesorado, los resultados mantienen linealidad con los planteamientos anteriores. En definitiva, nuestros hallazgos remarcan la relevancia de la metodología estudiada en la formación integral del estudiantado, tanto en lo académico como en el compromiso con un proyecto común y global de sociedad con la que se retroalimenta.

Palabras clave: Competencias – ApS – Educación cívica – EpD – Agentes educativos

PRINCIPIOS DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN ECUATORIANA, EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE ZAMORA CHINCHIPE

AUTORES

Henry Martínez Ruque, Ximena Torres Sánchez y Hernán Yaguana Romero

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

hrmartinez2@utpl.edu.ec, xmtorres@utpl.edu.ec y hayaguana@utpl.edu.ec

La aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada recientemente en Ecuador, ha generado diversas reacciones en varios sectores de la comunidad, desde los periodísticos hasta los sociales. Bajo esta óptica, la academia considera que la ley necesita ser complementada a partir de propuestas que conjuguen sus postulados con la realidad comunicacional ecuatoriana, máxime si se tiene en cuenta que la comunicación es un puntal del desarrollo de pueblos y sociedades.

En esa línea, hemos emprendido una investigación que nos permita dimensionar, en su primer año, los efectos producidos por la Ley Orgánica de Comunicación dentro de los espacios informativos de radio, prensa y televisión ecuatoriana, tomando como muestra el universo de medios de la provincia amazónica de Zamora Chinchipe (7 emisoras de radio, 1 canal de televisión, 1 medio impreso), provincia ubicada en el suroriente de la Amazonía ecuatoriana.

De los 119 artículos que contempla la Ley, nuestro interés ha sido puesto particularmente en los principios de participación y la plurinacionalidad e interculturalidad, justificándose con el hecho que la provincia de Zamora Chinchipe, poblacionalmente, está constituida por varias nacionalidades y pueblos indígenas, lo cual se presta para que desde un análisis, cualitativo y cuantitativo, podamos obtener una radiografía de lo que está pasando con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador (2013).

Debido a la globalización los estados nacionales de muchos países sudamericanos han venido a debilitarse, observamos como la tecnificación del tratamiento de la información, así como la concentración multimediática de los bienes culturales en manos de ciertos grupos de poder va dejando “huérfano” al dominio público. Bajo esas acciones su debilitamiento es innegable, por tanto, se torna fundamental recobrar ese espacio común que es propiedad de todos y que desde hace años viene siendo posesión absoluta de pocos, quienes han maniobrado de una forma nada ética ese bien; “se torna primordial recuperar y repensar la noción de espacio público”.

Palabras clave: Políticas de comunicación - Informativos - Contenidos - Participación - Interculturalidad - Plurinacionalidad - Democracia

LA EXHIBICIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PRÁCTICA ARTÍSTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

AUTORA

Sandra Martorell Fernández

Universitat Politècnica de València (España)

sanferm2@epsg.upv.es

La apertura de internet a lo social y al intercambio supuso una oportunidad para numerosos artistas para poner sus trabajos a disposición del público masivo. Este fenómeno no ha hecho más que potenciarse convirtiéndose no únicamente en una nueva vía de exposición, como si de una galería se tratase, sino también en una lanzadera de artistas que han ido creciendo y revalorizándose de un modo que de no haber sido por los nuevos canales y el manejo de las tecnologías hubiera sido, al menos en la mayoría de casos, prácticamente imposible, dada la complejidad y la idiosincrasia del mercado del arte.

En este sentido las redes sociales de carácter generalista cobran un papel fundamental. A través de ellas comparten, hacen convocatorias, intercambian trabajos y opiniones. A la vez los usuarios se convierten en seguidores con los que suelen mantener una actitud cercana, llegando incluso a que los propios artistas lleven a cabo la creación de textos, videos y obras tras oír sus peticiones. No obstante también han proliferado las redes sociales específicas que reúnen a artistas varios, sin mediadores, sin grandes pretensiones, con la única voluntad de dar a conocer sus obras y portfolios. Se trata de redes como Deviantart o Behance entre otras.

Ahora bien, todo esto nos hace ahondar no solamente en la importancia de las redes sociales en la exposición pública del arte sino también en el hecho de tener que revisar el concepto de artista y de obra de arte y en cómo se entienden éstos desde los diferentes colectivos del sector (galeristas, comisarios, investigadores, tasadores y artistas). Porque es frecuente en los tiempos de web social que corren ver proliferar artistas o sistematizar la palabra 'arte' para trabajos que se pone en tela de juicio si son merecedores de este apelativo.

No obstante, por otro lado se observa que no son pocas las ocasiones (algo que cada vez va en aumento) que los propios galeristas y comisarios están pendientes de lo que se mueve por las redes sociales y este tipo de plataformas para recluir a nuevas generaciones de creadores. Como de igual forma muchos creadores se ven de un día para otro con miles de seguidores y dando charlas y talleres por países de todo el mundo.

Y esto es lo que pretende abordar la presente propuesta. Por un lado ver cómo las redes sociales han supuesto una oportunidad para los nuevos creadores, y por otra cómo esto influye, dinamiza, agracia, cambia o pervierte el mundo del arte entendido este último en el sentido tradicional, anterior a la era 2.0., con el objetivo de poder ver los cambios que las redes sociales y las nuevas formas de comunicación suponen en este campo y vaticinar los nuevos derroteros que puede tomar en base a una tendencia evolutiva, para lo cual nos serviremos de una metodología de carácter cualitativo basada tanto en el análisis como en la evidencia, pero también de estudios de caso y de material obtenido a partir de entrevistas y *focus groups*.

Palabras clave: Web 2.0 - Redes sociales - Arte

EL USO DE LAS TT.II.CC. EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. EL CASO DE LA UPV

AUTORES

Sandra Martorell Fernández y Miguel Ángel Valero Navarro

Universitat Politècnica de València (España)

sanferm2@epsg.upv.es y miguel.valero@upv.es

Las tecnologías de la información y la comunicación vienen constituidas por una serie de recursos y herramientas de carácter tecnológico que permiten el acceso y el tratamiento de la información que están cada vez más presentes en el ámbito de la enseñanza con el fin de facilitar el aprendizaje y de hacerlo más accesible y dinámico.

Su inmersión en el sistema educativo actual es consecuencia de la demanda de cambios propiciada por la que se conoce como sociedad de la información. Esto llevó hace unas décadas a avistar el cariz que esta nueva sociedad iba a tomar obligando al sector de la enseñanza a apostar por la innovación y nuevas experiencias docentes apoyadas inicialmente en este tipo de tecnologías y cada vez más fundamentadas en ellas.

Y es que no son pocas las ventajas que brindan, tales como la alfabetización digital, facilitar los procesos cognitivos y de aprendizaje, el acceso a un mar de información y el consiguiente desarrollo de una capacidad crítica y selectiva de la misma, explorar nuevas vías de expresión y comunicación o favorecer la interacción y el diálogo desde la diversidad; todo lo cual puede abarcar desde los estadios educativos primarios hasta los universitarios, siendo éstos los que serán nuestro objeto de estudio.

En la presente propuesta nuestro cometido tiene una doble función; por un lado teorizar sobre el uso y el valor de las tecnologías de la información en la enseñanza, fundamentalmente universitaria. Y por otro abordar el caso concreto de nuestra universidad, estudiando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los últimos tiempos, viendo qué ha funcionado y cómo ha ido tomando forma, cómo ha cambiado con el tiempo adaptándose a las necesidades que del alumnado, así como las nuevas propuestas y programas que pretenden dar un paso más allá.

Se trata de un estudio no solamente cualitativo sino también cuantitativo a partir de la compilación de datos que nos sirven para analizar tanto el uso, como la evolución como la tendencia de estas nuevas herramientas para la formación.

Palabras clave: TT.II.CC. - Sociedad de la información - Tecnología - Información - Comunicación

HACÍA UNA NUEVA CLASIFICACIÓN DE LAS METÁFORAS VISUALES EN PUBLICIDAD

AUTORES

Fernando Marugán y Ángel Bartolomé

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

fernando.marugansolis@ceu.es y abartolome@ceu.es

La publicidad actual, cada vez más visual, busca la construcción de imágenes que representen a las marcas y los productos anunciados. Además, la creciente similitud entre productos competidores requiere que las diferencias sean creadas por elementos metafóricos; muchas veces no elegidos a partir de un beneficio tangible del producto. Así, hoy todos asocian un producto líder como Coca-Cola con la felicidad, que al fin y al cabo no es más que una metáfora.

Entendiendo la metáfora, y más en concreto la metáfora visual, como el uso de un elemento que, aprovechando sus características, permite comunicar algo de otro elemento. Sin embargo, no han sido muchos los estudios que han establecido clasificaciones no sólo de las metáforas visuales, sino tampoco de las imágenes publicitarias; tan sólo el *British Design and Art Directors* en 1989 diferenció las imágenes publicitarias en informativas, explicativas, expresivas o directas. Posteriormente cabría destacar entre otros, algunas clasificaciones de las metáforas visuales, como la establecida por Olga Rojas, que diferencia entre metáforas visuales basadas en criterios de semejanza, arbitrarias o en conceptos mentales ya preestablecidos.

Por otra parte, Lakoff y Turner establecieron una clasificación basada en la naturaleza del elemento metafórico utilizado. Sin embargo, creemos que el uso cada vez mayor de más y más complejas metáforas, exige una nueva clasificación basada en estos y otros aspectos, como el tipo de representación de la metáfora, a quién alude y representa, etc.

Metáforas visuales cuyo uso está teniendo como efecto en publicidad la desaparición del texto en los anuncios, tal y como se señala en la tesis “La metáfora visual, creadora de tendencias en la publicidad actual” (2015) de Fernando Marugán, en la que se realiza un análisis de una muestra de anuncios internacionales de publicidad exterior que sirven para desarrollar el análisis de las metáforas visuales en publicidad que se propone en este artículo.

Palabras clave: Publicidad – Metáfora visual – Elementos metafóricos – Anuncios – Clasificación

FACTORES DE INFLUENCIA EN LA INTERACCIÓN CON LOS *BLOGS* DE MODA

AUTORA

Mónica Matellanes Lazo

Universidad Europea Miguel de Cervantes (España)

mmatellanes@uemc.es

Con el nacimiento de la Web 2.0, todo el mundo de la comunicación e internet ha cambiado sustancialmente. Lo mismo sucede en el campo de la moda. Hace tan sólo escasos años, la única forma de encontrar información sobre las últimas tendencias era a través de reportajes en revistas especializadas de moda, programas de televisión o en la propia pasarela. Sin embargo, en la actualidad, han surgido un gran número de nuevos soportes que nos ofrecen información casi instantánea sobre las novedades del mundo textil.

En este ámbito destacan especialmente el surgimiento de los blogs de moda. Su ventaja fundamental es el *feedback* y la interacción existente entre el creador de contenidos y el lector, lo que propicia un intercambio de conocimientos entre ambos. Actualmente, cualquier persona puede ser dueño de un blog y relatar sus experiencias personales, ya no es necesario ser una persona popular para influir sobre otras personas.

Tanto es así, que son muchas las empresas que utilizan estas herramientas para estar en contacto continuo con sus clientes e informar y vender sus productos. Todo esto ha supuesto una revolución comunicativa y publicitaria, pues permite un *feedback* directo y continuo, tanto con los clientes actuales como los potenciales (Fernández Crespo, 2007). De esta forma, los usuarios se han convertido en una parte fundamental de internet, ya que no sólo se limitan a recibir información sino que también proporcionan contenidos.

Según Martínez Caballero y Vázquez Casco (2006) la red puede desempeñar diversas funciones al servicio de una firma de moda. Puede servir para tres funciones principales: difundir el sector, vender productos, y generar opinión y consumo. Actualmente, se detecta una situación extraordinaria al que muchos expertos ya denominan el sexto poder. Para muchas empresas los blogs son herramientas simples de implementar y leer, son dinámicos y al mismo tiempo usan un lenguaje fresco que permite llegar a audiencias muy segmentadas, manteniendo el contacto real con los consumidores (Mayordomo, 2001).

Es importante tener en cuenta un principio básico que es que la moda está hecha para pasar de moda (Chanel, 1947), o lo que es lo mismo, no se puede concebir la moda sin cambios. La moda es un proceso temporal que está sujeto a los diversos cambios que puedan darse en la sociedad, la cultura, la economía, la política. Estos cambios pueden ser más o menos lentos, pero todos ellos influyen en la moda, por lo tanto, se considera la moda como un proceso dinámico que está en constante evolución. En este sentido, la moda también puede consumirse y seguirse a través de las nuevas plataformas digitales y además participar en Blogs reconocidos que en la presente investigación se someterán al análisis por parte de varios internautas en la red, y así conocer los factores de influencia para sentirse integrante de una comunidad bloguera.

Palabras clave: Interacción Digital – Web 2.0 – *Blog* – Comunicación – Marketing – Contenidos

ARTE EN 3D. TECNOLOGÍA Y REPRODUCCIÓN DE OBRAS DE ARTE

AUTOR

Santos M. Mateos Rusillo

Universidad de Vic y Universidad Central de Catalunya (España)

santos.mateos@uvic.cat

Durante la primera década del presente siglo, *The Digital Humanities Manifesto 2.0* puso de manifiesto el hecho que las herramientas, técnicas y medios digitales han alterado la producción y difusión del conocimiento en las artes y las ciencias sociales y humanas.

Con el inicio de la revolución digital, el ámbito de las humanidades y del arte en particular ha experimentado un conjunto de profundas transformaciones; directamente vinculadas con el avance tecnológico y científico. Algo que realmente no supone una novedad en el devenir histórico de estas manifestaciones humanas, pues la vinculación con los avances técnicos es algo que siempre las ha acompañado: si en la pintura del siglo XV la tecnología punta eran los pinceles de pelo de turón y la técnica del óleo, en la del XX lo será el ratón y el píxel.

Después de una primera oleada tecnológica en la que primó lo cuantitativo, desde hace unos años las Humanidades digitales se encuentran en una fase cualitativa: ahora se están exprimiendo buena parte de las potencialidades que ofrece el mundo digital. Englobada en esta segunda fase de relación entre el arte y lo digital, la tecnología 3D aporta múltiples bondades para la creación de réplicas de obras de arte.

Con la misión de preservar el patrimonio artístico mueble, los museos han retirado obras o conjuntos artísticos de los lugares para los que fueron creados. Con el paso de las décadas, los gestores de algunos de esos lugares han comenzado a reclamar su restitución, conscientes de la significación que muchas de esas piezas poseen actualmente. Ante esa petición, algunas instituciones y museos han abordado el tema, dando respuesta a esas solicitudes mediante copias de las obras originales. Si tradicionalmente esas réplicas se realizaban de forma artesanal, ahora se utilizan recursos digitales, como la impresión 3D y la tecnología audiovisual.

Este artículo se centra en la presentación y análisis de réplicas realizadas con tecnología 3D con un objetivo patrimonial concreto: la reconstrucción de obras de arte perdidas o conservadas en museos y, por tanto, deslocalizadas del lugar para el que fueron creadas. Para ello, se analizará el proyecto *Taiüll 1123* (Lleida, España) y el trabajo del Museu Episcopal de Vic (Barcelona, España), muestras de la utilización de las nuevas herramientas tecnológicas al servicio del patrimonio artístico.

Palabras clave: Patrimonio artístico - Museo – Reproducción Digital - Impresión 3D - *Mapping*

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS CIUDADANAS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS

AUTORES

Esnares Maussa Díaz y Sandra Villarreal Villa
Corporación Universidad de la Costa en Barranquilla (Colombia)
emaussa@cuc.edu.co y svillarreal@cuc.edu.co

Las políticas gubernamentales que fomentan la calidad de la educación, hacen imperioso trabajar en el desarrollo de competencias ciudadanas para el logro de la convivencia, la paz y la resolución pacífica de las contradicciones. Así mismo, estas competencias promueven la participación activa de todos los ciudadanos en la vida política de la nación. Sólo así podremos avanzar en la perspectiva de alcanzar un tipo de desarrollo humano y social incluyente, para una transformación nodal de la cultura política (Ministerio de Educación Nacional, 2006, 2011 y Bedoya, 2012).

El presente estudio ha sido derivado de un proyecto de investigación educativa orientada al diseño de estrategias para el desarrollo de competencias ciudadana de los estudiantes en jóvenes universitarios.

Dentro del abordaje metodológico se asumió el Paradigma de la Investigación Holística, con un Diseño Mixto, que entrelaza los niveles de análisis de orden cualitativo y cuantitativo. En relación con la muestra, se contó con la participación de 215 jóvenes universitarios de las asignaturas Constitución Política, Ética y Taller de Pensamiento; quienes fueron convocados a espacios de reflexión colectiva, tales como foros y conversatorios, que permitieron la expresión abierta de los criterios y propuestas participativas e innovadoras para el desarrollo y evaluación de las competencias ciudadanas.

Los hallazgos permitieron constatar que los actores otorgan importancia a los procesos de formación de cultura política, en contextos curriculares que promueven interdisciplinariedad y la recuperación de una ciudadanía protagónica en medio de la globalización. Los resultados son consistentes a la luz de aportes de autores tales como Perrenoud (1999), Chauv & Velázquez (2004), Rodríguez, Ruíz & Guerra (2007) y Maussa (2013).

A partir de la discusión y reflexión de los resultados, se resalta la oportunidad y el reto contemporáneo que tiene el sistema educativo frente a su involucramiento efectivo en el fortalecimiento de la participación y las competencias ciudadanas; generando a su vez nuevos procesos de construcción cultural para la convivencia y la paz; especialmente en la realidad compleja de la juventud universitaria, escéptica de las prácticas políticas, con el objeto de analizar las actuaciones estatales que conlleven a los caminos de la paz, la convivencia pacífica y la defensa del estado social de derechos, lo cual a su vez es convergente con las recomendaciones de la OCDE (2010), Rendón (2012), Peña (2012) y Chambeaud, Díaz & Sánchez (2014).

Palabras Clave: Competencias ciudadanas - Evaluación educativa – Convivencia – Paz - Jóvenes universitarios

FEEDBACK 360° COMO MÉTODO PARA LA EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS: UNA NUEVA FORMA DE PLANTEAR LOS SEMINARIOS

AUTOR

Luis Iván Mayor Silva

Universidad Complutense de Madrid (España)

limayors@ucm.es

En el ámbito empresarial el método *Feedback 360* se emplea para recibir retroalimentación sobre el propio desempeño por parte de todos los grupos de interés con los que se trabaja: jefes, compañeros, subordinados, colaboradores, etc. En el campo universitario el *Feedback 360°* se ha utilizado como método de evaluación y desarrollo de competencias en los estudiantes y en los docentes a través del programa Doctenia. En su aplicación, se han detectado ciertas dificultades a la hora de ejecutar correctamente los pasos que conlleva la metodología, tales como: la creación de alianzas entre los evaluadores y evaluados para falsear el resultado de las evaluaciones (afectando esto gravemente a la objetividad de las mismas), la tensión provocada por la evaluación de los compañeros y el enorme coste en su implantación, entre otras. Con la finalidad de conseguir un modo más eficiente de obtener la información que brinda esta herramienta y adaptarla al sistema de evaluación y desarrollo de competencias de los alumnos de Grado, creamos una metodología que palia las dificultades observadas.

El objetivo de esta nueva forma de plantear los seminarios es la evaluación y el desarrollo de las Competencia de una asignatura. La secuencia se desarrolla a través de la realización de una tarea de equipo tras la que los participantes se autoevalúan, y son evaluados por sus compañeros y su profesor en su desempeño para que así cada participante reciba una información, un *Feedback* lo más rico posible. Al finalizar la metodología y la aplicación del *Feedback 360°* el alumno desarrolla un “Plan de Acción de Mejora Personal” que le posibilitará la aplicación de herramientas que le ayuden a la mejora en sus competencias.

Palabras clave: *Feedback 360°* - Innovación docente - Desarrollo de Competencias universitarias - Evaluación de las competencias

GESTIÓN DEL TALENTO DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DE CALIDAD

AUTOR

Luis Iván Mayor Silva

Universidad Complutense de Madrid (España)

limayors@ucm.es

En la sociedad actual, se necesitan profesionales con unas competencias que les permitan aportar valor a la sociedad como medio de mejora de la propia competitividad laboral. Las universidades, para desarrollar estas competencias, utilizan programas docentes multimodales que combinan prácticas empresariales, simuladores, gametización y sistemas de mentoría, uso de las TIC, ubicuidad y coaching, con el alto coste que esto supone. Para conseguir estudiantes que no solo aprueben asignaturas el reto está en incidir desde el aula en el desarrollo de las competencias a través de la gestión del talento, generando una mayor autonomía y responsabilidad en su conocimiento y desempeño presente y futuro.

Para ello, hemos desarrollado una Metodología de Creación de contenido llamada ACT, que ayuda a mejorar los tres tipos de competencias transversales y las competencias específicas de la asignatura, persiguiendo una mejora de la transferencia de lo aprendido en clase a la vida del estudiante y a su futuro desempeño laboral. Esta metodología pretende activar un proceso en el que la transferencia de lo aprendido en clase a la vida cotidiana, la construcción progresiva del tipo de profesional que se desea ser y el aporte de valor al conocimiento desde el talento que tenga el alumno, sean los ejes de evaluación y desarrollo de los contenidos adquiridos.

Palabras clave: Creación de Contenido por Alumnos - Desarrollo de Competencias - Gestión del Talento Universitario - Innovación en la Enseñanza Superior - Tutorización por Pares

APROXIMACIÓN MULTIDISCIPLINAR EN LA INVESTIGACIÓN DEL RUMOR EN LAS ORGANIZACIONES

AUTORA

María Elena Mazo Salmerón

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

mariaelena.mazosalmeron@ceu

La presente ponencia está centrada en el estudio del proceso que experimenta el Rumor que se difunde en las organizaciones, desde una perspectiva multidimensional.

El objeto de estudio de este trabajo es el análisis del Rumor en las organizaciones, entendido como una forma de comunicación peculiar que interesa a la autora por los curiosos procesos que configuran la desconocida y complicada red de mensajes que se entremezclan entre los diferentes individuos que conforman los grupos de una organización. El objeto de estudio sigue a la vanguardia hoy en día y será aplicable en el futuro al complejo entorno de los medios digitales y las actuales redes sociales.

El ámbito de actuación del proceso que se desea investigar es el entorno de la comunicación interna espontánea, informal o extra-oficial de las empresas e instituciones, donde el Rumor adquiere un especial papel. En este contexto se da la paradoja de que mientras el Rumor es uno de los procesos de comunicación corporativa menos estudiados, sigue siendo uno de los principales focos de preocupación para la alta dirección. Sin duda supone todo un reto investigarlo con planteamientos científicos. Además, este concepto cuenta con una gran carga peyorativa, por lo que se hace necesario desmitificarlo y aclarar las variables que lo definen.

Por ello, desde el punto de vista de la metodología de investigación, se exige un enfoque multidisciplinar si se desean conocer todos los factores que influyen en el proceso de configuración y difusión del Rumor.

En la primera parte del trabajo se detallan los objetivos de esta primera fase investigadora y la metodología multidisciplinar que se va a emplear, para desembocar en el análisis de las principales variables que determinan este peculiar proceso de comunicación.

El primer campo de aproximación de esta investigación del Rumor es la Psicología Social; el segundo, la Teoría de la Comunicación; el tercero, la Historia de la Comunicación, y el último se enfoca en las aportaciones sociológicas.

Por último se proponen las conclusiones del análisis anterior, con idea de ir configurando un contexto teórico y práctico que sirva de base a futuras investigaciones. En el plano teórico se detectan algunas lagunas que merece la pena estudiar en posteriores trabajos. En el plano aplicado, la mayor dificultad se plantea a la hora de registrar los Rumores sin desvirtuar la esencia espontánea de su proceso de difusión.

Con este trabajo la autora desea aportar al Congreso Internacional CUICIID 2015 sus conocimientos académicos y profesionales sobre esta manifestación comunicativa tan peculiar, cotidiana, temida y, a la vez, contagiada.

Palabras clave: Rumor – Comunicación informal – Mensaje espontáneo – Barómetro comunicativo – Cultura corporativa

LA CALIDAD DE VIDA PROFESIONAL Y SU REPERCUSIÓN EN PROFESIONALES DE ENFERMERÍA

AUTOR

Francisco Javier Mazuecos Gómez

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

fjmazuecos.ts@gmail.com

En la sociedad actual en la que los cambios estructurales están siendo una constante en nuestras vidas nos encontramos con una serie de profesiones con más niveles de exigencia a nivel calidad y compromiso que repercutirá en sus profesionales. Estamos hablando de uno de los grupos profesionales más afectados por la calidad de vida profesional en su trabajo diario el personal de enfermería.

El propósito de este trabajo es llevar a cabo un análisis crítico respecto a la delimitación conceptual así como del panorama metodológico de la Calidad de Vida Profesional. Por lo tanto se efectúa una amplia revisión de los trabajos más destacados sugiriendo las dificultades y controversias que ha tenido el estudio del fenómeno objeto. Respecto a los aspectos de índole metodológica se analiza la multidimensión del constructo y se señalan las carencias y lagunas de los métodos y técnicas utilizados para su evaluación. Igualmente se revisan los límites de las perspectivas teóricas más representativas y la ambigüedad de los criterios que se establecieron para la definición y la clarificación conceptual y se transportaran a esta comunicación.

Para hacer visible la problemática actual se realiza revisión de todas las líneas de investigación, de docencia y de asistencia en las cuales actualmente se esta trabajando y que a través de estas se han podido llegar a realizar mejoras asistenciales y de servicio a la ciudadanía incluyendo políticas de mejora medioambiental y realidad social de salud existente.

En definitiva la comunicación va a recoger los resultados de la revisión de fuentes bibliográficas y análisis documental llevado a cabo como fase inicial de una investigación sobre la realidad de la Calidad de Vida Profesional de profesionales de enfermería en la Comunidad Autónoma de Madrid. La producción científica relacionada con el tema nos va a despejar el panorama actual respecto a la dimensión estudio ya que nos introduce en un tema de gran interés y preocupación social.

Palabras clave: Profesionales de enfermería – Multidimensión – Calidad de vida profesional – Análisis crítico – Delimitación conceptual

EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO EN ESTUDIANTES DE ENFERMERÍA MEDIANTE NIVELES DE COMPLEJIDAD

AUTORA

Sendy Meléndez Chávez

Universidad Veracruzana (México)

Sendy23@hotmail.com

Introducción: El aprendizaje en los jóvenes universitarios demanda tiempo y dedicación del docente, este requiere de habilidades y destrezas. El estudiante de la carrera de enfermería necesita de experiencias educativas no teóricas si no practicas es decir que se debe llevar por pasos el aprendizaje del estudiante, en un primer momento se le proporciona las herramientas teóricas, en un segundo momento la práctica de manera simulada y un tercer momento la practica en un ambiente real por niveles de complejidad de ahí la importancia de la implementación de un proyecto docente para mejorar el aprendizaje de los jóvenes, en el primero, segundo y tercer nivel de atención de salud en un ambiente real con apoyo del docente y el personal de salud.

Objetivo: Lograr un buen nivel de aprendizaje en el estudiante de enfermería mediante la implementación de un proyecto docente “diseño instruccional de practica hospitalaria” mediante niveles de complejidad.

Método: Fue una intervención educativa, aplicada a 40 estudiantes; 19 del grupo “A” de febrero a mayo y 21 del grupo “B” de agosto a noviembre de 2014. Al ingresar al curso se dio un módulo introductorio, se presentó el plan de clases, formatos de evaluación, se aplicó un examen diagnóstico para medir los conocimientos previos, se vieron los procedimientos de manera teórica, realizando devolución de procedimientos básicos; instalación de venoclisis, baño de esponja en paciente inconsciente, dosificación de medicamentos, transfusión sanguínea y valoración de paciente adulto, se realizaron prácticas en un ambiente real en un hospital de segundo nivel de atención y el tercer nivel de complejidad se implementó en práctica de un ambiente real en un hospital de alta especialidad. Ha ambos grupos se les aplico un examen final para evaluar los conocimientos adquiridos así mismo se les asesora y entregan como trabajo final un proceso enfermero con enfoque de la teoría de Dorotea Orem.

Resultados: Los resultados obtenidos del grupo “A” en el examen diagnostico fueron que solo el 26% aprobó dicho examen, el 100% no han cubierto todos los servicios y no habían realizado las técnicas propias de los mismos, del grupo “B” el 33% aprobó el examen diagnóstico y más de la mitad de los estudiantes presentaba un incumplimiento de las técnicas y servicios, esto se logró superar con la aplicación del proyectó docente aplicado en ambos grupos, logrando que todos los estudiantes aprobaran el mismo examen diagnóstico más el cumplimiento de metas en los servicios faltantes en un 90%.

Conclusión: Se obtuvo un nivel de conocimiento mediante el aprendizaje significativo suficiente para egresar de la carrera de enfermería, demostrándolo en práctica clínica mediante una estancia en un hospital de otra ciudad y de alta especialidad, demostrando sus conocimientos mediante la atención a los usuarios con el equipo de salud y presentando los resultados de los procesos enfermeros en eventos científicos.

Palabras clave: Aprendizaje - Enfermería - Proyecto docente

DIAGNOSIS DE NECESIDADES FORMATIVAS EN TECNOLOGÍAS EN EL ALUMNADO DE PERIODISMO DEPORTIVO

AUTORA

Sandra Méndez Muros
Universidad de Sevilla (España)
sanmenmur@us.es

El estudio de relaciones del tándem deporte y tecnología supone el reconocimiento de dos realidades que movilizan a un gran número de personas que consumen contenidos deportivos producidos y asimilados con aplicaciones y recursos tecnológicos (cámaras digitales, webcam, ordenadores, tabletas, *smartphones*, buscadores de internet, programas informáticos, contenidos multimedia, hipervínculos, blogs, redes sociales, wikis). Ello ha contribuido a que la propia forma de realizar y ejercer el Periodismo Deportivo se moldee continuamente. Las tecnologías condicionan la producción, gestión, selección, tratamiento y alcance de la información deportiva, lo que ha permitido la transformación del sector tanto en los medios tradicionales como en los medios digitales donde se abren nuevas oportunidades de negocio. Esto explica la importancia que comporta la formación del periodista deportivo en contenidos especializados y en herramientas tecnológicas adaptadas que permitan obtener competencias con las que desempeñar su labor profesional.

Nuestro objetivo es realizar una diagnosis de las necesidades formativas en tecnologías entre el alumnado de Periodismo Deportivo, una asignatura optativa de 6 créditos, impartida en el tercer curso del Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla para contemplar debilidades y fortalezas en la formación recibida. Presuponemos que el perfil del alumnado es el de un periodista en formación que usa tecnologías de forma habitual, que le atrae la idea de ser periodista deportivo y que tiene formada una imagen bastante definida de la labor profesional de esta figura.

La metodología empleada es el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de los resultados obtenidos mediante una encuesta presencial de 20 preguntas realizada a una muestra representativa del 89% de los 73 alumnos matriculados en esta materia a los que impartimos docencia en el curso 2014/2015. El cuestionario se divide en dos bloques, cuyas preguntas buscan delimitar, por una parte, cómo percibe el alumnado el uso de tecnologías en su proyección como periodistas deportivos (consumo de contenidos mediáticos, empleo de recursos informáticos, uso de medios sociales, proyectos de medios digitales, posicionamiento ante el Periodismo 3.0) y, por otra, cómo es la aplicación que hace de la tecnología en su proceso formativo en la asignatura (tipo de recursos empleados; frecuencia de uso, finalidades y grado de utilidad de herramientas; ponderación uso/productividad).

Entre las principales conclusiones se encuentra una clara predisposición del alumnado a utilizar tecnologías en el futuro desarrollo de la actividad como periodistas deportivos, especialmente respaldada por el empleo de gran cantidad de herramientas y aplicaciones tecnológicas en experiencias laborales y por la alta receptividad para integrarse en proyectos de medios deportivos digitales, que se contraponen a un empleo más limitado de recursos tecnológicos en la asignatura, lo que llama a incidir más en la importancia de la adquisición de capacidades desde la formación académica en el aula para que sea coherente con la aptitud ante la tecnología que se espera en el terreno profesional.

Palabras clave: Tecnologías - Periodismo Deportivo - Enseñanza universitaria - Grado de Periodismo - Necesidades formativas

PROMOCIÓN DE LA CREATIVIDAD DIALÉCTICA A TRAVÉS DE PRÁCTICAS INTEGRADAS EN LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS DE DERECHO. ESTUDIO EXPERIMENTAL DEL MODELO TRIDIMENSIONAL DEL CONOCIMIENTO EXPANDIDO

AUTORES

María Méndez Rocasolano y Javier Belda Iniesta
Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)
mmrocasolano@ucam.edu y jbelda@ucam.edu

El modelo denominado, tridimensional del conocimiento expandido utiliza la dialéctica, la participación activa del alumnado, y el aprendizaje colaborativo, incorporando iniciativas innovadoras y creativas en la docencia. El proceso de enseñanza-aprendizaje se aborda conjuntamente entre los alumnos y el profesor, conectando con la realidad social, de forma que los tres agentes (de ahí el término tridimensional) se mueven en una constante retroalimentación conformando un proceso helicoidal enseñanza-aprendizaje-enseñanza.

Surge un diálogo a tres bandas, en el que se abre un espacio para la reflexión y la propuesta de nuevas formas de interpretar la docencia universitaria, donde la motivación del alumnado y la necesaria creatividad de los participantes se muestran como vitalizadoras herramientas de mejora.

Partiendo de este contexto, se explican los resultados y propuestas que se han obtenido en un proyecto de innovación docente que ha aplicado experimentalmente el método tridimensional de conocimiento expandido a través de la realización de prácticas multi e inter disciplinares de forma colaborativa. La experiencia se ha realizado en la Facultad de Derecho de la UCAM donde se ha puesto de manifiesto la definición de los extremos conceptuales de un modelo en fase de elaboración que potencia la creatividad y contribuye al desarrollo de una sociedad democrática avanzada expandiendo el conocimiento más allá de las aulas universitarias.

Las prácticas integradas se concretan en un contexto específico con la intención de potenciar el entendimiento epistemológico como proceso metacognitivo, sus implicaciones docentes y educacionales. Para ello se ha planteado como elemento integrador la Corte Universitaria de Derechos Fundamentales, en ella los alumnos estudian y resuelven la casuística propia de dicha sede, de forma que se integren prácticas de varias asignaturas, acercándose a la realidad de los Tribunales.

Siguiendo con la formulación triádica, las problemáticas y mejoras que propone la experiencia se vinculan con 1) el proceso de enseñanza aprendizaje, 2) con el ambiente y valores de los alumnos y además surge 3) una mejora y promoción de una sociedad democráticamente avanzada.

Palabras clave: Proceso de enseñanza-aprendizaje – Aprendizaje colaborativo – Motivación del alumnado – Creatividad – Prácticas integradas

LA OBLIGATORIEDAD DEL VOTO COMO REFLEJO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

AUTORA

Angélica Mendieta Ramírez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)

angelicamendietaramrez@yahoo.com.mx

Para analizar el voto obligatorio como ventaja o desventaja para la consolidación de la cultura política ciudadana, consideramos pertinente hacerlo desde el electopartidismo (2011). Esta propuesta se integra a partir de la identificación de las siguientes problemáticas: el debilitamiento de la legitimidad de las instituciones políticas y de los partidos como agentes de intermediación entre la sociedad civil y el Estado. Si partimos de la premisa de que los niveles de participación política electoral obedecen al interés o desinterés hacia el espacio público y específicamente hacia el ámbito político, encontramos que los índices de participación electoral son mayores en los países en donde el voto es obligatorio y sancionado.

El Voto Obligatorio libera a los partidos políticos de sus responsabilidades de campaña de concientizar y transportar a sus votantes.

Para identificar el Nivel Electopartidista en los resultados de cada elección, se considera fundamental tanto el índice de participación/abstencionismo expresada mediante el voto de los ciudadanos como el tipo de competitividad partidista y el margen de victoria entre la primera y la segunda fuerza partidista, y en su caso entre la segunda y tercera fuerza partidista. Sin embargo, el Nivel Electopartidista no es suficiente para comprender y analizar la desafección, apatía y desconfianza entre partidos políticos y ciudadanos.

A raíz de estas reflexiones críticas surge a finales de 2011 el Bucle de la Comunicación Política, porque nos guste o no, la comunicación política es indispensable como medio de interacción, interrelación y diálogo entre la ciudadanía y los gobernantes. Básicamente éste se identifica como:

1. Un modelo para la interpretación de la COMPLEJIDAD política y social de la comunicación en la sociedad contemporánea que Cuestiona, dialoga y debate de manera constante e ininterrumpida.
2. Dinámico y establece sinergias que emergen de los TEJIDOS.
3. Una propuesta de articulación de una visión de Estado.
4. Sólo funciona como praxis colectiva-humana que se comunica a través de enlaces cíclicos (tejidos) para construir un discurso político atento a TODOS.

La noción de bucle o espiral, tomada de Edgar Morin sirve para mostrar el dinamismo, los actores, los tejidos, las sinergias y las fuerzas que activan el proceso de comunicación política.

Como conclusión podemos afirmar que los procesos de participación político-electoral en el mundo, ponen a prueba el ideal de la democracia como forma de gobierno, de ahí la importancia de estudiar los mecanismos que potencian o limitan el aumento de los índices de votación capaces de consolidar la calidad de la democracia representativa.

Palabras clave: Democracia – Electopartidismo – Voto Obligatorio – Voto – Bucle de la Comunicación Política

EQUIDAD DE GÉNERO Y TICS: NUEVAS DINÁMICAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA GLOBALIZACIÓN. LOS CASOS DE “MUJERES CON PODER” Y “MAMAQUILLA”

AUTORA

Carmen Rosa Mendívil Calderón

Universidad del Zulia (Venezuela)

cmendivil@atlantico.gov.co y kamo.mendivil@gmail.com

Como fenómeno que deviene de la Globalización, las interacciones que generan las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicaciones -TIC-, van marcando tendencias sobre las formas de relación entre las personas, con el alcance de éstas en diferentes territorios que van configurando nuevas sociedades y ciudadanías. Dentro de estas tendencias, se demarcan nuevas experiencias sociales que se impulsan a través de las redes sociales y la internet, para generar impacto y movilización social a partir de prioridades poblacionales, como por ejemplo, las cuestiones sobre la defensa y promoción de los derechos de las mujeres y la equidad entre los géneros. El presente documento, analiza el caso de dos iniciativas desde las redes sociales: “Mujeres con Poder” que trabaja contra el acoso callejero hacia las mujeres y “Mamaquilla” que impulsa la lactancia materna y el poder dar pecho en el espacio público sin vergüenza, ambos movimientos iniciados en la ciudad de Barranquilla, Colombia, y que desde hace un año, vienen generando movilización de la ciudadanía con eventos emblemáticos en la ciudad.

Podría pasar desapercibido el hecho de que mujeres y hombres se organicen desde una plataforma web para trabajar en conjunto por una preocupación que les rodea, pero las implicaciones de este hecho demarca sin lugar a dudas, unas nuevas dinámicas de ejercicio de ciudadanía, de control social y de posicionamiento de agendas públicas y mediáticas en una ciudad. Es decir, podría decirse que este fenómeno permite evidenciar un nuevo concepto incluso de ciudadanía, en la que se establecen puntos de encuentro desde el plano virtual animado por una necesidad de universalización de formas de ejercer la ciudadanía por fuera de los mismos Estados-nación. Por ello, una pregunta guía este documento: ¿Cómo podrían generar impactos en la reconfiguración de estereotipos de género, las iniciativas a través de las redes sociales para dialogar de forma global sobre la situación de las mujeres y la equidad entre los géneros?, ¿estamos invitados/as a presenciar el surgimiento de nuevas ciudadanías digitales con propósitos reivindicativos a favor de la justicia y equidad social?.

En este sentido, este documento analiza los casos de Mamaquilla y Mujeres con Poder, para hilvanar los temas de las TIC como producto de la Globalización, identidades y ciudadanías emergentes a partir de las nuevas dinámicas sociales, y un hecho vinculante, el tema de la equidad de género y la promoción y defensa de los derechos de las mujeres, como punto de inflexión de la sociedad, que decide replantear los roles sociales de género que tradicionalmente han permeado las relaciones sociales entre hombres y mujeres especialmente en el Caribe Colombiano.

Palabras Clave: TIC - Equidad entre los géneros - Globalización – Identidades - Ciudadanías

DIAGNÓSTICO DE LAS COMPETENCIAS LABORALES PARA LA INNOVACIÓN EN INSTITUCIONES DE SALUD

AUTORES

Jorge Guadalupe Mendoza León, Gilberto Manuel Córdova Cárdenas, Luis Fernando Erro Salcido y Aarón Quirós Morales

Instituto Tecnológico de Sonora Unidad Navojoa (México)

jorge.mendoza@itson.edu.mx, Gilberto.cordoba@itson.edu.mx, lferro@itson.edu.mx y aaron.quiroz@itson.edu.mx

El presente estudio se orienta a explorar las Competencias Laborales para la Innovación que poseen empresas del sector salud en la región sur de Sonora, presentando en un primer momento los resultados obtenidos de forma preliminar.

Se ha definido un instrumento diagnóstico con base en el Instrumento de identificación de Competencias de Innovación, emitido por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, determinando tres dimensiones a analizar: Conocimiento, Habilidades, Actitudes - Valores. Se aplicó a una muestra piloto de 45 trabajadores en tres hospitales del municipio de Navojoa, validando el constructo y la confiabilidad interna del instrumento.

Los resultados obtenidos permiten identificar una correlación altamente significativa entre las variables estudiadas, además de determinar 4 niveles de competencias poseídas que conllevan a concluir que aun cuando se perciben una correlación positiva entre las dimensiones de las competencias laborales no hay referencia de un modelo estructurado que guíe sistemáticamente la consolidación de nuevas formas o procesos de otorgar el servicio o mejorar los ya existentes; por ello, se debe trabajar en caracterizar y sistematizar un modelo de gestión de la innovación adecuado al contexto del sector salud.

Es precisamente el segundo momento cuando se pretende abordar una vez que se hayan explorado y definido cuales son las capacidades y potencialidades de uso del conocimiento base que existe y cómo este puede ser aprovechado para la generación de valor tanto al sector hospitalario como a la sociedad a la que le sirve.

Palabras clave: Competencias - Competencias de innovación - Competencias Laborales - Industrias - Estudios Regional

INNOVACIÓN EN EL AULA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: *MAD MEN* Y LA PROFESIÓN PUBLICITARIA

AUTORA

María Isabel Menéndez Menéndez

Universidad de Burgos (España)

mimenendez@ubu.es

El presente trabajo se ha desarrollado en el marco del proyecto *El rol de la ficción televisiva en los procesos de construcción identitaria en el siglo XXI*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-16. Programa Estatal de I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad, convocatoria 2014, referencia FFI2014-55781-R.

La repercusión cultural que hoy tiene la ficción seriada de la que se ha dado en llamar Tercera Edad de Oro de la Televisión es innegable: las series televisivas –especialmente las norteamericanas– son productoras de tendencias, creando modas y situando tiempos y espacios en la mente de sus audiencias pero también, superando cuestiones más recreativas, proponen reflexiones sobre la realidad, la vida en sociedad o la identidad entre otras. La negociación de identidades es parte intrínseca a una televisión de calidad que asiste al nacimiento de perfiles inéditos hasta hace unas décadas. Y es precisamente su diálogo con la historia, la sociedad o el conflicto lo que hace idóneo su uso en las aulas, mediante metodologías innovadoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Mad Men, de Matthew Weiner (AMC, 2007-2015) es una de esas series de calidad con enorme repercusión cultural, desde colecciones de moda inspiradas en la ficción hasta selecciones de lecturas en bibliotecas como la New York Library. Este producto, plagado de referencias culturales e históricas, se ofrece al público como una serie preciosista, de impecable factura desde el punto de vista estético y con una recreación histórica muy precisa. Ambientada en Nueva York, en el mundo de la publicidad de los años sesenta, su documentación y recreación de la propia publicidad es impecable. Desde campañas reales, como la considerada por Advertising Age como la más influyente de la historia –la del Volkswagen Beetle– o la del Carousel de Kodak, hasta otras inspiradas en campañas auténticas aunque reelaboradas. Los episodios no sólo se interesan por la sociedad estadounidense de entonces –marcada por la reclamación de los derechos civiles o el asesinato de Kennedy– sino que realizan una certera recreación de campañas publicitarias junto a una descripción bastante exacta de cómo funciona el negocio publicitario y el propio proceso creativo.

La fidelidad histórica y las piezas publicitarias que son el hilo conductor de *Mad Men* constituyen ejemplos muy adecuados para usar en las aulas de Comunicación Audiovisual –y no sólo en asignaturas de publicidad sino también de documentación por ejemplo– y explicar la *Golden Age* de la industria publicitaria. Con todo, es quizá la descripción del proceso creativo el elemento más valioso de este producto pues plantea consejos muy reales para triunfar en una profesión cada vez más compleja. El papel de la investigación, la importancia del trabajo en equipo, el rol de la creatividad e, incluso, la mitificación del genio creativo son elementos que *Mad Men* plantea a su público. Así, el uso de la serie en el aula se convierte en una práctica innovadora, al permitir sustituir los manuales sobre historia de la publicidad o creatividad publicitaria por el visionado de una ficción que, en las cuestiones profesionales, ejemplifica con acierto muchos elementos de la vida real y/o de la historia de la profesión.

Palabras clave: Publicidad – *Mad Men* – Ficción seriada – Innovación – Historia de la publicidad

ESCRIBIR EL MUNDO A TRAVÉS DE LA ARQUITECTURA CORPORATIVA

AUTORA

María Merino Bobillo
Universidad de Valladolid (España)
maria.merino@hmca.uva.es

Las empresas de principios del siglo XXI han conocido un cambio de paradigma. A los tradicionales factores de producción —tierra, capital y trabajo— se añade el poder que los ciudadanos han adquirido con la valoración que hacen de la misma. La buena imagen de la empresa, su reputación, se han convertido en activos intangibles del valor estratégico empresarial. La buena marcha de la empresa no depende ya solo de las decisiones gerenciales ceñidas estrictamente a la fabricación y a la búsqueda del máximo rendimiento. La empresa actual no puede evadir su responsabilidad social, es decir, su compromiso con las personas y con el lugar en el que se ubica.

El concepto de cultura empresarial se amplía y va evolucionando en concordancia con la evolución de los valores sociales. El discurso y la práctica de la cultura empresarial pasa por el del cuidado de la naturaleza. La conciencia ecológica ha entrado en la gestión de las empresas más modernas y lo hace a partir de diferentes aspectos que van desde la asunción de políticas medioambientales en la producción, hasta el modo de hacerse visibles a través del diseño de su arquitectura.

La arquitectura corporativa de algunas bodegas son una clara muestra de esta nueva sensibilidad. Se construyen en simbiosis visual con el paisaje en el que se insertan, camuflándose con él y escribiendo un nuevo modo de querer estar en el mundo y de ser vistos por las personas. Con su modo de hacer, no sólo construyen un edificio, sino un mundo nuevo en el modo de relacionarse con el paisaje y con los hombres. Escriben una nueva cultura.

Palabras clave: Cultura corporativa – Comunicación – Identidad corporativa – Ecología – Valores corporativos

ESTUDIO DESCRIPTIVO-COMPARATIVO DE «THE WIRE»: LA TRADUCCIÓN DE LA VARIACIÓN LINGÜÍSTICA EN SERIES DE TELEVISIÓN

AUTORES

Purificación Meseguer y Juan Navarro

Universidad de Murcia y Universidad Complutense de Madrid (España)

purificacion.meseguer@um.es y juannavarroandugar@gmail.com

El propósito del presente trabajo reside en el estudio de la traducción y el doblaje de «The Wire», una serie de culto creada por el escritor y periodista David Simon, que ha cosechado críticas entusiastas por su perfecta radiografía de Baltimore y el entramado socio-político que esconde la ciudad. Con un enfoque casi documentalista y a modo de denuncia social, Simon retrata las vicisitudes de las clases más desfavorecidas de la ciudad de Baltimore. Estas diferencias sociales se manifiestan, en primer lugar, en el lenguaje de los personajes, que constituyen el primer síntoma de la estratificación social en la que se escinde la sociedad. Así pues, el principal objetivo de este proyecto reside en el estudio de los diálogos doblados al español de la obra en cuestión —imbuidos de diversas formas de variación lingüística, coloquialismos y formas jergales—, con el fin así de constatar si el texto meta es capaz de transmitir el mismo tipo de connotaciones sociales que el texto origen.

De forma paralela, se prestará especial atención a todos los factores técnicos, tales como los distintos sincronismos (visual, de contenido y de caracterización), las sincronías (fonética, isocronía y cinésica) (Agost, 1999; Chaves, 2000; Zabalbeascoa, 1997), y a todas las estrategias a las que se suele recurrir cuando se trata de traducir un producto audiovisual, los cuales, a veces, pueden dificultar notablemente el proceso de traducción. Estas cuestiones técnicas perfilan nuestra primera hipótesis. Y es que al tratarse de un texto audiovisual, en muchas ocasiones, la discordancia entre imagen y sonido se revela como un factor restrictivo en el contenido de la traducción. Por tanto, contemplamos la posibilidad de que el soporte audiovisual pueda limitar la capacidad creativa del traductor. Por otro lado, las peculiaridades lingüísticas del inglés afroamericano (Labov, 1969), dificultan enormemente el proceso de traducción, por lo que nuestra segunda hipótesis predice que en algunas ocasiones, será imposible reflejar todos los matices del texto origen.

Para corroborar o refutar las hipótesis planteadas, se ha diseñado un modelo que toma como punto de partida la propuesta de Alemán Bañón (2006) y se estructura en torno a tres partes. En primer lugar se procede a una fase de recogida de datos; en segundo lugar, se lleva a cabo la clasificación de los datos recabados, que se engloban en dos categorías, la morfosintáctica y la léxica; por último, se realiza un análisis cualitativo de los ejemplos más significativos y se ofrece una alternativa de traducción que refleje todos esos síntomas sociolingüísticos. Esta propuesta intentará poner de relieve las connotaciones sociales del lenguaje empleado en la serie por medio de formas lingüísticas en español que revistan las mismas connotaciones.

Palabras clave: Variación lingüística – Variedad lingüística – Variedad diastrática – Traducción Audiovisual – Series

APRENDIZAJE Y DESARROLLO DEL VIBRATO EN LOS ESTUDIOS DE CANTO

AUTORES

Ainhoa Merzero, José A. Ordoñana y Ana Laucirica

Conservatorio Fco. Escudero de San Sebastián, Universidad del País Vasco y Universidad Pública de Navarra (España)

amerzero@conservatorioescudero.org; jose.ordonana@ehu.eus y laucirica@unavarra.es

Una de las características más importantes del canto lírico es el vibrato y trabajarlos es uno de los principales objetivos del cantante en su proceso de aprendizaje. Se trata de un proceso natural de la voz y tiene lugar durante la creación del sonido. Se identifica en la zona laríngea, en donde se produce la vibración de las cuerdas vocales. Mediante la técnica vocal el vibrato se volverá más perceptible y se convertirá, así, en uno de los rasgos acústicos, técnicos y estilísticos más importantes de la voz. La regularidad del vibrato es considerada el mejor reflejo de la habilidad de un cantante, ya que en función de su aumento la voz percibida es más bella y el sonido de mayor calidad. Es una característica vocal muy importante en el aprendizaje del canto lírico, ya que está considerada como la puerta de inicio en la búsqueda del buen sonido, del correcto equilibrio entre los músculos y los órganos de fonación.

La presente investigación plantea el estudio de algunas características del vibrato vocal en el proceso de su adquisición: el momento en el que aparece en la voz del cantante, el proceso de producción, sus diversos tipos, la relación entre el aprendizaje y la aparición del vibrato, y algunos modos para su control. Su finalidad es generar conocimiento que ayude a docentes y estudiantes a comprender diversos aspectos como la adaptación, el control y la corrección del vibrato dentro del proceso de aprendizaje y a comprobar si la enseñanza de la técnica vocal aporta al alumnado una mejoría del vibrato o este se adquiere de un modo natural.

Para ello se realiza un cuestionario a 40 estudiantes de canto de entre 15 y 40 años de edad, de clasificación vocal variada, con actividad vocal y formación de diversos niveles. Obtenemos información sobre la relación existente entre la actividad vocal y la aparición del vibrato y entre la consecución de un vibrato correcto y el aprendizaje de la técnica vocal. Se encuentran diferencias intersujetos relacionadas con los diversos aspectos del vibrato vocal y verificamos que su técnica se regulariza en proporción directa a los años de estudio y a la intensidad de la actividad vocal. En relación a esta última encontramos que a mayor actividad vocal más pronta es la aparición de vibrato. Esto nos lleva a la conclusión de que la enseñanza incide directamente en la mejora de la producción del vibrato, ya que ayuda a realizar una actividad laríngea y abdominal conjunta y equilibrada.

Palabras clave: Vibrato vocal – Aprendizaje del canto – Técnica vocal – Educación musical – Autoconcepto en la interpretación musical

POESÍA Y REALIDAD: EL CINE SEGÚN MARIO BRENTA

AUTORA

Mercedes Miguel Borrás

Universidad de Valladolid (España)

mermiborras@gmail.com

Tomando como punto de partida las relaciones que el cine establece con la realidad, este trabajo tiene como propósito estudiar la poética presente en la propia naturaleza de su discurso. Los filmes y escritos de Mario Brenta tejen un corpus perfecto que responde a esa poética de la que hablamos. Un realismo entendido como una actitud ética más que estética, expresión de una determinada ideología.

Mario Brenta es un discípulo aventajado de Ermanno Olmi y del Neorrealismo, por ende; pero también de las Nuevas Olas. Y aunque su discurso ha ido evolucionando, siempre ha estado envuelto de esa poética que desprende la realidad: desde sus primeros films, *-Vermisat* (1973) y *Maicol* (1989)- retratos de marginación provocada por el sistema, inmersos en un realismo fenomenológico, su estilo se va desviando hacia la subjetividad visual y narrativa, con estructuras más libres que abren nuevos caminos cercanos a la poesía *-Calle de la Pietà* (2010) y *Agnus Dei* (2012). Pero además, durante estos años, Brenta ha ido elaborando un corpus teórico, fruto de su larga experiencia como profesor de Ipotesi Cinema, escuela (fundada por Olmi en 1982) que basa sus principios en provocar un acercamiento del cine hacia la realidad, que ha dado como resultado filmes realistas, cercanos al documental pero al mismo tiempo a la poesía.

El estudio de los filmes y los ensayos de Mario Brenta nos permite desvelar las múltiples formas en las que la poética del cine se inscribe en la realidad. En nuestro análisis damos entrada al texto audiovisual, al texto escrito y al contexto y, como un mosaico de citas (Kristeva, 1978), vamos construyendo un texto plural en el que se percibe un mismo deseo de acercamiento a la realidad a través del lenguaje en busca de su esencia. El cine, señala Brenta (2011), es una suerte de protolenguaje universal que el hombre ha adoptado desde siempre.

Diferentes aproximaciones metodológicas nos sirven para llevar a cabo nuestra propuesta: Las investigaciones de los estructuralistas, desde Roman Jakobson a Roland Barthes, así como los estudios de Teoría de la literatura de Antonio García Berrio, serán el punto de partida y de llegada de nuestro trabajo. Rastreamos en las huellas del realismo a través de las teorías de Siegfried Kracauer, continuando con Marc Ferro y los estudios de Ángel Quintana. El análisis de los filmes se nutre de la Teoría del texto (Jesús González Requena) y la Semiología en cuanto al estudio y significación de los signos. Todos estos referentes son el foco bajo el que estudiamos, los escritos y filmes de Mario Brenta.

Los resultados de esta investigación nos acercan hacia la relación que este cineasta establece con su entorno, del que surge ese realismo poético. El realismo, nos dice Brenta (2011), no es una cuestión estética ni de estilo, es un problema de orden semántico.

Palabras clave: Esencia del cine - Escrituras realistas - Cine y realidad - Naturaleza poética del cine.

**LA UNIVERSIDAD COMO INSTITUCIÓN DE FRONTERA:
PROSUMIDORES, FANSUMIDORES Y PROAMS. ESTUDIO DE CASO:
FANDOBLADORES, FANSUBTITULADORES Y FANJUGADORES**

AUTOR

Joan Miquel Vergés
Universidad de Vigo (España)
jmv@uvigo.es

En determinadas ocasiones el mundo científico es visto como un mundo aparte. Un mundo en el que el trabajo científico se elabora al margen de la vida real y de sus actores. Esta concepción de la ciencia dista mucho de la relación que se establece actualmente en nuestra sociedad entre productores, consumidores, profesionales y amateurs (aficionados o fans). Las nuevas tecnologías propician y fomentan el diálogo entre ellos, haciendo que el consumidor pase de pasivo a activo; llegando incluso, a veces, a equipararse los unos con los otros. Ello ha dado lugar a la aparición de nuevas figuras de relevancia para todos los actores involucrados, como son los “prosumidores” (consumidores que se comportan como *productores* y/o *profesionales*) o los “fansumidores” (consumidores que se comportan como *fans* del producto). En este contexto, los prosumidores y fansumidores no requieren legitimización social, académica y/o económica para “publicar y aplicar” sus ideas; y, de alguna manera, se han convertido en los nuevos “jueces” del mercado. Esta interacción entre entidades diferentes se hace posible teniendo como intermediario las redes sociales, las comunidades virtuales, los foros digitales, etc.; los media digitales, en definitiva. El consumidor utiliza y necesita estos medios para implicarse en su manera de consumir, en la mejora de productos y servicios; y también para desarrollar un sentimiento de pertenencia a su comunidad, a su red social, entre otros.

Si el siglo XX estuvo marcado por el acceso de “profesionales certificados” producidos por universidades y escuelas técnicas, todo hace pensar que el siglo XXI estará marcado por el surgimiento de aquellos que sienten que no necesitan un sello oficial de una institución acreditada para proclamar su competencia y deseo de crear “algo bueno y útil” en sus vidas. El conocimiento es cada vez más asequible gracias a Internet; y, estos nuevos “amateurs profesionales”, los “proams”, están resolviendo una escasez histórica de recursos profesionales en todos los ámbitos. Estos amateurs apasionados, fanáticos, potencializados por la tecnología y conectados entre sí, están remodelando los negocios, la política, la ciencia y la cultura.

De la misma manera que productor y consumidor se están aliando para mejorar productos y servicios, la ciencia actual debería poseer también una habilidad intrínseca para poder responder a los problemas del mundo y no separada ni del mundo ni de sus actores. Debería ser una ciencia responsable. Para ello quizás sería necesario repensar la universidad como una “institución de frontera”, mediando entre diversos mundos del conocimiento y co-creando espacios de aprendizaje y acción. Una institución que fomente y permita el diálogo y cohesión entre “el mundo de la ciencia” y “el mundo que no es ciencia”. Una universidad donde la ciencia, los intereses sociales y los intereses individuales se cogeneren y coproduzcan.

A modo de ejemplo llevaremos a cabo un estudio de caso dentro del ámbito de la traducción multimedia, centrándonos en los dobladores, subtituladores y localizadores de videojuegos amateurs (conocidos normalmente como fandobladores, fansubtituladores y fanjugadores, respectivamente).

Palabras clave: *Prosumidor - Fansumidor - Proam - Institución de frontera - Traducción multimedia*

INVESTIGACIÓN ACERCA DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA RESPECTO AL CEO. CASOS DE EMPRESAS ESPAÑOLAS

AUTORES

José Gabriel Mira Agulló, Beatriz Peña Acuña y María Concepción Parra Meroño

Universidad Católica San Antonio (España)

jgmira@ucam.edu, bpena@ucam.edu y mcparra@ucam.edu

En esta disertación se muestra cual es la tendencia en dirección de comunicación de la estrategia de construcción del CEO (Chief Executive Officer) en las empresas. De hecho, se trata de un tema de investigación en I+D, a nivel europeo, por su interés empresarial, tal y como se puede corroborar en el estudio “European Communication Monitor 2014”, realizado por la asociación Europea de Directores de Comunicación (eacd-online.eu).

Se entiende que la imagen de esta figura central en la empresa (CEO) repercute tanto en la comunicación interna como en la comunicación externa, de modo que es un factor que fortalece la imagen corporativa de la empresa y así se expone de un modo teórico. Por tanto, el cuidado de la imagen de la cabeza visible de la institución pretende tanto una fidelización de los empleados como de los clientes (y resto de stakeholders).

En este trabajo se analizan los casos de varias empresas españolas del sector agroalimentario, siguiendo la metodología del caso y en concreto, del estudio de caso llamado múltiple. Las empresas seleccionadas, para esta exposición, no solo han sobrevivido a la crisis actual sino que, además, continúan su expansión nacional e incluso internacional.

En este estudio se realizará una descripción de la empresa y se facilitarán una serie de datos económicos para que se pueda apreciar su envergadura. Seguidamente se describirá el plan de comunicación que siguen o tienen establecido, es decir, se identificarán tanto los instrumentos y estrategias de comunicación interna, como los de comunicación externa. Del mismo modo, se tendrán en cuenta los canales que han dispuesto para la comunicación horizontal, vertical y transversal, y cómo está prevista y se desarrolla la comunicación formal y si se identifica y se tiene en cuenta la informal. Se atenderá especialmente a la figura del CEO y a su recorrido personal. Y por último, se estudiará de qué herramientas se dispone –especialmente las que incluyan nuevas tecnologías- desde la dirección de comunicación, para fortalecer la imagen corporativa y el liderazgo dentro de la empresa.

Palabras clave: Liderazgo - CEO - Empresa - Redes sociales - Nuevas tecnologías

NUEVOS MODELOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA UNIVERSITARIA

AUTORES

Mariela del Valle Miranda y Susana Gladys Lahoz

Universidad Nacional de San Juan y Universidad Católica de Cuyo (Argentina)

marielamiranda@argentina.com y sulahoz@yahoo.com

La omnipresencia de las tecnologías de información y comunicación, en particular de internet, sumado al auge de las redes sociales, cambió la relación entre públicos y organizaciones. Las universidades, definidas en varias oportunidades como las organizaciones menos permeables a los cambios y más rigidizadas en sus prácticas internas, fueron atravesadas en su modelo comunicacional (e institucional) por usuarios que tienen el poder de conversar, interactuar e influir sobre otros usuarios y sobre la propia universidad.

El presente trabajo expone el surgimiento de una universidad virtual, no desde los campus destinados a tal fin, sino de las prácticas cotidianas; como una realidad paralela que refleja discursos y prácticas en no pocas veces desconocidas por la institucionalidad tradicional.

Cabe entonces repensar la función de la comunicación dentro de una organización universitaria para que resulte inclusiva de una doble vía de gestión: la real y la virtual. Este proceso disruptivo hace que convivan hoy en nuestras casas de altos estudios, por un lado, lo más tradicional y conocido en cuanto a formas y modelos para gestionar las relaciones con sus públicos a largo plazo y para contribuir al logro de sus objetivos; y por otro, la irrupción del entorno virtual en el interior universitario, junto al enorme desafío que representa la inclusión de todos los actores de la comunidad en este nuevo escenario.

Palabras clave: Comunicación universitaria – Gestión institucional – Modelos de comunicación

FILOSOFÍA Y SOCIEDAD CIVIL: DIÁLOGOS ENTRE HEGEL Y JACQUES DERRIDA

AUTOR

Carlos Jesús Molina Ricaurte

Universidad Cooperativa de Colombia en Villavicencio (Colombia)

carlos.molinar@ucc.edu.co

De acuerdo con la definición utilizada por la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) en un reporte presentado en el 2011, la sociedad civil se configura como un espacio social distinto al gubernamental, al empresarial y al familiar, donde los individuos, de forma voluntaria, se hacen cargo de actividades en torno a intereses, objetivos y valores comunes. Los individuos se reúnen alrededor de una variedad de organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro orientadas hacia el bien común, que no pueden considerarse exclusivamente de naturaleza pública o privada. Es más que la mera suma de individuos por separado.

Para el filósofo alemán, del siglo XIX, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, la sociedad civil constituye una de las formas de vida ética o vida en común, situada entre la familia y el Estado, conlleva la *eticidad perdida en sus extremos*, pues se contraponen los intereses particulares de los individuos a los intereses de la colectividad.

En la presente *comunicación*se intentará dar respuesta al problema que acusa la libertad del individuo y su existencia social. Con miras a ese objetivo se tomarán varios y distintos aportes del filósofo francés Jacques Derrida en torno a la hospitalidad, la justicia y la ética que, como veremos, encuentran cierta convergencia con el tema de la sociedad civil expuesto por Hegel. De ahí sigue un diálogo entre ambos autores.

Lo que se enmarca, en un primer momento, dentro del Idealismo alemán del siglo XIX, lo traemos al debate contemporáneo, y más que transponer o actualizar un pensamiento que todavía mantiene una cierta relevancia se pretende articular una serie de nociones que sugieren cambios importantes en la política, el derecho y la ética, y se explican a partir del cambio en y a través de la racionalidad en Occidente. Por tanto, reviste la mayor importancia traer un tema como la sociedad civil y contextualizarlo frente a los principales problemas que conocemos hoy, como el crecimiento de las desigualdades, la degradación moral de los individuos y el deterioro medio-ambiental, que aquejan a toda la humanidad, en una lucha en la que no cejan los Estados, pero en la que tampoco se vislumbran posibles soluciones.

El despliegue conceptual y material de la sociedad civil muestra la necesidad de una instancia superior. Inicialmente se pensó en el Estado, sin embargo, hoy los Estados enfrentan su propia insuficiencia, tampoco se dice cuál, lo que sí es que se precisa otra mediación, partiendo del nuevo escenario de una sociedad civil global.

La filosofía de la sociedad civil sugiere una alternativa a las filosofías centradas en el sujeto y, por ende, a las filosofías basadas en la sustancialidad del Estado. La versión levinasiana-derrideana de una ética de la apertura a la alteridad se identifica con la filosofía hegeliana de la sociedad civil, incluso, con la autoconcepción de una filosofía de la sociedad civil. Es, finalmente, la ética la que muestra el camino a la política y a la filosofía.

Palabras clave: Derrida – Filosofía – Hegel – Sociedad civil

NUEVAS IDENTIDADES POLÍTICAS Y SOCIALES, NUEVOS CONTEXTOS COMUNICATIVOS. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA RETÓRICA CONSTRUCTIVISTA

AUTORA

Sara Molpeceres Arnáiz
Universidad de Valladolid (España)
smolpeceres@fyl.uva.es

La presente propuesta se enmarca dentro del Proyecto de Investigación 'RECDID: Retórica Constructivista y Discursos de la Identidad' (FFI2013-40934-R, 2014-2015-2016). Dicho proyecto, incluido dentro de la convocatoria de Retos de la Sociedad, tiene como objetivo principal estudiar la construcción discursiva de las distintas identidades que conforman la sociedad actual, prestando especial atención a las nuevas identidades emergentes y a los medios que utilizan para construir su identidad y transmitirla.

Hay ya autores (Montesano Montessori y Morales López, 2014; Morales López, 2014) que han puesto de manifiesto que el 15-M marca un punto de inflexión en cuanto al nacimiento de un nuevo discurso de cambio social en España. Las Elecciones Municipales y Autonómicas de 2015 han supuesto la materialización real de muchos de los aspectos que planteaba aquel primer discurso de cambio social, un discurso que se ha visto ahora ya no relegado a cauces comunicativos marginales, sino elevado a la categoría de discurso generalista y con acceso a unos medios de comunicación y de difusión de los que hasta ahora solamente eran partícipes los partidos políticos tradicionales.

El presente trabajo pone de manifiesto la transformación experimentada, a nivel discursivo, por estos grupos, que han pasado de ser una base social a ser una base electoral, y cómo este proceso se ha ido construyendo a través de los diferentes medios de comunicación y utilizando diferentes estrategias persuasivas que tenían como objetivo construir la identidad del grupo y extender dicha identidad a un posible electorado. Especial atención merecen los usos que los nuevos partidos políticos de base social hacen de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, particularmente el manejo de las redes sociales o la creación de discursos transmedia (las continuas referencias a la cultura popular actual, por ejemplo), así como la utilización de nuevas metáforas e imágenes sociales que han creado y que apelan a un electorado al que los medios tradicionales de comunicación ideológica parecen no llegar.

En resumen, en el presente trabajo, desde el marco teórico-metodológico que nos proporciona la Retórica constructivista, estudiamos cómo, a través del análisis comunicacional de diferentes discursos de estos nuevos grupos políticos (particularmente discursos de Pablo Iglesias y Manuela Carmena), estos han construido su identidad en contraposición a la identidad política tradicional que representa el bipartidismo y cómo, en este proceso de creación y transmisión de una nueva identidad sociopolítica, el distinto uso que estos nuevos partidos hacen de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías puede considerarse como un elemento determinante y diferenciador.

Palabras clave: Retórica constructivista - Comunicación persuasiva - Identidad social - Discurso político - Medios de comunicación

PLATAFORMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA RELATIVAS A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: ANÁLISIS DE LA OFERTA DE OCW Y MOOCS EN ESPAÑOL

AUTORA

Carmen del Rocío Monedero Morales
Universidad de Málaga (España)
roi@uma.es

En el año 2001, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) puso en marcha el primer *Open Course Ware (OCW)* auspiciado por la idea de que la enseñanza de las principales instituciones académicas mundiales debía ser accesible para toda la humanidad, una década después, la cifra de cursos ofertados por el MIT rondaba los dos mil entre grado y postgrado. Durante los últimos años se han dado una serie de circunstancias favorables para el desarrollo y expansión de este tipo de educación abierta, electrónica y gratuita: avances tecnológicos capaces de dar respuesta a las necesidades de este tipo de educación presentando un formato atractivo; oferta y demanda de formación *on line* y el incremento de los costes de la formación (Huggins & Smith, 2013), factores a los que debemos añadir la multiplicación de materiales educativos disponibles en formato digital.

Esta oferta educacional de carácter no lucrativo ha tenido una gran repercusión en los centros de educación superior de todo el mundo que no han dudado en brindar los materiales didácticos de muchas de las asignaturas que allí se imparten, organizados siguiendo la secuencia de un curso para promover el autoaprendizaje (a diferencia de la simple oferta de repositorios institucionales u *Open Archive*, que fue el embrión de los *OCW*). El siguiente estadio del proceso evolutivo de la educación abierta fue la concepción de cursos desarrollados específicamente *on line*, los llamados *Massive Open Online Courses (MOOC)*, cuyos contenidos se presentan en formatos escritos, audiovisuales e interactivos para guiar, facilitar y motivar el proceso de aprendizaje.

Debido al crecimiento exponencial de la oferta de *MOOC* que vivimos en nuestros días, el objetivo del presente artículo es poner en valor las diferencias entre ambas modalidades educativas en abierto, así como contabilizar, analizar y valorar la oferta existente de *OCW* y *MOOC* en español orientados al aprendizaje de distintas materias incluidas dentro del campo específico de las Ciencias de la Comunicación.

Para ello se rastarán las principales plataformas de educación en abierto así como las webs de universidades y otras instituciones de educación superior que ofrezcan este tipo de enseñanzas, cuya finalidad no es la consecución de un certificado académico sino la adquisición de conocimiento.

Unos de los resultados obtenidos tras el análisis revela que esta tendencia creciente en la oferta de *OCW* y *MOOCs* no siempre responde al espíritu altruista universal de algunas instituciones sino que en ocasiones, se trata de una cuestión de prestigio y de miedo a quedarse fuera de esta tendencia, es decir el “estar ahí”. Esta falta de motivación se demuestra en la escasa coherencia, planificación y calidad que presentan sus ofertas de cursos abiertos.

Palabras clave: *Open Course Ware (OCW)* – *Massive Open Online Courses (MOOC)* – Ciencias de la Comunicación – Educación abierta

INNOVACIÓN DOCENTE: UNA HIBRIDACION DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y EL APRENDIZAJE BASADO EN TRABAJO EN EQUIPO

AUTORA

Consuelo Montes Granado

Universidad de Salamanca (España)

cmg@usal.es

Una tendencia innovadora en el nuevo paradigma pedagógico en el que el estudiante es el centro de la enseñanza es el ABP, Aprendizaje Basado en Proyectos. Está cobrando mucha fuerza al promover el aprendizaje colaborativo. En el diseño docente que aquí presento enlazo el espíritu de este enfoque pedagógico con la metodología de enseñanza denominada Aprendizaje Basado en Equipos, ABE, en el que también se pone el énfasis en el papel activo que realiza el estudiante como integrante de un grupo en la dinamización de su aprendizaje. Estos estilos de aprendizaje se distancian del sistema educativo tradicional que concibe el conocimiento como algo estático, conducente a superar unas pruebas al final de la etapa lectiva.

En la particular implementación que he diseñado aúno estos dos enfoques de forma ecléctica, para adaptarlos a mi diseño pedagógico de una asignatura para el Grado en Estudios Ingleses. He refinado este diseño a lo largo de seis cursos y su implementación ha dado lugar a un altísimo grado de apreciación por parte de mis alumnos. En este estudio, presento una descripción de los prerequisites necesarios que han de cumplirse para asegurarse el éxito potencial. Muchos de ellos coinciden con los enfoques pedagógicos arriba indicados, aunque no todos. Es un diseño de implementación para una asignatura de Humanidades, por tanto ha de ser algo diferente al más ortodoxo Aprendizaje Basado en Equipos, pensado para otro tipo de materias científicas. Para mostrar el impacto positivo en mis alumnos he utilizado métodos cuantitativos y cualitativos, principalmente sus escritos de reflexión de grupo, una vez que el proyecto había finalizado, es decir, una vez que ya habían transitado por todo el proceso de aprendizaje, desde los inicios hasta los resultados finales.

Con este énfasis en el proceso, así como en el protagonismo del grupo para que se produzca el aprendizaje significativo de los contenidos, al ser aplicados para analizar la persuasión en la publicidad, la apreciación de mi diseño de innovación pedagógica les ha hecho más conscientes del nuevo modelo de aprendizaje en el que el estudiante es el centro y el agente de su proceso de aprendizaje. Este es el modelo que la EEES, el Espacio Europeo de Educación Superior, ha establecido en los sistemas universitarios europeos a raíz de la Declaración de Bolonia de 1999. Así pues, este diseño pedagógico se suma a las sinergias que los enfoques ABP y ABE están creando en pro de este nuevo paradigma en la educación.

Palabras clave: ABE (Aprendizaje Basado en Equipos) – ABP (Aprendizaje Basado en Proyectos)
– Innovación docente – Metodologías activas de aprendizaje

LA COMUNICACIÓN ACADÉMICA ESCRITA EN LA UNIVERSIDAD: PERSPECTIVAS DE ESTUDIANTES DE GRADO EN TORNO A LA ELABORACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO

AUTORAS

M^a del Pilar Montijano y M^a Elvira Barrios
Universidad de Málaga (España)
montijano@uma.es y elvira.barrios@uma.es

Esta comunicación presenta un estudio sobre percepciones de alumnado del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Málaga en torno a la tarea de escritura académica que representa el Trabajo Fin de Grado (TFG). El interés por este tema de investigación se deriva de la preocupación de las autoras por el desarrollo de las competencias de alfabetización académica de este alumnado. Entendemos, a este respecto, que los planteamientos docentes con respecto a cómo facilitar el desarrollo de estas competencias han de derivarse de las percepciones y dificultades experimentadas que, sobre las mismas, manifiesten los propios estudiantes, de ahí la importancia de recogerlas, analizarlas y extraer conclusiones a partir de los datos recogidos.

Para la realización de este estudio, se empleó una metodología mixta, basada tanto en el uso de cuestionarios, como en una entrevista, lo que permitiría triangular los datos aportados por los participantes.

Se elaboraron dos cuestionarios –el *Cuestionario sobre la escritura académica en el TFG* y el *Cuestionario de dificultades experimentadas durante la realización del TFG*. El primero, consta de 12 preguntas cerradas que se respondían mediante una escala de 5 puntos (donde 1="Muy en desacuerdo"; 2="En desacuerdo"; 3="Ni de acuerdo ni en desacuerdo"; 4="De acuerdo"; y 5="Muy de acuerdo") pretendía indagar en el potencial efecto del TFG como tarea que fomenta la concienciación sobre las características del discurso académico escrito, mientras que el segundo se orientaba a explorar las dificultades que distintos aspectos de la escritura académica del TFG había planteado a los estudiantes.

El *Cuestionario sobre la escritura académica en el TFG* estaba conformado por 10 ítems de respuesta cerrada mientras que el *Cuestionario de dificultades experimentadas durante la realización del TFG* comprendía 33 ítems —28 cerrados y 4 abiertos—. Las posibles respuestas de los ítems cerrados se configuraron en forma de escala de 5 puntos (donde 1="Ninguna dificultad; 2="Poca dificultad"; 3="Alguna dificultad"; 4="Bastante dificultad"; y 5="Mucha dificultad").

Asimismo, los estudiantes fueron entrevistados sobre distintos aspectos de la elaboración del TFG. La recogida de datos se realizó una vez que habían finalizado la defensa del TFG. Los ítems cerrados y abiertos fueron analizados, los primeros, mediante estadística descriptiva (media, moda y desviación estándar) y, los segundos, mediante análisis temático (Boyatzis, 1998; Braun y Clarke, 2006).

La comunicación, a partir de las conclusiones que se extraen del análisis de los datos, finaliza con implicaciones de estos de cara al diseño e implementación de estrategias didácticas que capaciten a los estudiantes universitarios en competencias de alfabetización académica.

Palabras clave: Escritura académica – Alfabetización académica – Educación superior – Trabajo Fin de Grado

REPRESENTACIÓN Y PUBLICACIÓN DATOS ACADÉMICOS DE PLANIFICACIONES DE CURSO MEDIANTE TECNOLOGÍA SEMÁNTICA

AUTORAS

María Belén Mora Arciniegas y Verónica Alexandra Segarra Faggioni

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mbmora@utpl.edu.ec y vasegarra@utpl.edu.ec

En la actualidad las universidades o instituciones de educación superior, generan un gran volumen de datos académicos que se obtienen de cada periodo o año de estudios. Un conjunto de datos, es que se obtiene a partir de las planificaciones docentes o planes de cursos que se realiza de cada componente educativo ofertado por una institución académica. Toda esta información queda la mayoría de veces almacenada en repositorios particulares que administra cada universidad, presentada en distintos formatos y no siempre accesibles al público. No siempre los datos de una planificación de curso son subidos a una plataforma tecnológica, algunas veces se puede encontrar documentos en la Web sin la suficiente información descriptiva, llegando a obtener únicamente datos dispersos e incompletos de las planificaciones de cursos educativos.

A raíz de las dificultades expuestas, se presenta la propuesta de realizar una “Representación y publicación de datos académicos de planificaciones de curso mediante un modelo ontológico y tecnología *Linked Data*”. El objetivo principal que se plantea alcanzar, es lograr la vinculación de la información académica de las instituciones de educación superior, enfocada específicamente a las planificaciones de los cursos que ofertan. La propuesta contempla la conceptualización de un modelo de ontología para el dominio de datos académicos, específicamente de las planificaciones de curso y la publicación de estos datos bajo los principios de *Linked Data*.

Para el proceso de vinculación de datos enlazados, empleamos un ciclo de vida para *Linked Data*, específicamente el definido por Villazón-Terrazas et.al, el cual presenta seis fases a desarrollar para la publicación de datos. Las fases se enfocan a seguir un flujo de trabajo, que inicia por la especificación de requisitos, continuando con el modelado, en la que se realiza la construcción de la ontología, en base a la Metodología NeOn, un proceso iterativo incremental, basado en escenarios, cada uno de ellos presenta actividades establecidas a cumplir para obtener una ontología consistente y confiable. Las actividades van desde la definición de preguntas de competencia, asociadas a la especificación de requisitos que la ontología debe responder, pasando por la planificación del desarrollo, la reutilización de recursos ontológicos y no ontológicos, la conceptualización, la implementación y finalmente la evaluación de la ontología construida.

La fase de transformación, trabaja específicamente en la limpieza y generación de datos a formato RDF. Las fases de enlazado, publicación y explotación de datos, presentan la vinculación de los datos a otras fuentes de datos del mismo dominio académico, los que serán publicados y explotados mediante consultas semánticas.

Trabajar con la vinculación de datos académicos, ofrece un gran beneficio para las comunidades de educación superior, otorgando mayor visibilidad de la actividad académica, por medio de la publicación de datos enlazados de sus planificaciones docentes, poniendo a disposición de profesores y estudiantes información accesible y en formatos estándares para que puedan emplearse en proyectos futuros.

Palabras clave: Web semántica – Ontologías – *Linked Data* – Educación

VARIABLES QUE INCIDEN EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DEL GRADO EN ARQUITECTURA TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

AUTOR

Raúl Tomás Mora García
Universidad de Alicante (España)
rtmg@ua.es

El rendimiento académico de los estudiantes universitarios está influenciado por una gran diversidad de factores y es uno de los elementos que influye principalmente al abandono de las enseñanzas universitarias. No es la única causa ya que pueden existir otras condiciones internas y externas que afectan de igual forma, como el factor personal, familiar, económico, laboral, etc. En la actualidad existen muchos estudios y documentación sobre los factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes, disponer de esta información aportaría un gran valor añadido a la personalización de la educación, pudiendo reducir las tasas de abandono, el nivel de estrés entre el alumnado, aumentar el rendimiento, etc.

Es por ello que esta investigación se centra en conocer e identificar posibles factores que pueden estar interviniendo en el rendimiento académico de los estudiantes, de tal manera que permita mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje y la calidad universitaria. La población objeto de estudio corresponde a los estudiantes matriculados en la titulación del grado en Arquitectura Técnica de la Universidad de Alicante durante cuatro cursos académicos, desde el 2010-11 hasta el 2013-14. La metodología empleada es de tipo descriptivo, correlacional y cuasi experimental, utilizando un instrumento de recogida de información donde se han recopilado de distintas fuentes los datos relevantes de la muestra objeto de estudio. Se han recogido datos sociodemográficos y académicos, como el número de créditos matriculados por curso, los créditos presentados y aprobados, los resultados de las calificaciones por asignatura en cada curso, etc. Tras recopilar la información de interés, los datos han sido procesados mediante la herramienta estadística de regresión lineal múltiple para identificar qué variables y cómo influyen en el rendimiento del estudiante.

El concepto de rendimiento académico tiene un carácter complejo y multidimensional, estando muy asociado al resultado del aprendizaje. Habitualmente los indicadores para determinar el rendimiento académico han sido las calificaciones obtenidas por los estudiantes en determinadas pruebas objetivas (Montero-Rojas et. al., 2007; García-Jiménez, 2000). Este criterio puede tener sesgos debido a que los distintos profesores, asignaturas, titulaciones, escuelas e incluso instituciones universitarias tienen criterios muy distintos en la calificación y evaluación de su alumnado. Esto puede afectar de manera importante al cálculo de lo que sería el rendimiento académico. Para esta investigación se ha adoptado como indicador del rendimiento académico una medida del logro de consecución de los estudios, es decir, la relación de los créditos aprobados en los estudios universitarios frente a los créditos en que se ha matriculado un estudiante.

Los datos analizados estadísticamente han permitido identificar varios factores que afectan al rendimiento académico, confeccionando un modelo de regresión múltiple que estima la relevancia de cada uno de esos factores sobre el modelo.

Palabras clave: Arquitectura Técnica - Construcción - Edificación - Rendimiento académico - Regresión lineal múltiple

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL GRADO EN ARQUITECTURA TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

AUTOR

Raúl Tomás Mora García
Universidad de Alicante (España)
rtmg@ua.es

Actualmente existe una gran diversidad de estudiantes universitarios con distintos niveles en habilidades, competencias y conocimientos; pudiendo encontrar estudiantes con mayores habilidades en el lenguaje escrito, en matemáticas o en dibujo, favoreciendo mejores resultados en unas asignaturas más afines a esas habilidades y conocimientos. El rendimiento de un estudiante universitario está muy influenciado por el rendimiento en sus estudios previos, según procedan de bachillerato, formación profesional o cualquier otra vía.

Con este estudio se pretende profundizar en los posibles factores que pueden influir en el rendimiento académico de los estudiantes, en función de los resultados obtenidos en las asignaturas del primer curso del grado en Arquitectura Técnica impartido en la Universidad de Alicante. Un factor tradicionalmente utilizado es el género, hombres y mujeres, como elemento diferenciador en el rendimiento académico. El tipo de estudios previos también es un factor de interés, ya que puede influir en un mayor rendimiento en determinadas asignaturas del grado y/o un menor rendimiento en otras.

El conocimiento de unos perfiles o tipologías de estudiantes puede ayudar en las labores de orientación académica para futuros estudiantes, identificando posibles debilidades y/o fortalezas iniciales que deben de potenciarse para mejorar el futuro rendimiento académico. Como objetivo se propone realizar un estudio que permita reconocer y clasificar los distintos perfiles de los estudiantes del grado en Arquitectura Técnica en función de sus resultados académicos. Esta clasificación va a permitir identificar en qué asignaturas destaca cada grupo de estudiantes y en cuáles tienen mayores dificultades.

La metodología empleada es de tipo descriptivo, correlacional y cuasi experimental, utilizando un instrumento de recogida de información donde se han recopilado los datos relevantes de la muestra objeto de estudio. Se han recogido datos sociodemográficos y académicos, como los resultados de las calificaciones por asignatura en cada curso. Tras recopilar la información de interés, los datos han sido procesados mediante la herramienta estadística SPSS, realizando un estudio descriptivo de las variables (estadísticos y diferencias de medias), un análisis de correlación entre las calificaciones de las asignaturas y un posterior análisis de conglomerados que permite agrupar a los estudiantes en distintas clases o *clusters* (taxonomía) en función de las variables analizadas.

Los datos analizados estadísticamente han permitido identificar varios *clusters* o agrupaciones de estudiantes que aglutinan distintos perfiles de estudiantes, lo que permite focalizar mejor las tareas de orientación académica para futuros estudiantes mediante recomendaciones en función de sus características específicas.

Palabras clave: Clasificación - Rendimiento académico - Análisis de conglomerados - Estudios técnicos

EL ACONTECER SOCIOPOLÍTICO EN LAS NOTICIAS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE CHILE

AUTOR

Gilberto Morales Colipe

Universidad de Concepción (Chile)

gimorale@udec.cl

El trabajo presenta los resultados de la tesis doctoral “Análisis del tratamiento del acontecer sociopolítico en las noticias de la televisión pública chilena” que desarrolla el doctorando Gilberto Morales en la Universidad Complutense de Madrid gracias a una beca del Ministerio de Educación de Chile a través del Programa MECE Educación Superior 2.

A nivel teórico se ha considerado los aportes de la Teoría Social de la Comunicación que plantea como supuesto la existencia de “interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad” (Martín Serrano, 1986:15). Esta visión permite observar cómo “Los mediadores de la comunicación pública intervienen en la selección del acontecer y elaboran una representación institucionalizada y objetivada de lo que acontece, realizando una tarea mitificadora y ritualizadora” (Martín Serrano, 2011: 205)

A nivel metodológico se trabajó con un universo de 1503 aconteceres obtenidos de 92 noticiarios de Televisión Nacional de Chile, TVN, en el período comprendido entre el 01 de marzo y el 31 de mayo de 2013. A partir de este universo se obtuvo un tamaño muestral de 307 aconteceres. El tratamiento de los datos se ha efectuado con el software de analítica predictiva SPSS.

Los resultados se han comparado, cuando ha sido posible, con los datos que entrega la VIII Encuesta Nacional de Televisión que realizó el año 2014 el Consejo Nacional de Televisión de Chile, CNTV, sobre una muestra de 5.479 televidentes. En las variables en que no hay comparación, la encuesta ha sido utilizada para obtener los datos de evaluación que la audiencia realiza a las noticias de televisión en sus aspectos temáticos y en la participación de los actores.

Las variables utilizadas han permitido caracterizar el acontecer diferenciando el contenido noticioso, su ubicación espacio- temporal, el tipo de narración a través del tratamiento expresivo, recursos empleados y el contenido dramático junto a la naturaleza, roles y funciones de los personajes. También se analizan variables que permiten identificar a los profesionales de la mediación a través de sus actitudes y retóricas utilizadas en el tratamiento del acontecer.

Desde esta perspectiva y considerando que se investiga el producto comunicativo noticias de televisión dentro de un sistema de Comunicación Institucional se observa en un primer nivel de análisis que el tratamiento del acontecer privilegia a las organizaciones y actuaciones políticas, es decir, se evidencia un predominio de las instituciones y del poder establecido. Además se aprecia un alto componente de noticias relacionadas con asuntos judiciales. En el ámbito espacial existe un desequilibrio informativo desde el punto de vista territorial ya que se privilegian aconteceres que ocurren en la capital del país o en las ciudades más pobladas donde se concentran los poderes políticos y económicos. Y desde el punto de vista temporal predomina el tiempo actual y presente.

Palabras clave: Noticias de televisión – Aconteceres – Teoría Social de la Comunicación – Mediación.

FORMACIÓN ONLINE PARA LA FORMACIÓN CONTINUA: ESTUDIO DE CASO EN UN INSTITUTO UNIVERSITARIO

AUTORAS

Ana María Morales García y Fátima García López

Universidad Carlos III de Madrid (España)

amorales@bib.uc3m.es y fatimag@bib.uc3m.es

El Instituto Universitario Agustín Millares de Documentación y Gestión de la Información es una entidad adscrita a la Universidad Carlos III de Madrid que cuenta en el año 2015, con una trayectoria de 15 años de trabajo. El Instituto destaca por su carácter interdisciplinar compuesto por profesionales del ámbito académico y empresarial. Entre sus objetivos destaca el ofrecer el diseño e implementación de cursos a medida sobre materias relacionadas con la gestión de la información, la documentación, los nuevos medios sociales y temas afines relacionados con la sociedad del conocimiento, el mundo digital y la promoción de los nuevos perfiles profesionales. Asimismo, ofrece servicios de asesoramiento organizativo, tecnológico y ejecuta proyectos y servicios digitales en la sociedad del conocimiento.

A partir de los objetivos propuestos, desde su creación, en el año 2000, ha pretendido contribuir a la integración del espíritu humanista con las capacidades tecnológicas, convirtiéndose en un centro de promoción de la investigación, de debate académico y de difusión de las ideas técnicas y tecnológicas, que contribuyan a mejorar las actividades de los profesionales de la información.

El objeto de esta investigación es describir las principales actividades formativas de esta entidad, diseñadas bajo las siguientes premisas: contenidos didácticos en función de las necesidades del alumnado y de los perfiles más demandados, formación online bajo la plataforma de aprendizaje virtual y profesorado experto y de calidad; así como evaluar la adecuación de esta oferta formativa al mercado de trabajo.

Para ello, se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas realizadas a los alumnos sobre el grado de satisfacción del curso recibido (metodología empleada por el/la profesor/a, pertinencia de los contenidos del curso, atención recibida, variedad de los recursos virtuales, calidad de la comunicación síncrona y asíncrona, utilidad de la plataforma, tiempo de respuesta del tutor/es, aplicabilidad del curso para la inserción o adaptación laboral y propuestas de mejoras). Asimismo se analizan otros datos estadísticos que contemplan aspectos relacionados con el porcentaje de número de cursos por año, número de ediciones por cursos y el perfil del alumno.

Los resultados obtenidos permiten concluir que, el alto grado de satisfacción de la formación continua online recibida, es el resultado de la calidad de cursos diseñados a medida ofertados, donde la modalidad de aprendizaje virtual se pone al servicio, no solo de la conciliación de la vida personal y laboral, sino al desarrollo de competencias y habilidades profesionales, en consonancia con las demandas del actual mercado laboral.

Palabras clave: Formación continua - Formación *online* - Instituto Universitario Agustín Millares de Documentación y Gestión de la Información - Universidad Carlos III de Madrid - Nuevos perfiles profesionales

PROGRAMA DE CULTURA DE PAZ PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA ESTUDIANTIL

AUTORA

Marilyn Del Carmen Morales Morillo

Universidad Rafael Bellosó Chacín de Maracaibo (Venezuela)

marilyncmoralesm2010@hotmail.com

Partiendo del papel de la educación y la interacción social en la interpretación de los valores así como del ambiente de impunidad ante la violencia estudiantil en las instituciones educativas, se planteó un investigación cuyo objetivo fue diseñar un programa de cultura de paz para la prevención de la violencia estudiantil para la Escuela Técnica de Comercio y Servicios Administrativos “Francisco José Duarte, una institución que emblemáticamente ha sido calificada como semillero de actos violentos.

Para tal fin se revisaron los planteamientos teóricos de Arroyo, B. (2009), Arellano, N. (2007), Barrientos, N. (2007), Cabezas, C. (2008), Esté, A. (2004) y Esté, A. (2010), sobre la violencia estudiantil y la cultura de paz como mecanismo para prevenirla. En el aspecto metodológico la misma investigación está enmarcada en el enfoque Socio- historicista y fue tipificada como un estudio cualitativo fenomenológico que responde a un diseño transeccional contemporáneo, aplicado en docente, directivo, orientadores, especialistas de cultura de paz y estudiantes participantes en hechos violentos, quienes respondieron a una Entrevista en Profundidad no Estructurada.

Los datos fueron categorizados mediante la revisión de los discursos y relatos grabados, lo que permitió reflexionar acerca de las experiencias de los participantes. Además, se utilizó la triangulación de datos para visualizar y analizar cada una de las representaciones inherentes a los informantes claves en cuanto a las categorías y subcategorías surgidas. Los resultados de las entrevistas dejaron de manifestar la necesidad de implementar un programa que involucrara a los estudiantes, representantes y docentes, para fomentar en ellos la cultura de paz. Así se diseñó el Programa de Cultura de Paz para la Prevención de la Violencia Estudiantil (PAZPREVE), el cual consta de cuatro módulos fundamentales: (1) Cultura de paz para todos, (2) Métodos pacíficos de solución de conflictos, (3) Constelaciones familiares y (4) Pedagogía sistémica. El primero de los módulos es introductorio y el resto son la base para el desarrollo de una cátedra permanente de cultura de paz.

La propuesta se fundamentó desde el punto de vista psicológico, pedagógico y sociológico en las constelaciones familiares, la pedagogía sistémica, hebegogía (pedagogía del adolescente) la formación en valores y los métodos pacíficos de la solución de conflictos como herramientas holísticas para promover cambios en la interacción social de los estudiantes en su contexto familiar, comunitario e institucional así como el desarrollo de capacidades personales útiles para el resto de su vida. Las estrategias pedagógicas están dirigidas a promocionar la paz como un valor de convivencia, como eje de la formación humanizadora y civilizadora de los estudiantes, y como un pilar para consolidar la integración entre los miembros de la comunidad educativa.

A través del Programa se busca que el estudiante se ame a sí mismo y a su familia, reconozca su rol dentro del sistema social, se comunique con los demás en una interacción positiva y sobre todo que se convierta en un promotor de la paz en su hogar, escuela y comunidad.

Palabras clave: Cultura de Paz – Prevención – Violencia Estudiantil

ANÁLISIS DE ACTITUDES SOCIALMENTE RESPONSABLES Y EMPATÍA SEGÚN EL SEXO Y EL CURSO

AUTORES

Francisco Manuel Morales Rodríguez y Manuel Alejandro Narváez Peláez

Universidad de Málaga (España)

framorrod@uma.es y mnarvaez@uma.es

La empatía, comportamientos y actitudes socialmente responsables son variables que pueden relacionarse con el bienestar y disposición para el desarrollo de conductas prosociales y solidarias en universitarios. Dado que existen menos investigaciones en el ámbito universitario que analizan el papel que juegan variables como el sexo y el curso, el objetivo de este trabajo es presentar un análisis del efecto de dichas variables en las dimensiones de la variable empatía; actitudes y valores de responsabilidad social. Participaron 114 estudiantes universitarios pertenecientes a titulaciones de Ciencias de la Educación y Psicología (Grado en Pedagogía, Grado en Logopedia y Máster en Profesorado de Educación Secundaria) de la Universidad de Málaga con edades comprendidas entre los 18 y 49 años (60.5% mujeres y 39.5% hombres).

Los instrumentos utilizados fueron el Test de Empatía, el Cuestionario para evaluar comportamientos socialmente responsables en estudiantes universitarios (CACSR) y el Cuestionario para evaluar actitudes socialmente responsables en estudiantes universitarios (CAASR). Para el análisis de los datos se realizó MANOVA con las variables dependientes comportamiento socialmente responsable, actitud socialmente responsable, empatía cognitiva y empatía emocional y las variables independientes curso y sexo. Los resultados demuestran que no aparece un efecto estadísticamente significativo de la interacción de las variables curso y sexo sobre las variables dependientes comportamiento socialmente responsable, actitud socialmente responsable, empatía cognitiva y empatía emocional en conjunto, lo que permite interpretar las variables independientes por separado, encontrándose:

1. Existe un efecto estadísticamente significativo de la variable curso sobre la variable actitud socialmente responsable, que explica un 6.3% de su varianza y sobre la variable empatía emocional, de la que explica un 7.4%.
2. Existe un efecto estadísticamente significativo de la variable sexo sobre la variable empatía emocional, que explica un 4.1 % de su varianza. Finalmente se discute la importancia de estos resultados para el desarrollo de programas formativos de educación intercultural y en los que se trabajan nuevos contenidos relacionados con la responsabilidad social en los que se consideren variables como el curso y el sexo.

Palabras clave: Actitudes socialmente responsables - Curso - Empatía - Sexo

EXPERIENCIAS DIDÁCTICAS Y APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA BEACON EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

AUTOR

Próspero Manuel Morán López
Universidad de Oviedo (España)
moranprospero@gmail.com

La presente década constituye el refrendo de las principales aportaciones que está haciendo la era educativa que **Weller** (2011) ha calificado "de la abundancia", por la profusión de recursos que ponen las TIC a nuestra disposición. Unos recursos que son evidentes, pero que aún presentan dificultades de uso por las incompatibilidades que señalan **Collins** y **Halverson** (2010) y que van surgiendo entre los colectivos que aprenden con las nuevas tecnologías y quienes lo hacen con estilos tradicionales. El uso de los entornos personales de aprendizaje (PLE) son un ejemplo de ello. Pero los avances tecnológicos van permitiendo, incluso, la adaptación de los docentes más conservadores al uso fluido de esos nuevos recursos, que muchas veces les son tan ajenos.

Una de las tecnologías de aparición más reciente y mayores capacidades de empleo en contextos educativos es la tecnología *Beacon*. Un *beacon* es un dispositivo con un tamaño semejante al de una moneda, que se alimenta con una batería tan diminuta como longeva (dos años de vida), que puede emitir por *Bluetooth*, hasta 50 y más metros de distancia, lo que lo convierte en un instrumento enormemente eficaz en un aula, aunque sus primeras aplicaciones se han diseñado en el área del marketing y sus desarrollos en el ámbito comercial.

Si nuestro alumnado instala en su *smartphone* un aplicación para Android o iOS, capaz de rastrear señales *beacon*, con el *bluetooth* de su móvil activado, sólo tiene que entrar en el aula para poder comenzar a recibir en su móvil, mensajes con información complementaria sobre la clase magistral a la que asista, previamente recopilada y organizada por el docente. Ese material didáctico puede además ser usado en contextos de debate y otros instrumentos didácticos previstos para impartir la docencia de que se trate.

Nuestra comunicación describe el proceso investigador y de diseño, así como las pruebas realizadas, para validar un modelo de uso de *beacons* en contextos académicos, empleado tanto para facilitar material de estudio para el alumnado, relacionado con la clase impartida o el taller desarrollado, como para gestionar la clase sin esfuerzo para el profesor. En nuestro modelo, el uso de *beacons* permite tanto confirmar la asistencia presencial al aula como gestionar la participación de cada alumno en las tareas propuestas durante el desarrollo de la actividad académica.

El modelo descrito consiste en una aplicación desarrollada para teléfonos Android, con implementación en otros sistemas operativos móviles, como el IOS de Macintosh, que usada en el aula permite las gestiones académicas referidas y una herramienta online que permite la gestión del sistema de forma sencilla y transparente para el docente, sin requerir ningún tipo de aprendizaje específico más allá del uso de la navegación web y del correo electrónico.

Palabras clave: Organización Académica – Comunicación digital – Humanidades digitales – Entornos Personales de Aprendizaje – Ecosistema educativo

EL CANTO DEL RAMO EN VALDEBECEDAS (ÁVILA, ESPAÑA): UNA TRADICIÓN POPULAR EN TRANCE POR LA DESPOBLACIÓN RURAL

AUTOR

Jesús Moreno Arriba

U. Nacional de Educación a Distancia de Madrid (España)

jmorenoarriba@hotmail.com

En estos primeros tres lustros del siglo XXI, en un contexto mundial cada vez más globalizado, uno de los más claros exponentes de la *identidad* como colectivo humano y el *ritual* festivo étnico por excelencia de las comunidades de “Valdebecedas” (Gómez Blázquez, 2001: *pássim*), pequeño valle campesino en el suroeste de la provincia de Ávila (España), continúa representado por la *tradicón* votiva de carácter religioso popular del Canto del Ramo. Por ello, este trabajo aporta algunos datos acerca de las raíces de la idiosincrasia geográfica, social y cultural de Valdebecedas, que fructifican en el mítico árbol del ramo.

En el Canto del Ramo coinciden: el árbol totémico, la vestidura o traje típico del ancestro, el patronazgo indicativo del primer origen, los exponentes culturales de la poesía y música auténticamente autóctona, la capacidad de convocatoria popular y el camino singular hacia lo trascendente y divino. Más todavía. En algunos momentos este ramo se ha convertido en plegaria comunitaria con el significativo nombre de *gozos*, *triduos* o *novenas*, la definición más exquisita de lo propio (Sendín, 1994:10).

Lo anterior, junto al intento de tratar de buscar la salvaguarda de este inmemorial *ritual identitario* a través de la difusión de su problemática actual en acreditados medios académicos de divulgación científica, ya sería suficiente argumento para el desarrollo de esta investigación. No obstante, además, en estos tiempos marcadamente homogeneizantes, el Canto del Ramo podría reafirmarse como el *rito étnico* que haga pervivir la identidad de las comunidades valdebecedeñas, puesto que los cantos del ramo sintetizan la descripción del marco territorial y sociocultural local; y, a la vez, “las producciones literarias o el espíritu hecho música y poesía” (Sendín, 1994:11).

Sin embargo, como demuestran los primeros avances de este trabajo de investigación, aún en curso, y como trata de advertir la presente comunicación, este inestimable *patrimonio* etnológico, así como el núcleo aglutinador de la *conciencia colectiva* comarcal de las gentes de los pueblos de Valdebecedas, se encuentra actualmente en trance de abandono y desaparición ante la virulencia del proceso de *despoblación rural* que desde hace décadas afecta a este territorio montañoso, situado en la encrucijada de caminos de las Sierras de Gredos (Ávila) y Béjar/Candelario (Salamanca).

Así, el fenómeno migratorio conocido como *éxodo rural* ha originado una profunda *crisis demográfica* que desde hace décadas azota a las *áreas de montaña* españolas interiores, caso de Valdebecedas, cuenca hidrográfica geográficamente integrada en la comarca de El Barco (Ávila). Este proceso demográfico ha provocado graves efectos desestructurados en la base poblacional, especialmente en cuanto a la edad, y ha dejado a esta zona serrana castellana al borde del *despoblamiento*. Esta *crisis de despoblación* se continúa hoy transformada en una crisis de fuerte *envejecimiento* y alarmante *agotamiento demográfico*. En consecuencia, este, aparentemente, irreversible proceso de despoblación parece conducir, irremediabilmente, a la práctica extinción a medio plazo de las comunidades de Valdebecedas, y con ellas al inexorable olvido de sus *costumbres populares* más ancestrales.

Palabras clave: Valdebecedas - Canto del Ramo - Tradición popular - Áreas de montaña - Despoblación rural

LA MANIPULACIÓN DE LOS MATERIALES EN EDUCACION INFANTIL COMO ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE SENSORIAL

AUTOR

Francisco Manuel Moreno Lucas

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

fmoreno@ucam.edu

Desde la escuela infantil se ha de fomentar el desarrollo evolutivo del niño de manera global, utilizando aquellas estrategias de aprendizajes que más se adapten a las características propias de su etapa. La curiosidad es una de las acciones preferidas por los niños en la infancia, una especie de fuerza misteriosa de atracción que tienen, que les lleva a manosear, oler, chupar, escuchar y mirar todo objeto que encuentra a su alrededor con fines de descubrimiento y conocimiento.

Son numerosas las experiencias que obtienen los niños cuando interaccionan con el medio que lo rodea, siendo el sentido del tacto el determinante común en todas las acciones que realiza. Hernández (1990), afirma que el niño aprende mientras manipula, por lo que manipular es sinónimo de aprender, y para que pueda aprender, es necesario que proveamos a los alumnos de los materiales necesarios para tal aprendizaje. Esa exploración que ejerce a través del tacto le ayuda a construir sus primeros conocimientos acerca de sí mismo y del entorno físico y social que le rodea. Mediante la acción del toqueteo, el niño ira ensayando diversas acciones que contribuirá a mejorar habilidades motrices y destrezas, y también favorecerá las habilidades mentales, a través de las informaciones que el niño adquiere sobre las características de los objetos. A modo de ejemplo, la cesta de los tesoros y el juego heurístico son aplicaciones metodológicas donde los materiales toman un papel relevante en el aprendizaje en el primer ciclo, mientras que los rincones de juego y talleres, son representativos del segundo ciclo de educación infantil.

Para el niño, manipular es igual que pensar, se puede decir que un objeto o material no existe para el niño, hasta que lo haya tocado, chupado, golpeado, manoseado. Aprender a través de los sentidos tiene una influencia muy importante en su crecimiento a nivel físico, cognitivo y social, las interacciones que realiza el niño con el exterior a través de los sentidos, es la manera que tiene de construir sus propias ideas mentales sobre la realidad en la cual se está desarrollando. El niño aprenderá mejor y podrá asimilar de manera más efectiva los aprendizajes a través de los sentidos del tacto, la vista, el oído, el gusto y el olfato, teniendo más peso formativo el sentido manipulativo, por proporcionar al educando un mayor enriquecimiento de aprendizajes.

Palabras clave: Recursos materiales – Aprendizaje – Manipular – Educación Infantil

“METAEDUCARTE” (MÉTODO PARA TALLERES DE EDUCACIÓN DESDE EL ARTE) EDUCACIÓN ARTÍSTICA PARA LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Cristina Moreno Pabón

Universidad Autónoma de Madrid (España)

cristina.moreno@uam.es

El Proyecto MeTaEducArte, desde sus orígenes en 2011, ha buscado en sus objetivos formativos y de enseñanza la educación integral del alumno; lógicamente esto incluye una pedagogía crítica que fomente en el alumnado valores para la justicia social. Autores como Peter Lawrence McLaren reputado pedagogo, en su obra *“La vida en las escuelas”* de 2005, ha defendido este tipo de pedagogía, que luche por la igualdad y justicia social en todos los aspectos.

Con esta inquietud por profundizar en investigaciones llevadas a cabo dentro del arte y la justicia social, en el año 2014, surge la posibilidad de colaborar con el “Grupo de Investigación Cambio Educativo para la Justicia Social (GICE)”, de la Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Formación del Profesorado y Educación. Este grupo, no tenía ninguna área de investigación que incluyera la Educación Artística, pero sí muchas ganas de abrir una vía en esta dirección. Nace de esta forma la línea de investigación. “Educación Artística para la Justicia Social”. El GICE, ha realizado numerosas publicaciones y actividades recogidas en su página web www.gice-uam.es/ y en la página ning: <http://giceuam.ning.com/>. Se trata de un grupo con espíritu joven y luchador, que une fuerzas desde distintas disciplinas.

Los resultados obtenidos con MeTaEducArte, han sido sumamente satisfactorios, en el ámbito universitario y la enseñanza reglada. Algunos talleres realizados fuera del entorno universitario, han reafirmado el interés que este tipo de enseñanza comprometida genera en el individuo. No es ninguna novedad que el arte y los artistas han reflejado en sus obras las inquietudes en ellos latentes ante la injusticia social. El arte ha sido un instrumento incuestionable para promover y reivindicar la justicia en la social, en cualquier época.

El Proyecto MeTaEducArte, crece ampliando sus talleres con un mayor compromiso desde la educación artística. Nuevos talleres y proyectos se llevarán a cabo en formación no reglada y centros desfavorecidos o deprimidos socialmente. Este método ha defendido siempre el artista que nos habita y el poder del arte como terapia. Pretende así empoderar al individuo ante una sociedad que reclama empatía y concienciación por parte de este. La naturaleza se revela ante esta falta de empatía que la sociedad actual está mostrando. Desde esta perspectiva, se necesitan artistas “de a pie” que utilizando como herramienta el arte, se hagan oír en una búsqueda común por un mundo mejor y más justo. La creatividad artística desarrolla la capacidad crítica del individuo. Actualmente no se le está dando el valor a la educación artística que esta merece. Asignaturas como educación plástica y visual o la música, están viendo como son prácticamente anuladas en los currículos de la educación reglada.

La recogida de datos de todos estos talleres posibilitará la evaluación de esta investigación, que se presentará en posteriores publicaciones.

Palabras clave: MeTaEducArte - Justicia Social - Educación Artística - Talleres de Arte

METAEDUCARTE
(MÉTODO PARA TALLERES DE EDUCACIÓN DESDE EL ARTE)
NUEVOS MÉTODOS EN LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA. “YO SOY ÉL”, EL
ARTE ES ÚTIL COMPROMETIDO CON LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Cristina Moreno Pabón
 Universidad Autónoma de Madrid (España)
cristina.moreno@uam.es

YO SOY ÉL

Aplicando el método MeTaEducArte (Método para Talleres de Educación desde el Arte), comprometido con la justicia social desde la educación artística, desde el grupo de investigación GICE-UAM, se realizó el proyecto “YO SOY ÉL”, que concluyo con la performance instalación “YO SOY ÉL”. Este proyecto fue coordinado por la profesora Cristina Moreno y ejecutado con el grupo 202 del grado de Educación Primaria, de la Universidad Autónoma de Madrid, en la Facultad de Formación del Profesorado; el día 13 de mayo de 2015 a las 13 horas. El principal objetivo de MeTa EducArte, es la educación integral desde el arte, que incluya conocimientos, experimentación y estudio de los cambios emocionales, mientras aprendemos de forma empírica y crítica (Moreno, C. 2014). Este acto estuvo acompañado con la canción de Manu Chao “Clandestino” interpretado por el coro “Música para la justicia social” GICE-UAM.

Texto que se leyó durante la performance:

“700, 400, 150, 75, ..., etc. No podemos permanecer impasibles con una mentalidad cuadrículada como esta tela, cuyo color azul hace alusión al mar, que está sirviendo de fosa común de tantos inmigrantes inocentes. Seres humanos, que deberían tener las mismas oportunidades que tenemos nosotros. Hombres y mujeres dignos de admiración, valientes y con coraje, a los que no les importa morir, por conseguir vivir en lo que ellos piensan es “un sociedad más justa”, que les brindará nuevas y mejores oportunidades, para ellos y sus hijos. ¿Quién de nosotros no haría algo parecido por defender su vida y la de sus hijos, si estuviera en su piel? Quizás es lo que le falta a esta sociedad tan fría, saber ponernos en su piel, EMPATÍA CON MAYÚSCULA. Una mente más amplia, global, que sea capaz de sentir el dolor de otro ser hermano, que sea capaz de incluir, de integrarlo todo como un círculo perfecto. Estas máscaras africanas, quedarán colocadas en forma circular, como la flor de la vida, una semilla de la que brote un cambio de mentalidad, de conciencia, que persiga una sociedad más justa, que ofrezca igualdad de oportunidades a todos sus miembros. Cada máscara la ha hecho y personalizado un alumno del grupo 202, empatizando, sintiéndose uno de esos 700, 400,...seres humanos que han perdido la vida.

Hoy día trece, número de cambio, con arte comprometido, realmente útil, hacemos un homenaje a todos ellos, construyendo empáticamente, entre todos, a modo de mándala, esta semilla o flor de la vida. Porque estas vidas no hayan sido en vano, YO SOY ÉL”.

Palabras clave: MeTaEducArte - Justicia Social - Educación Artística - Performance - Instalación

LA CIUDAD INTANGIBLE Y LA COMUNICACIÓN TRANSMEDIA

AUTORES

Isidro Moreno Sánchez y Andrés Adolfo Navarro Newball

U. Complutense de Madrid (España) y Pontificia Universidad Javeriana de Cali (Colombia)
ims@ucm.es y anavarro@javerianacali.edu.co

Todas las ciudades y, especialmente, las declaradas por la UNESCO "Patrimonio de la Humanidad", basan buena parte de su estrategia de comunicación en transmitir su patrimonio material y apenas el inmaterial. De ahí que se incida en la hipótesis de que el patrimonio inmaterial de la ciudad es aún más importante, ya que refleja los imaginarios sociales que han dado y continúan dando sentido a la sociedad que la configura. Ese patrimonio escondido a veces puede vislumbrarse a través del propio patrimonio material existente o desaparecido, a través de costumbres, de leyendas, de personajes que dejaron su impronta. Es fundamental comunicarlo para hacerlo accesible a todas las personas.

Según el International Council of Museums (ICOM, 2015), "Un museo es una institución permanente, sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de estudio, educación y recreo". Por extensión, la ciudad se configura como un gran museo abierto de patrimonio material e inmaterial. De hecho, es habitual la utilización del término "Open Air Museum" para designar propuestas culturales de una ciudad. La UNESCO también reconoce el "Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad", por ejemplo, la Plaza yamaa el Fna de Marrakech en Marruecos, la práctica comunitaria del Candombe en Uruguay o la Semana Santa de Popayán en Colombia.

La comunicación del patrimonio inmaterial de la ciudad se vehicula a través del espacio in situ y en red, los media tradicionales, los *ambient media* y los hipermedia en red fija y móvil (*locative media*). ¿Se lleva a cabo así una comunicación transmedia?

Una comunicación transmedia conlleva comunicar los mismos contenidos utilizando la narrativa específica de los distintos *media* de una manera coordinada y sostenida, de forma que todos los medios configuren una comunicación integral, no una comunicación fragmentada. Ambient media, acciones especiales, *blogs*, gamificación, *geocaching*, hipermedia inmersivos, marketing, *merchandising*, *newsletter*, publicaciones, publicidad, *publicity*, redes sociales, sede web, *walking audio*, *walking documentary*... Hacer que esta nube de conceptos se utilice narrativamente para generar un universo comunicacional transmedia capaz de transmitir el patrimonio escondido de las ciudades es el objetivo principal de la presente investigación.

Se ha elegido Toledo, una ciudad rica en ambos patrimonios y conocida universalmente, como laboratorio para experimentar esta comunicación transmedia del patrimonio escondido e intentar sistematizar estrategias válidas para hacerlo visible en cualquier ciudad.

Palabras clave: Ciudad - Comunicación transmedia - Narrativa Hipermedia - *Locative media* - Patrimonio inmaterial

APRENDIZAJE DE LA DOMÓTICA BASADO EN PROBLEMAS

AUTOR

Carlos Morón Fernández

Universidad Politécnica de Madrid (España)

carlos.moron@upm.es

Actualmente, la domótica e inmótica cobran cada vez mayor importancia en la Edificación. Esta materia está involucrada en programas de investigación y desarrollo asociados a áreas tan significativas como el confort, sostenibilidad o eficiencia energética. Sin embargo, el estudio de la domótica, como materia, está poco contemplado en los planes de estudios de las titulaciones oficiales de Arquitectura e Ingeniería de la Edificación. Esta circunstancia hace que los especialistas involucrados en el diseño de edificios (tanto grandes edificios como viviendas) no contemplen, en la mayoría de los casos la inclusión de sistemas domóticos y/o inmóticos en sus diseños.

El autor del presente trabajo ha colaborado en el diseño e impartición de una asignatura de domótica en el contexto del Máster Universitario en Innovación Tecnológica en Edificación de la Escuela Universitaria de Ingeniería de la Edificación. Dentro de este curso, se ha diseñado un temario teórico y algunas prácticas elementales encaminadas a que el alumno tenga una visión general del funcionamiento, la tipología, disponibilidad, complejidad y capacidades de estos sistemas, de manera que el conocimiento de estas tecnologías, por parte de los alumnos, les permita evaluar la conveniencia o no de contemplar dentro de los diseños la inclusión de sistemas domóticos y/o inmóticos en el desarrollo de su actividad profesional.

En este trabajo se expone la metodología utilizada centrada en el aprendizaje, en la investigación y reflexión que siguen los alumnos para llegar a una solución ante un problema planteado por el profesor. Generalmente, dentro del proceso educativo, el docente explica una parte de la materia y, seguidamente, propone a los alumnos una actividad de aplicación de dichos contenidos. Sin embargo, el aprendizaje basado en problemas se plantea como medio para que los estudiantes adquieran esos conocimientos y los apliquen para solucionar un problema real o ficticio, sin que el docente utilice la lección magistral u otro método para transmitir ese temario.

Así, este sistema ayuda al alumno a desarrollar y a trabajar diversas competencias como resolución de problemas, toma de decisiones, trabajo en equipo, habilidades de comunicación (argumentación y presentación de la información) y desarrollo de actitudes y valores como precisión, revisión, tolerancia, etc.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Automatismos - Sistema domótico

LA IMAGEN DEL PROFESORADO EN LIBROS DE TEXTO DE EDUCACIÓN FÍSICA EN PRIMARIA

AUTORES

Irene Moya Mata y Concepción Ros Ros

Universidad de Valencia y Universidad San Vicente Mártir (España)

irene.moya@uv.es y concepcion.ros@ucv.es

INTRODUCCIÓN

La labor profesional de los docentes siempre ha estado en el foco de todas las miradas (López Refillo & González García, 2006). Como señala Hargreaves (2003), el profesorado se enfrenta a una “paradoja profesional” que lo convierte en el principal responsable para amortiguar algunos de los problemas de la sociedad actual y su transformación en la sociedad del conocimiento. En la Educación Física (EF), la imagen que se transmite en los libros de texto del profesorado, constituye un tema de interés para los investigadores, respecto a la reproducción de estereotipos, corporales.

MÉTODO

El objeto de esta investigación es analizar la figura del profesorado que aparece en las imágenes de los libros de texto de EF en la etapa de Educación Primaria (EP). Se realiza un estudio descriptivo univariante y bivariante, que utiliza el análisis de contenido como técnica central de la investigación. La muestra universo está formada por 45 imágenes, pertenecientes a las editoriales: Anaya, Edelvives, Santillana, Serbal y Teide, que han publicado sus libros de texto a partir de la Ley de Educación 2/2006 (más conocida como LOE). Para el análisis de las imágenes, se utilizó el sistema de categorías, adaptado a la etapa de Primaria, de Moya-Mata, Ros, Bastida, y Menescardi (2013). Se realizó el tratamiento de la información mediante el paquete estadístico SPSS versión 20.0.

RESULTADOS

a) Resultados referentes a las características técnicas de la imagen

Los resultados muestran que la *editorial* Serbal (33%), representa más imágenes del docente de EF, frente a las editoriales de Anaya (27%), Teide (22%), Santillana (13%) o Edelvives (5%). El *ciclo* donde la representación es mayor es el Primer Ciclo (60%), frente al Segundo (27%) o Tercer Ciclo de EP (13%). El *dibujo* (93%) predomina frente a la fotografía (7%), siendo todas en *color*.

b) Resultados referentes al personaje representado

El *sexo* predominante en el docente es femenino (64,5%) frente al masculino (35,5%). De *edad* joven (64,5%) frente a maduro (35,5%). De *raza* blanca (100%) y *somatotipo* delgado o ectomorfo (73%) frente al endomorfo (20%) y mesomorfo (7%), respectivamente. Con *indumentaria* deportiva (100%) y sin discapacidad (100%).

c) Análisis bivalente: género-edad y género-somatotipo

Predomina el *hombre-maduro* (62,5%) y la *mujer-joven* (79%). También predomina el *hombre-delgado* (62,5%) y la *mujer-delgada* (79%); apareciendo el somatotipo “mesomorfo” sólo en el hombre (19%).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Existe un cambio respecto a los estereotipos asociados al docente de EF; ya que la figura femenina prevalece frente a la masculina; figura vinculada de forma tradicional y hegemónica al mundo del deporte. Se mantienen estereotipos con respecto a la juventud, la raza blanca o la ausencia de discapacidad, entre otros. Como docentes, es nuestra labor revisar los documentos y materiales que ofrecemos a nuestro alumnado, con tal de eliminar estos estereotipos.

Palabras clave: Docente – Imagen – Libro de texto – Educación Física – Educación Primaria

EL PAPEL DE LAS MARCAS EN LA NUEVA ERA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

AUTORA

Karina Muller

U. Argentina de la Empresa y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
(Argentina)

kmuller@uade.edu.ar

Se ha observado a lo largo de los últimos años un cambio significativo en la comunicación de marcas. Y decir “comunicación” en lugar de “publicidad” no es aleatorio, ya que el abanico de propuestas del que disponen hoy en día las compañías para transmitir sus valores son incontables.

Con el desarrollo de la web 2.0 las posibilidades se han multiplicado, dando lugar a un nuevo universo de comunicación de marca. De todas las propuestas, la que más se ha desarrollado en los últimos años (y con mayor éxito) es la creación de ficciones audiovisuales producidas por las marcas y transmitidas, principalmente a través de la web, en plataformas como YouTube.

Mediante la estrategia de crear ficciones *ad hoc* para las marcas, se puede transmitir valores sin la sensación de interrumpir, como sí sucede en muchos casos con la publicidad tradicional.

Con esta estrategia se invierte el camino, provocando que sean las personas las que busquen relacionarse con la marca y no viceversa.

“La gran diferencia entre la publicidad actual y la nueva publicidad es que la primera crea ideas para llevar la marca hasta el consumidor y la nueva publicidad crea ideas para llevar el consumidor hasta la marca (García, César (2008) “Bob. La nueva publicidad del siglo XXI” editorial Casa del libro, Madrid)

Se trata principalmente de contenidos de alta calidad de filmación que cuentan interesantes historias en las que la marca aparece de diversas maneras. En los comienzos del uso de la estrategia de “Branded Content” en general y de ficción audiovisual en particular, las marcas se encontraban como protagonista principal de las historias. Como evolución del emplazamiento de producto, estas estrategias supieron ir más allá, poniendo a las marcas en el centro de las historias.

Lo que se puede observar es que con el tiempo, ha habido un corrimiento del lugar de las marcas en las ficciones. Del mero emplazamiento de producto, pasando por protagonistas de las historias, hasta productoras de contenidos, las marcas han ido jugando diferentes roles en las ficciones audiovisuales.

Buscando el preciado “*engagement*”, las marcas buscan vincularse con las personas de un modo ameno, sutil y sobre todo, de permiso. Sin interrupciones ni verbos en imperativo, estas estrategias de crear contenidos de marca a modo de ficciones audiovisuales, concentra lo mejor de las marcas, buscando lo mejor de su público.

Es interesante entonces ver, de que maneras las marcas aparecen, tanto explícita como implícitamente en los contenidos de esta nueva era de comunicación publicitaria audiovisual.

Palabras claves: Publicidad - Marcas - Nuevas estrategias - Bidireccionalidad

LAS NARRATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y SU PROCESO DE APRENDIZAJE

AUTORES

M^a Pilar Munuera Gómez y Francisco Gómez Gómez

U. Complutense de Madrid (España)

pmunuera@ucm.es y fgomez@ucm.es

La utilización de narrativas, relatos cortos o cuentos puede ser una estrategia para intervenir en la construcción de una nueva realidad en el estudiante que puede identificarse metafóricamente en el relato o cuento para conseguir una nueva identidad. La identificación y percepción de las vivencias vividas a través de los relatos presentados permite movilizar su capacidad para construir “la mejor historia de su realidad” de aprendizaje. Esta estrategia educativa parte de la escucha y la comprensión de la situación actual para llevarle a una realidad futura positiva.

Los adultos y especialmente los niños pueden superar las circunstancias en las que se encuentran construyendo un futuro mejor desde la expresión emotiva que ofrece la experiencia vivencial al sumergirse en la lectura de un texto o cuento.

La arteterapia ha sido aplicada en diversos contextos a la vez que en educación e incluso en los movimientos sociales en todo el mundo (Philippini, 2004). La palabra en general y la literatura en particular pueden actuar como bálsamo reparador, como remedio eficaz para curar. El cuento favorece la comprensión de las tareas o procesos que las personas tienen que resolver a lo largo de su proceso formativo. Las imágenes, frases, relatos, metáforas, paradojas, etc. utilizadas en el aula pueden quedar grabadas en la memoria del estudiante con un gran poder transformador de sus competencias.

El arteterapia es visto como la terapia o el cambio que se consigue a través de la utilización de las diversas artes (Philippini, 2004). Los textos o cuentos forman parte del arte de la escritura/literatura dentro del género de la narrativa. Este tipo de narrativa se distingue por su relato corto cuya concentración de sucesos y brevedad permiten al lector recordar durante mayor tiempo los detalles de los hechos narrados que suelen llevar un mensaje moral. Las historias que aparecen en los cuentos quedan impregnadas en las personas pasando a través de generaciones de abuelos, padres, profesores, profesionales, terapeutas, que las recuerdan con fines terapéuticos.

Los relatos utilizados dan respuestas a los problemas con los que se enfrentan los estudiantes ofreciendo consejo, estima, soluciones, etc. Orlando Fals indica que “el arte significaba un elemento movilizador y concienciador de las masas populares, más para aprovecharlo había que saber comprenderlo, estudiarlo e interpretarlo, con las armas de la investigación bien hecha (Fals, 1985: 414). Los cuentos tienen capacidad como arte que son para crear imágenes, símbolos y ritos que guían los procesos de reconcentración de una vida mejor desde la resiliencia (Vidal, 2009).

Palabras clave: Participación - *Empowerment* - Estudiantes - Arte - Narrativas

INSTRUMENTO PIAESCE. APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

AUTORES

M^a Pilar Munuera Gómez y Enrique Navarro Asencio

Universidad Complutense de Madrid y Universidad Internacional de La Rioja (España)

pmunuera@ucm.es y enrique.navarro@unir.net

Se presenta el **Instrumento de Asimilación, Evaluación y Seguimiento de Competencias Transversales para estudiantes** (PIAESCE) que tiene la utilidad para el estudiante de conocer el nivel sobre la adquisición, evaluación y seguimiento de las competencias transversales planificadas en las diferentes asignaturas que configuran la titulación que cursa. Este soporte se ha diseñado con la finalidad de conseguir la participación activa de los estudiantes en su formación en competencias según las directrices marcadas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

El PIAESCE permite que los estudiantes tengan información sobre las competencias transversales que son relevantes en su formación así como la visualización de los criterios y niveles que son requeridos en la adquisición total de cada una de las competencias transversales que configuran la titulación. Esta información sobre su nivel de adquisición de dichas competencias les convierte en agentes activos de su formación.

La herramienta diseñada tiene como fin conseguir la participación del estudiante en su proceso de aprendizaje por competencias y a la que le otorga criterios para visualizar el camino que debe recorrer para que su formación universitaria en Grado y Posgrado sea óptima.

Para su diseño se ha partido de la realización de un cuestionario que ha permitido comprobar la asimilación sobre las competencias transversales por parte del alumno de alcance exploratorio y descriptivo. La encuesta se ha realizado a 191 estudiantes de tercer curso del Grado de Trabajo Social de la UCM de un total de 350 alumnos. A la vez, se han realizado grupos de discusión contando con la colaboración de estudiantes de otras titulaciones con el objeto de tener otras percepciones y favorecer el intercambio de experiencias y otros modelos formativos en competencias transversales. Además se ha recogido la opinión de 60 profesores para conocer cuales son las actividades desarrolladas para conseguir las competencias transversales en sus respectivas asignaturas. En ambos casos el análisis se ha centrado en las competencias transversales del perfil profesional de Trabajo Social en los alumnos y alumnas de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Complutense de Madrid.

A partir de los resultados obtenidos se ha realizado el soporte PIAESCE que contiene las competencias transversales jerarquizadas como relevantes según los resultados de los cuestionarios realizados a estudiantes y profesores. Este soporte supone un avance para que el estudiante pueda construir de forma autónoma su diseño personal en la adquisición de las competencias que le capacitan para superar las asignaturas del Grado. EL PIAESCE se sitúa en la innovación docente enmarcada dentro de las metodologías del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), en concreto, la eficacia del aprendizaje colaborativo y de la evaluación continua en el rendimiento de los estudiantes.

En estos momentos el instrumento PIAESCE se encuentra en fase de experimentación con el fin de fortalecer sus debilidades y preparar su utilización por la mayoría de los estudiantes.

Palabras clave: PIAESCE - Competencias del EEES - Herramientas

ESTRATEGIAS COLABORATIVOS DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL PARA DESCOLONIZAR EL SABER DE LA DIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN CONTINUA DEL PROFESORADO

AUTORA

Práxedes Muñoz Sánchez

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

pmunoz@ucma.edu

En esta ponencia presento un proceso activo donde se obtienen saberes desde las personas implicadas, cuya alcance es atender a necesidades, inquietudes, intereses y símbolos de las diversas culturas, tanto de población del país receptor como de población que se siente de una identidad transnacional.

En la búsqueda de crear espacios dialógicos y multiculturales, reconocer a sus participantes no es fácil en una sociedad académica acostumbrada a utilizar a sujetos sin reflexionar suficientemente sobre la propia estructura de cómo se transmiten los saberes.

Ha sido una experiencia colaborativa la que pone en entre dicho las formas de relacionarnos entre diferentes agentes, mediadores educativos, investigadores, madres y padres y jóvenes y niños. La complejidad para llegar al entendimiento supone una deformación académica y profesional para alcanzar lo más natural o a lo que podemos llamar análisis de la realidad.

En este caso se presentan diversas propuestas donde se puede descolonizar el saber desde lo simbólico, los estereotipos y los prejuicios que convergen en las relaciones multiculturales y/o de exclusión: mujeres, jóvenes, niñas y niños de origen árabe y mujeres y niñas y niños de origen español.

El estudio nace de una apuesta por el proceso de la etnografía reflexiva como estrategia para acercar la ecología del saber entre todos los participantes implicados (alumnado-docentes-familia). Para ello, se muestran estrategias sobre cómo colaborar entre los participantes en espacios educativos e ir construyendo comunidades de saberes.

El objetivo es recopilar saberes que son de interés para la formación académica y continua de docentes y mediadores en educación infantil, primaria y secundaria, en escenarios de educación formal y no formal con diversidad cultural. Y así, acercar la educación a la comunidad a partir de apoyar en la construcción de convertir una escuela y sociedad multicultural asimiladora en una escuela y sociedad intercultural/inclusiva.

Palabras clave: Identidad cultural – Colaborar – Interculturalidad – Descolonización del saber – Formación profesorado

LA PRODUCCIÓN MULTILINGÜE EN LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA: EL CASO DEL TALLER INTEGRADO DE PERIODISMO

AUTORES

Marta Narberhaus, Irene da Rocha y Albert Elduque

Universidad Pompeu Fabra (España)

marta.narberhaus@upf.edu, irene.darocha@upf.edu y albert.elduque@upf.edu

El multilingüismo es una tendencia cada vez más extendida en los medios de comunicación, en Internet y en las redes sociales, espacios imprescindibles como escaparates de difusión del trabajo del periodista. A su vez, el multilingüismo está descrito como una de las competencias clave en la formación dentro del marco EEES (Proyecto Tuning, 2006). Presentamos una experiencia docente que ha introducido este aspecto en la universidad, concretamente en los estudios de periodismo.

El dominio del inglés por parte de los universitarios ha devenido una condición *sine qua non* en el panorama educativo actual, y especialmente desde que para la obtención del título de Graduado es necesaria la acreditación de un nivel B2 del marco europeo de referencia en lengua extranjera. Esta condición, sumada a la demanda de internacionalización de los estudiantes, propició el diseño de un proyecto de innovación docente en el marco de la asignatura “Taller Integrado de Periodismo” para impulsar la producción multilingüe de reportajes multiplataforma. Se trata de una asignatura de 24 créditos ECTS que se cursa en tercero del Grado en Periodismo de la Universitat Pompeu Fabra. Su naturaleza es esencialmente práctica, ya que engloba los talleres de prensa, radio, televisión e Internet, en los que se reproducen los procesos de producción periodística profesionales.

El proyecto proponía no sólo redactar en inglés, sino abrir una línea de producción en esta lengua añadida a una dinámica docente y metodológica cuya efectividad para la enseñanza práctica del periodismo ya ha sido probada. Hacer prácticas y estudiar en una tercera lengua significa una ventaja añadida al contexto bilingüe que ya viven en Cataluña los estudiantes universitarios. La experiencia les será beneficiosa para su futuro profesional, donde los idiomas tienden, cada vez más, a ser un punto imprescindible en el currículo.

La producción multilingüe ha incorporado también lenguas menos habituales en la universidad, como la lengua de signos. En el Campus de la Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, la Facultad de Traducción e Interpretación ha desarrollado un amplio estudio de la lengua de signos catalana. En el curso 2014-15, dos estudiantes de lengua de signos han participado en el Taller Integrado de Periodismo signando los informativos de televisión. De este modo, se ha incorporado al taller un nuevo canal de comunicación para facilitar la difusión de sus productos y la inclusión del colectivo sordo, además de generarse sinergias entre las distintas disciplinas que conviven en un mismo campus.

El objetivo de esta comunicación es describir y difundir la experiencia multilingüe e intercultural en la práctica periodística que se ha desarrollado en el marco de esta asignatura, considerando tanto sus resultados como las dificultades del proceso.

Palabras clave: Innovación Docente – Lengua de signos catalana – Lenguaje de signos – Multilingüismo – Periodismo

RECURSOS DIDÁCTICOS DE LOS MUSEOS. ESTUDIO COMPARATIVO

AUTORA

Rosario Naranjo López

Universidad Autónoma de Madrid (España)

rosario.naranjo@uam.es

A lo largo de la historia, los Museos han ido evolucionando en función de los cambios sociales. Han pasado de ser colecciones privadas, espacios reservados para una elite (colecciones reales, eclesiásticas y nobiliarias), a convertirse en instituciones educativas y públicas, a ser un espacio de máxima difusión.

El código deontológico del ICOM (International Council of Museum) aprobado en 1986 y revisado en el 2004 en su apartado segundo, nos habla de las obligaciones de conservar las colecciones en beneficio de la sociedad y para el desarrollo de la misma, consiguiendo de esta forma una mayor justicia social y un mayor desarrollo de los ciudadanos.

En este estudio se propone analizar la oferta de actividades de carácter formativo que encontramos en los museos, así como las distintas metodologías y recursos educativos utilizados. Para ello, se han consultado sus páginas webs y se ha hecho un análisis comparativo de las distintas actividades que ofrecen. Las actividades están enfocadas para trabajar con familias, escolares, docentes y también muchas de ellas tienen un carácter inclusivo.

Es muy interesante observar el uso de las nuevas tecnologías y recursos digitales en sus propuestas educativas: *tablets*, teléfonos móviles o aplicaciones para móviles. Todos ellos forman parte del abanico amplísimo de propuestas artísticas que se desarrollan en los talleres de los diferentes museos. Las propuestas son siempre creativas y en muchos de ellos integran las técnicas artísticas tradicionales con el uso de los recursos digitales.

Algunos de ellos ofrecen actividades para personas con discapacidad visual o auditiva y para personas con problemas de desarrollo y aprendizaje, las cuales se realizan para conseguir una total integración y ofrecen a estas personas la posibilidad de disfrutar del arte.

En el presente trabajo se estudiarán algunas de las propuestas más interesantes que hemos encontrado, poniendo más énfasis en las que nos parezcan más innovadoras, creativas, integradoras y actuales.

Con esta investigación y los datos obtenidos de este estudio, se desarrollará una propuesta para hacer un “museo ideal” adaptado a las nuevas demandas y necesidades de la sociedad actual, un museo innovador donde se tengan en cuenta a todos los individuos para una mejora social y cultural y donde el museo sea un colaborador que acerque la cultura a los ciudadanos y colabore para conseguir una sociedad más culta y mejor preparada.

Palabras clave: Actividades - Didáctica - Justicia social - Análisis - Museos

ARTE – ACCIÓN LÚDICA: PROYECTO “BABEL”

AUTORA

Rosario Naranjo López

Universidad Autónoma de Madrid (España)

rosario.naranjo@uam.es

Con esta propuesta, “Arte –Acción lúdica”, se pretende satisfacer a la política educativa actual, a las necesidades sociales y al espacio europeo de educación superior, atendiendo con ella a una necesidad crucial de justicia social. Es una propuesta de trabajo artístico grupal para impartir talleres a un grupo muy numeroso de personas de distintas nacionalidades, con idiomas y culturas diferentes.

Con la idea tomada de la historia bíblica de “La torre de Babel” se inicia este proyecto educativo. Se trabaja la comunicación y el lenguaje del arte. Este es un lenguaje comprendido por todos los seres humanos y con el que poder comunicarse sin el uso de la palabra, un lenguaje que no tiene la barrera del idioma, que es común a todos.

Este proyecto se ha realizado con los alumnos de la asignatura “Fundamentos de la Educación Artística, Plástica y Visual” en la especialidad de Educación Primaria de la Facultad de Formación de Profesorado y Educación de la UAM.

Se utiliza el juego como herramienta para comenzar a formar grupos de trabajo de forma aleatoria, ya que lo que se pretende es que los alumnos se relacionen, y se conozcan entre ellos. Se pretende evitar los grupos preestablecidos y de esta manera conseguir una mayor sociabilización del alumnado.

La metodología que se va a utilizar es la de dinámica de grupos, que servirá para fomentar la comunicación, la creatividad, el dinamismo y el apoyo mutuo.

Con este proyecto, los alumnos aprenderán los fundamentos y conceptos de la educación plástica, visual y artística, así como las características y aspectos más relevantes del lenguaje visual. También conocerán conceptos básicos sobre la creatividad, los procesos y las estrategias más utilizadas en la creación de imágenes.

Está dirigido al desarrollo de las cualidades personales tales como sensibilidad, originalidad, creatividad y destrezas manuales con el uso adecuado de materiales, técnicas e instrumentos para la realización de obras artísticas.

Permite conocer el lenguaje artístico, plástico y visual en sus distintas formas y medios de expresión: dibujo, escultura, pintura, grabado, fotografía, nuevas formas de expresión y recursos digitales.

Por otra parte, enseña al alumno metodologías didácticas y de organización al servicio de la comunicación intercultural. Formando maestros que sepan atender a la diversidad cultural desde los principios de igualdad, interacción, transformación social y enriquecimiento entre culturas.

Palabras clave: Proyecto – Didáctica – Educación Artística – Lenguaje – Grupos

ESTUDIO DINÁMICO DE FUNCIONES POLINÓMICAS UTILIZANDO EL SOFTWARE GEOGEBRA

AUTORA

Johana Narváez Tuiran
Corozal de Sucre (Colombia)
Joannatu6040@gmail.com

El presente trabajo de investigación surge por la necesidad de contextualizar algunos conceptos matemáticos útiles en la vida educativa de todo ser humano. El concepto de función es uno de ellos, García (1997) manifiesta la importancia que tiene en matemáticas como “herramienta intelectual para el desempeño de la vida social y en diversos campos profesionales y científicos puesto que organizan, estructuran, matematizan parte de la realidad”. Además involucra una red conceptual muy amplia que abarca aspectos tales como: la noción y significado de la letra como variable, significado y análisis de gráficas, manejo y uso de constantes. A pesar de las reformas adelantadas en las escuelas para las orientaciones matemáticas, se siguen evidenciando espacios de dificultad, que les imposibilita a los estudiantes alcanzar los objetivos propuestos, quizás debido a aspectos como: Grupos numerosos, formas tradicionales de enseñanza, desarticulación existente entre la enseñanza y el contexto, las grandes distancias que recorre el estudiante de su casa a la escuela, la enseñanza de este concepto parte de dar la definición del mismo, avanzar con mostrar y elaborar a lápiz y papel algunas gráficas, realizar operaciones algebraicas y finalmente ejercicios de aplicación.

Los avances tecnológicos han producido diversos cambios en nuestra sociedad, en nuestra cultura y en especial en el sistema educativo. La forma como se ha introducido la utilización de la computadora es muy variada, desde el empleo de programas computacionales para uso profesional y lenguajes de programación de propósitos generales hasta la utilización de programas educativos dedicados específicamente a la enseñanza. Ante este panorama y con el objeto de aprovechar la tecnología surgió un interrogante: ¿Cómo facilitar la comprensión de funciones polinómicas utilizando el software GEOGEBRA?. Teniendo en cuenta que dentro de los propósitos que se espera alcanzar en el área de matemáticas actualmente, está el de contribuir con el desarrollo de la capacidad de razonamiento de los individuos a fin de que puedan abordar de manera segura situaciones problemáticas, el objetivo de esta investigación gira en torno al estímulo del desarrollo del pensamiento variacional a través del estudio de funciones polinómicas con el software educativo Geogebra. Soportado por el análisis de la teoría de Duval, del aprendizaje significativo de Ausubel, del enfoque Piagetiano, de los estándares curriculares de matemáticas Nacionales e internacionales. Existe una gran desarticulación entre el contexto y todo lo que involucra esta temática. Por tal razón se diseñaron talleres de socialización, de autoaprendizaje y guiados enfocados a la modelación de fenómenos de variación.

Resultados: Atendiendo a la unidad de análisis propuesta en el marco teórico del trabajo, fue posible potencializar el pensamiento variacional de los estudiantes, ya que fueron capaces de realizar construcciones geométricas, modelar situaciones contextuales donde se evidenciaba el concepto de función. Además esta experiencia tecnológica le permitió al estudiante realizar generalizaciones, abstracciones, descubrir cosas nuevas. El alumno estableció una sociedad cognitiva, como normalmente lo establece con la escritura y con el sistema de numeración.

Palabras claves: Función polinómica - Geogebra - Modelación - Pensamiento variacional - Estándares curriculares

EN LA CASA Y CARICIAS: REVERSIONES FÍLMICAS DE UN TEXTO DRAMÁTICO

AUTOR

Ramón Navarrete Galiano
Universidad de Sevilla (España)
galiano@us.es

La influencia del cine en las manifestaciones creativas contemporáneas es algo evidente y constatable en diversos aspectos. El discurso audiovisual ha “contaminado” discursos tan tradicionales como puede ser la literatura. Y dentro de este arte creativo, no solo se ha visto influenciada la novela, sino también el teatro, del que el cine captó algunos elementos en sus primeros tiempos. Actualmente hay obras teatrales que al ser adaptadas cinematográficamente muestran esos componentes fílmicos, ya que a la hora de hacer una traducción del discurso dramático al cinematográfico, encontramos que hay muchos elementos en común, que no se adaptan, sino que se muestran tal y como están en el texto literario.

Es decir en el texto teatral, aparecen ya de forma cinematográfica, por lo tanto el traspaso en la adaptación es directo, sin versionar. Las películas *Caricias* (Ventura Pons, 1998) y *En la casa*, (François Ozon, 2012) son un ejemplo de la presencia del cine, en el texto original dramático y como cuentan con escenas similares en el tiempo teatral y cinematográfico. Presentar un análisis de estos cuatro discursos permitirá conocer e identificar esas similitudes.

Palabras clave: Texto dramático - Contaminación - Teatro cinematográfico intercomunicación discursiva

JÓVENES, SMARTPHONES E INFORMACIÓN DIGITAL. PERCEPCIÓN SOBRE LOS DATOS PERSONALES A LOS QUE ACCEDEN, GESTIONAN Y CREAN CON SUS DISPOSITIVOS MÓVILES

AUTORES

Héctor Navarro Güere y Eulàlia Massana Molera

Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)

hector.navarro@uvic.cat y eulalia.massana@uvic.cat

El uso de dispositivos móviles permite estar constantemente conectados y disponibles. Estas dinámicas conforman nuevas dimensiones individuales, sociales, legales, etc. De esta interacción se generan datos digitales aparentemente aislados que conforman perfiles de personalidad y comportamiento. El uso masivo de los *smartphones* y tabletas, y las redes digitales por los cuales circulan tienen un efecto multiplicador sobre el alcance de su potencial uso. Los usuarios, en general, tienen poca idea sobre los datos que se están recopilando y mucho menos compartiendo.

Para algunos teóricos, la gestión de la protección de la privacidad no es suficiente cuando los usos de los datos masivos por terceros pueden revertir en la ingeniería del pasado, el presente e incluso futuras violaciones de la intimidad, la confidencialidad y la identidad (Cortes, Richards y King, Brown). En este contexto, la comunicación parte de la premisa que los usuarios jóvenes conocen y comparten información digital, y tienen familiaridad (conocimiento y comprensión) sobre la privacidad cuando usan sus teléfonos inteligentes y tabletas, principalmente; y en este sentido nos interesa:

1. Conocer el uso que hacen y el consumo de la comunicación móvil en la que se registran datos personales;
2. Cómo es su participación, sus prácticas y su confianza en las interacciones con sus dispositivos móviles y aplicaciones; y
3. Conocer el grado concienciación sobre lo que terceros hacen con su información personal.

Las metodologías de investigación empleadas han sido dos: por una parte, una encuesta *online* sobre la percepción de los jóvenes acerca la información personal a la que acceden, gestionan y crean con sus dispositivos móviles; y por otra parte, tres grupos de discusión para ahondar y matizar las opiniones de los jóvenes. En ambos casos el público de objeto de estudio fue: jóvenes de entre 18 y 32 años, residentes en Cataluña (España).

Entre las principales conclusiones destacan que la comunicación móvil genera una cantidad incalculable de información y causan un impacto cultural, económico, legal y social difícil de controlar y a menudo no percibido por los jóvenes. Existen una serie de cuestiones genéricas que afectan a la privacidad de los usuarios y que cobran especial relevancia entre los jóvenes como la preocupación de cómo ellos mismos y otros usan sus datos, su constante participación activa sin pensar en las consecuencias, cuyas cuestiones sólo afectan relativamente a su comportamiento frente a esta situación y no a su activa participación *online*.

Palabras clave: Datos – Información digital – Teléfonos móviles – Jóvenes – Privacidad

¿INFLUYE EL ROL DE LA MUJER EN EL ACCESO AL MERCADO LABORAL Y A LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO?

AUTORA

Úrsula Navarro Hermoso
Universidad de Jaén (España)
nhursula@gmail.com

En la literatura se reconoce de forma generalizada el papel del emprendimiento como motor de desarrollo económico, tanto local como global (Audretsch, y Keilbach, 2005; Bygrave y Zacharakis, 2010; GEM Global Report, 2014), aunque resulta necesario diferenciar entre emprender por necesidad (push) o por oportunidad (pull) (Stoner y Fry, 1982). Así, las personas que inician su negocio motivadas por el aprovechamiento de una oportunidad perduran más a lo largo del tiempo como emprendedores que aquéllas cuya motivación se basa en la necesidad, debido, sobre todo, a que los emprendedores motivados por oportunidad inician su negocio con un capital humano y financiero más adecuado y adaptado a su nueva empresa (Block y Sandner, 2009; Stephan *et al.*, 2015). De este modo, el emprendimiento por necesidad comúnmente se vincula a un menor nivel de habilidades empresariales, aunque es probable que en ciertas épocas de recesión económica y alto desempleo, las habilidades empresariales de este grupo aumenten como consecuencia de la coyuntura.

Atendiendo al género, las tasas de emprendimiento femenino suelen ser inferiores a las masculinas (Singer *et al.*, 2015). Algunas investigaciones que han explorado las causas de esta diferencia (Jayawarna *et al.*, 2011; Reynolds y Curtin, 2008) sugieren que las mujeres tienen razones distintas a las de los hombres a la hora de poner en marcha un negocio, entre las que se citan tener mayor autonomía y flexibilidad, aunque la alta cantidad de tiempo que se debe dedicar a una empresa, y la sensación de culpabilidad vinculada a la conciliación de la vida familiar, son algunos de los motivos principales por los que las mujeres disminuyen su motivación para crear su propio negocio (McGowan *et al.*, 2012; Levie y Hart, 2013). Por tanto, en ocasiones es la propia mujer la que se autolimita para desarrollar un proyecto empresarial como consecuencia de los valores predominantes en su entorno social, además de las desigualdades en el acceso a la formación en general y a la educación superior en particular, que condicionan su acceso al mercado laboral.

En este trabajo se afronta un análisis global de la relación entre desigualdad de género y emprendimiento, empleando las respuestas (tanto de hombres, como de mujeres) a las preguntas sobre el rol de la mujer en el acceso al mercado laboral y a la educación superior que se incluyen en la Encuesta Mundial de Valores (WVS), además del índice de desigualdad de género de Naciones Unidas, y los datos de emprendimiento del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Al comparar a nivel global la opinión de hombres y mujeres sobre el rol de la mujer y observar su relación con la actividad emprendedora en los países con información disponible, será posible obtener conclusiones que permitan recomendar estrategias para potenciar el emprendimiento femenino, y obtener el mayor aprovechamiento posible de su capacidad y habilidades.

Palabras clave: Emprendimiento – Desigualdad – Género – Oportunidad/Necesidad

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL GÉNERO Y LA CULTURA SOBRE LA JERARQUÍA DE VALORES

AUTORA

Úrsula Navarro Hermoso
Universidad de Jaén (España)
nhursula@gmail.com

La investigación sobre los valores tiene una extensa trayectoria en diversas y variadas temáticas, que sugieren que las personas dirigen sus vidas sociales de acuerdo con un "sistema de valores" (Patrick y Skewes, 2003). Atendiendo a la clase de necesidades humanas, Schwartz (1990) propone diez tipos de valores (poder, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, universalismo), y construye un inventario que constituye uno de los más utilizados en su estudio (Moriano *et al.*, 2001; Spini, 2003; Schwartz, 2012; González-Rodríguez *et al.*, 2014), confirmando su validez a través de numerosas investigaciones (Schwartz, 1992, 1994; Schwartz, 2006; Del Junco *et al.*, 2010).

Schwartz (1990) se adentra, de esta forma, en la cultura estudiando los valores como una concepción que tienen los sujetos sobre los objetivos, que actúan como reglas para guiar su vida. Son muchos los aspectos en los que la cultura incide en la vida diaria de las personas, por lo que encontrar una definición completa no es tarea sencilla. Una alternativa que ha sido comúnmente aceptada, define la cultura como el conjunto de valores, creencias, y comportamientos esperados que comparten los miembros de una sociedad (Hayton *et al.*, 2002).

A través de la cultura, las sociedades mantienen la regularidad y el orden, siendo plausible sugerir que determinados valores culturales podrían tener importantes implicaciones sobre la discriminación del género femenino. Es más, los países con valores más conservadores son más propensos a vincularse con la desigualdad de género (Yeganeh y May, 2011).

De esta manera, dado que los valores subyacentes en los individuos que componen una sociedad son uno de los elementos configuradores de la cultura, (Kroeber y Kluckhohn, 1952), resulta interesante profundizar en el conocimiento de la relación entre estos valores que forman las distintas culturas introduciendo una perspectiva de género. De hecho, a pesar de la existencia de valores universales, se dan variaciones entre culturas, debido a que la creencia que posee el individuo puede influir sobre sus actitudes y su conducta (Rokeach, 1968). Así, el objetivo de esta investigación es doble. En primer lugar, analizar si existen diferencias en la jerarquía de valores atendiendo al género, sin diferenciar la procedencia de los hombres y mujeres que han participado en la Encuesta Mundial de Valores (WVS), y finalmente, determinar si cuando se clasifican los 59 países atendiendo a su homogeneidad cultural, existen diferencias en esta jerarquía entre hombres y mujeres.

De este modo, se pretende constatar si el género determina la jerarquía de valores, y en qué grupos de países, clasificados en función de su homogeneidad cultural, se encuentran diferencias en los valores de hombres y mujeres. Dado que la educación busca promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres resulta interesante determinar si en determinadas culturas se mantienen diferencias significativas en los valores atendiendo al género.

Palabras clave: Cultura – Género – Valores – Schwartz

ORIENTAÇÃO DE ESTUDANTES DE ENFERMAGEM NO ÂMBITO DE INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS

AUTOR

João Neves-Amado

Universidade Católica Portuguesa em Porto (Portugal)

jamado@porto.ucp.pt

Introdução: O uso das TIC tem aumentado de intensidade e complexidade tanto nos estudantes de enfermagem como nas comunidades com que interagimos no dia-a-dia da intervenção em saúde. Torna-se cada vez mais necessário usar novas e mais eficazes estratégias de ensino-aprendizagem face às exigências do público-alvo com vista a motivar os alunos de enfermagem na procura de mais sólido e abrangente conhecimento.. **Objetivos:** -Identificar os recursos usados para agilizar e aumentar a adesão dos alunos às orientações dos docentes de enfermagem; -Identificar e descrever as estratégias mais propiciadoras da aprendizagem dos alunos de enfermagem; -Associar a nota final do aluno à participação/motivação demonstrada individualmente e em grupo.

Materiais e Método: Estudo de caso de unidade curricular do ano letivo 2013/2014 com componente de intervenção Comunitária e intervenção em grupo. Informação recolhida junto do professor orientador e dos sistemas por ele usados com base na utilização e tipo de recurso.

Resultados: - Escolhida a Unidade Curricular Ensino Clínico V em dois semestres diferentes dada a sua intensa intervenção comunitária e utilização de tecnologias de informação. - Identificados como recursos virtuais preferencialmente utilizados: email, plataforma e-learning (BlackBoard®) – documentos partilhados, entrega de exercícios e feedback de correção, fóruns e grupos de trabalho com zona de partilha documental - , AdobeConnect® virtual classroom system. - Alunos mais envolvidos nas atividades – nomeadamente com função de líder no grupo – apresentam mais recursos consultados no sistema e mais tempo despendido no mesmo; - alunos com menor envolvimento nas ações apresentam entradas no sistema com maiores picos nos dias de presença na faculdade – eventualmente pela necessidade de consulta dos documentos analisados ou referidos pelos orientadores; - nos relatórios de utilização do sistema verifica-se ainda que existe um notório aumento de acessos ao sistema de e-learning nos dias posteriores à Orientação Tutorial presencial, aspeto este facilmente relacionável com a explicação em sala de aula de conteúdos novos colocados na plataforma ou com a necessidade de dinamização de novos conteúdos iniciados pelos orientadores; - durante o fim de semana nota-se um número de acessos também elevado – equivalente aos dias após a Orientação Tutorial – possivelmente decorrente da necessidade de preparação de documentos para a sessão de partilha conjunta, em colaboração com os demais elementos do grupo presentes à distância; - o uso de sistemas de reunião online com recurso a vídeo, áudio e partilha de documentos – via *Adobe Connect* – demonstrou ser uma experiência valorizada pelos estudantes – dada a possibilidade de reunir mais vezes sem deslocação à universidade – e pelo professor – que facilmente podia reunir com os alunos onde quer que estivessem; - o uso destes recursos favoreceu indiretamente a criatividade dos alunos nas estratégias que se propunham a usar nas intervenções comunitárias do seu público-alvo.

Conclusão: Os recursos identificados foram assumidos como favorecedores de todas as intervenções comunitárias previstas e propiciaram experiências muito positivas nos docentes e alunos nelas envolvidos. Estas estratégias são apontadas como grande auxílio de adequada resposta académica junto dos alunos e comunidades que, cada vez mais, utilizam as novas TIC.

Palabras clave: Enfermagem - *Elearning* - Saúde comunitária - Saúde escolar

LAS AGENCIAS TOP 50 EN EL RANKING DE PUBLICIDAD EN IBEROAMERICA

AUTORAS

Estela Núñez Barriopedro y Almudena González del Valle

Universidad Internacional de La Rioja (España)

estela.nunez@unir.net; almudena.gdelvalle@unir.net

Esta actividad ha sido parcialmente financiada por UNIR Research (<http://research.unir.net>), Universidad Internacional de la Rioja (UNIR, <http://www.unir.net>), dentro del Plan Propio de Investigación, Desarrollo e Innovación [2013- 2015], Grupo de Investigación PROCOMM.

Los *ránkings* de publicidad tienen una alta repercusión en los medios, en la notoriedad de marca y prestigio de las agencias ya que sus resultados tienen gran capacidad para contener y simplificar las características de un sistema complejo. Los rankings de publicidad nacen en los años 70 en Estados Unidos y Reino Unido. Actualmente continúan siendo un fenómeno anglosajón para listar y ordenar según méritos las agencias de publicidad. Tradicionalmente, el objeto de evaluación de estos rankings han sido los ingresos de las agencias, aunque también se ha recurrido al uso de encuestas a expertos y minoritariamente al uso de premios en festivales.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de la posición actual de las agencias de publicidad de Iberoamérica en el Ranking Iberoamericano de Publicidad, el cual evalúa la calidad de las agencias a través de su trabajo publicitario y según una ponderación rigurosa de los premios que obtienen y los festivales en los que son galardonados. Asimismo el presente trabajo estudia la tendencia según su posición y puntuación en el ranking. El presente trabajo centra su atención en las top 50 del *ránking*.

En relación a la metodología del trabajo, previamente se ha clasificado los festivales en 4 categorías, que a su vez, se subdividen en dos categorías, nacional e internacional. Dentro de los festivales nacionales, se ha diferenciado los festivales mejor valorados llamamos “nacional” y “nacional +”. La categoría internacional a su vez se divide en dos grupos, “internacional +”, que recopila a los festivales de publicidad mundiales, e “internacional”, que agrupa a los festivales internacionales por regiones (festivales europeos y latinoamericanos). La ponderación de los premios se ha realizado utilizando valores similares a los de los festivales. Al premio de mayor categoría (Oro, Gran Premio, etc.) se le ha dado valor 1, y conforme baja la categoría de los premios se les ha ponderado con valor 2, 3, 4 y 5. Algunos festivales premian de manera extraordinaria uno o dos anuncios con reconocimientos que reflejan, el mejor anuncio del año de todas las categorías, como son es el premio de Platino del Festival el Sol; a estos premios se le ha dado valor 0,5, ya que de todos representan una insólita y poco común deferencia.

El cálculo del valor de las agencia para una edición se hace sobre los premios recibidos en los dos años anteriores lo que indica que es un ranking actual. Se analiza el periodo 2014-2015 para una muestra total de 775 y 538 agencias respectivamente en Iberoamérica.

Palabras clave: *Ránking* – Agencias de Publicidad – Ranking de anuncios – Premios de Publicidad – Diseño de ranking

POSICIONAMIENTO ACTUAL Y TENDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN VENEZUELA EN EL RÁNKING IBEROAMÉRICA

AUTORES

Estela Núñez Barriopedro y Almudena González del Valle
 Universidad Internacional de la Rioja (España)
estela.nunez@unir.net y almudena.gdelvalle@unir.net

Esta actividad ha sido parcialmente financiada por UNIR Research (<http://research.unir.net>), Universidad Internacional de la Rioja (UNIR, www.unir.net), dentro del Plan Propio de Investigación, Desarrollo e Innovación [2013- 2015], Grupo de Investigación PROCOMM.

La experiencia ha demostrado que territorios deprimidos económicamente, han desarrollado sus capacidades creativas basadas en el esfuerzo, el trabajo duro y en la necesidad de afrontar y superar las adversidades de las que han sido objeto. El presente trabajo contribuye a la mejora constante de la formación profesional del comunicador social venezolano, tanto en sus aspectos científicos, tecnológicos y éticos, como en lo referente a la adquisición de una conciencia social de actitud ya que pueden observar como el fruto de su trabajo es galardonado, clasificado y jerarquizado en el *ránking* iberoamericano de publicidad.

Los rankings de publicidad nacen en los años 70 en Estados Unidos y Reino Unido. Actualmente continúan siendo un fenómeno anglosajón para listar y ordenar según méritos las agencias de publicidad. Tradicionalmente, el objeto de evaluación de estos rankings han sido los ingresos de las agencias, aunque también se ha recurrido al uso de encuestas a expertos y minoritariamente al uso de premios en festivales. Los rankings de publicidad tienen una alta repercusión en los medios, en la notoriedad de marca y prestigio de las agencias ya que sus resultados tienen gran capacidad para contener y simplificar las características de un sistema complejo.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de la posición actual de las agencias de publicidad venezolanas y de sus anuncios en el *Ránking* Iberoamericano de Publicidad que evalúa la calidad de las agencias a través de su trabajo publicitario y según una ponderación rigurosa de los premios que obtienen y los festivales en los que son galardonados. Asimismo, el presente trabajo estudia la tendencia y realiza una clasificación de agencias y anuncios en cuartiles según su posición y puntuación en el *ránking*.

El cálculo del valor de la agencia para una edición se hace sobre los premios recibidos en los dos años anteriores lo que indica que es un *ránking* actual. Para el caso de Venezuela se analizan el *ránking* de anuncios 2012-2013 y el *ránking* de agencias 2014-2015 para una muestra total de 2.130 y 2.175 anuncios, 775 y 538 agencias respectivamente en Iberoamérica.

Palabras clave: *Ránking* – Agencias de Publicidad – *Ránking* de anuncios – Premios de Publicidad – Diseño de *ránking*

COMUNICAR EL *BRAND EQUITY*: MECANISMOS DE APRENDIZAJES CONDICIONADOS EN LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS CREATIVAS

AUTORES

Marian Núñez Cansado, Ana Sebastián Morillas y Daniel Muñoz Sastre

Universidad de Valladolid (España)

mariannc11@yahoo.es, ana.sebastianmorillas@gmail.com y danielmunozsastre@gmail.com

El *brand equity*, o valor marcario, es un concepto básico que cobra especial relevancia en los años 80. Su verdadera fuerza radica en su capacidad para establecer claras diferencias en el mercado ante los ojos del consumidor. Es un concepto que depende de la percepción del receptor, e influye en la opinión y en la forma de actuar respecto a la marca. Por lo que podría ser adoptado como un indicador de ventas.

Se trata de un valor activo intangible que refleja la relación existente entre el consumidor y la marca, relación que está sujeta a múltiples variables, entre ellas la propia experiencia y personalidad del sujeto. Esta circunstancia convierte esta labor en un difícil problema a resolver para el marketing que en muchas ocasiones soluciona en torno a las estrategias creativas de campañas publicitarias.

El trabajo académico ha proporcionado diferentes modelos para medir el valor de la marca dependiendo del enfoque en su medición, y basados principalmente en el valor financiero y/o en del consumidor. Metodologías como el Modelo de análisis conjunto de *Green & Srinivasan*, Modelo de *Farquhar*, y el Modelo de *Aaker*, han proporcionado análisis especializados en la percepción del consumidor y el efecto en la elección de una marca, teniendo en cuenta factores como los niveles de ganancia, factores económicos, etc. Pero todos ellos han dejado de lado el análisis del mecanismo que subyace al verdadero comportamiento del consumidor. Comunicar el *brand equity* supone diseñar estrategias creativas acordes con los aprendizajes del sujeto receptor.

Desde la perspectiva conductista presentamos estos mecanismos, que son vitales a la hora de crear estrategias creativas, que permitan diseñar y comunicar el verdadero valor de la marca. Las teorías conductistas presentan una perspectiva del comportamiento del consumidor que nos permite analizar desde el ámbito de la psicología el verdadero comportamiento del receptor ante los múltiples mensajes de *brand equity*.

La descripción de los mecanismos de aprendizaje desde las distintas posturas conductistas: aprendizaje clásico, operante e instrumental, marca pautas esenciales a tener en cuenta a la hora de crear mensajes publicitarios coherentes con los factores fundamentales del valor de marca.

Presentaremos en esta comunicación los mecanismos de aprendizaje condicionados que tienen lugar en los procesos de: el conocimiento de la marca, las asociaciones de marca y la calidad percibida, pilares esenciales en la comunicación del *brand equity*.

Palabras clave: *Brand equity* – Aprendizajes condicionados – Estrategias creativas

GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO PARA LA INNOVACIÓN EN UNIVERSIDADES: APRENDIZAJE UBICUO COMO ESTRATEGIA

AUTORES

Adán Enrique Oberto Blanco y Grecia del Pilar Oberto Villalobos

Universidad del Zulia y Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Bolivariana (Venezuela)

aoberto20@gmail.com y aoberto@cantv.net

El objetivo de la investigación es reflexionar sobre el aprendizaje ubicuo como una estrategia de gestión social del conocimiento (GSC) para la innovación en instituciones universitarias en áreas de fronteras. El trabajo identifica referentes teóricos sobre la GSC e innovación social (IS) y describir algunas experiencias de aprendizaje ubicuo.

La sociedad del siglo XXI dinámica y compleja, exige un nuevo contrato social entre las instituciones productoras de conocimiento entre ellas las universidades (Gibbons, 1998), (Gibbons, y col., 2003) y Echeverrya (2003), siendo la GSC una apropiada estrategia (Carrizo, Año) (Rodríguez y col. 2013) (Oberto, 2012) (Ramos, 2011); en correspondencia con la innovación social, desde una perspectiva de desarrollo (Gabor,1970), de política (Dagnino,2004) y territorialidad (Gutiérrez, 2004).

Se diría que estas aseveraciones son validos también para todo los actores que hacen vida al interior de la universidad, para lo cual el uso de los medios de comunicación, las tecnologías de información y comunicación (TIC) y las redes sociales resultan impostergables en la metamorfosis constante profesor-estudiante-aprendizaje.

El trabajo plantea ¿En qué medida el aprendizaje ubicuo se convierte en una estrategia validad de gestión social del conocimiento para la innovación desde las universidades? Para ello, se siguió una investigación descriptiva (Hernández, Fernández y Batista, 2010), de campo en el cual se requiere la observación directa (Bavaresco, 1997) (Martínez, 2006) y documental (Finol y Nava, 1996), con estudio caso (Stake, 1999; Martínez, 2006), considerando la técnica de análisis de contenido de Van Dijk 1995 (Peña y Pirela, 2007) para la fase documental y el enfoque sistémico de Miller y Huberman 1984 mediante análisis matricial (Coffey y Atkinson (2003) para el análisis de todos los datos. Se encontró preliminarmente que la gestión social del conocimiento para la innovación (GSCI) en instituciones universitarias comprende la capacidad de generar innovación social y aprendizaje ubicuo.

Esto pareciera orientado por una dinámica propia en la era del conocimiento (Castells, 2008) y del aprendizaje ubicuo (Burbules, 2012) individual y cooperativo y fuerte soporte de las TIC en usuarios informados, como forma de innovación (Dagnino, 2004), tanto en lo organizacional (Oberto, 2007) como social (Sao Pedro Filho, 2013): desde la universidad se amplía la base de participación de los ciudadanos en la sociedad del conocimiento incluyendo personas con discapacidad (Ferrer, 2014) y en áreas fronteras vulnerables.

Estas innovaciones asociadas con la accesibilidad de la información y el conocimiento para el individuo y el desarrollo local, exige el apoyado de políticas públicas de democratización del acceso a los sistemas en red; capacidad para desarrollar contenidos, desde las universidades; y usuarios expertos con necesidades identificas.

Palabras clave: Gestión social del conocimiento - Innovación social - Aprendizaje ubicuo

LOS CENTROS DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI): REFERENTES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PARA LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

AUTORES

Carlos Oliva Marañón y María F. Sánchez Hernández

Universidad Rey Juan Carlos (España)

carlos.oliva.maranon@urjc.es y maria.sanchez.hernandez@urjc.es

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) han propiciado la recuperación de información en distintos soportes en la era digital. Los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) han surgido como evolución natural del concepto de biblioteca tradicional.

Estas nuevas Unidades de Información, vinculadas a la investigación y al acceso a la información, han cambiado el rol profesional de los documentalistas, por lo que las distintas tipologías de usuarios (profesores, estudiantes, investigadores, profesionales, PAS, etc.) ven satisfechas sus demandas de información.

Estos centros ya están presentes en distintas Universidades españolas, con lo que se produce un mayor acceso a la información, así como su recuperación de forma rápida y eficaz en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras clave: CRAI – Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – Alfabetización informacional – Bibliotecas Universitarias Españolas

LOS MODELOS EAD, LOS CONOCIMIENTOS Y PRÁCTICAS DE ENSEÑANZA DEL TUTOR EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN TIPO DE DISTANCIA

AUTORES

Roberta Rossi Oliveira Palermo y Luciana Maria Giovanni

Pontificia Universidad Católica de São Paulo (Brasil)

roberta_rossi@ig.com.br, lmgiovanni@uol.com.br

La investigación en el desarrollo se dedica en el contexto de socialización profesional del tutor, de acuerdo con los modelos de educación a distancia y sus implicaciones para el conocimiento enseñanza y el papel del tutor en la educación superior en la distancia. El objetivo es reunir los elementos que caracterizan el conocimiento y tutores de los conocimientos básicos en la educación superior en la distancia, así como su desempeño profesional, lo que permite el reconocimiento del trabajo tutor como otra faceta de la enseñanza. Esta investigación incluirá una búsqueda en la literatura y, a continuación, la investigación documental y la investigación de campo en la enseñanza de los conocimientos, habilidades y prácticas profesionales tutor en la educación superior en la distancia. Como fuentes de apoyo teórico el estudio propone considerar autores que están relacionados con el área de la sociología de la educación, sobre todo cuando se trata de la enseñanza y el conocimiento de las relaciones que se establecen entre la enseñanza y la identidad profesional.

Con respecto a la comprensión de la naturaleza de la enseñanza y el conocimiento de sus fuentes de adquisición por Maurice Tardif y Danielle Raymond, así como para la comprensión de la enseñanza, Maurice Tardif y Claude Lessard. Para entender las condiciones necesarias para la enseñanza de la empleabilidad y su valor social, Denise Vaillant; Carlos Marcelo García, para entender el conocimiento de la experiencia adquirida en el espacio de la enseñanza, así como la formación y el desarrollo profesional; Claude Dubar, mención específica de otros autores para definir la enseñanza de identidad profesional; Lee Shulman para identificar el pensamiento del tutor y el conocimiento profesional básica para el ejercicio de su función docente; Daniel Mill para explicar el concepto de la enseñanza en la distancia; y Herbert Marcuse y Marin para definir y ampliar el concepto de la tecnología. El objetivo de la búsqueda en la literatura para identificar y caracterizar la investigación sobre este tema en las universidades, además de Brasil, Reino Unido, España, Portugal, Alemania, EE.UU., Canadá y Sul da África, así como la investigación de las perspectivas para el análisis actual de las obras seleccionado, que se definen como conocimiento explícito y tutores de los conocimientos básicos en la educación superior en la modalidad a distancia, y sus actividades profesionales que permiten el reconocimiento del trabajo como tutor docente.

Palabras clave: Educación a Distancia - Educación Superior - Educación y Profesor Tutor de Identidad - Conocimiento Enseñanza - Búsqueda Bibliográfica

LOS PROYECTOS DE COMUNICACIÓN EN LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL: CONCEPTUALIZACIÓN Y ANÁLISIS

AUTORA

Silvia Olmedo Salar

Universidad de Málaga (España)

silviaolmedo@uma.es

Los proyectos de comunicación en el marco de la Cooperación Internacional, denominada para el desarrollo, ha sido y son un bien escaso en el panorama de las acciones en dicho campo, careciéndose de un cuerpo de estudio que atienda su desarrollo e impactos (Olmedo Salar, 2013; Chaparro, 2009).

En España, las organizaciones que apuestan por los proyectos de comunicación en la Cooperación Internacional constituyen un grupo reducido, que a pesar de su número limitado, han promovido la comunicación como vía de empoderamiento ciudadano y de construcción de valores democráticos. Sin embargo, se plantea necesario definir y poner en valor los proyectos de comunicación como propuestas ineludibles en las convocatorias y para ello, se precisa fijar una conceptualización clara y consensuada.

Este trabajo pretende ofrecer una propuesta de conceptualización de los proyectos de comunicación en el ámbito de la Cooperación Internacional y facilitar pautas para su análisis e identificación, aspectos que contribuyen a la solvencia de estas iniciativas.

La metodología utilizada se nutre de una revisión descriptiva del estado de la cuestión y se ofrecen los resultados del análisis cuantitativo de los proyectos de comunicación realizado por las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) españolas en el decenio 2001-2011. Los resultados obtenidos forman parte de la tesis doctoral titulada “La comunicación en la Cooperación Internacional Española. Análisis de los proyectos de las ONG (2001-2011)” (2013).

Palabras clave: Cooperación Internacional – Proyecto – Comunicación – España – ONGD

RADIO Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL: ALIANZA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN LATINOAMÉRICA

AUTORA

Silvia Olmedo Salar
Universidad de Málaga (España)
silviaolmedo@uma.es

La radio como medio analógico y digital en el marco de la Cooperación Internacional, denominada para el desarrollo, está posibilitando modelos comunicacionales de gran incidencia social en el fortalecimiento del enfoque de género como valor necesario en la construcción de valores democráticos y de justicia social.

En dicha dirección, y bajo el auspicio de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), se han impulsado propuestas de comunicación que se constituyen en iniciativas de referencia en la lucha por la igualdad de género. Esta circunstancia se produce a pesar de que los proyectos de comunicación en la Cooperación Internacional española continúan siendo los hermanos menores en las acciones desarrolladas al amparo de los Planes Directores de la Cooperación Internacional Española.

El presente trabajo persigue poner en valor la comunicación como hoja de ruta en las acciones de la Cooperación Internacional y el impacto que tiene en sus ámbitos de actuación aquellas iniciativas que aplican el enfoque de género. Para el logro de este objetivo se ofrecen los resultados del estudio y análisis de Radio Atipiri, situada en la localidad de El Alto (Bolivia), y que lleva a sus espaldas un recorrido de más de una década trabajando con mujeres.

La metodología aplicada se basa en entrevistas semiestructuradas y un análisis descriptivo crítico del objeto de estudio, que permite aproximarnos a una experiencia comunicacional en el territorio latinoamericano.

Palabras clave: Cooperación Internacional – Género – Comunicación – Radio – Latinoamérica

SEO: EL POSICIONAMIENTO EN INTERNET COMO CLAVE PARA LAS PYMES

AUTORA

Eglée Ortega Fernández

Universidad Complutense de Madrid (España)

egleeort@ucm.es y eglee17@gmail.com

El crecimiento constante de internet y su uso en el mundo contempla miles de millones de personas y se espera que a finales del año 2015, el número roce los 3.000 millones de usuarios. Así lo plantea Internet World Stats, en su web www.inerttetworldstas.com, que detalla en los resultados de sus más recientes estudios que, para junio de 2014, España contaba con un total de 35.705.141 usuarios de internet, y que la red tiene una penetración en toda Europa del 70,5%. Estas cifras hablan de un mundo conectado, de un mundo que cada vez más tiene acceso a millones de productos, servicios e información, gracias a Internet.

El Consumer Barometer 2015, herramienta impulsada por Google, refiere que en España Internet se utilizó en el 57% de las compras para buscar y comparar precios, encontrar la dirección de un negocio o averiguar la disponibilidad de un producto. Lo que demuestra que cada vez es más rentable la inversión en el medio online.

El Informe de la Sociedad de la Información (2014), publicado anualmente por Telefónica, resalta que las edades de los usuarios que se conectan a diario en internet van desde los 16 a los 24 años, y son considerados como el porcentaje de usuarios intensivos de la red, sumando el 96,2% del total. Telefónica agrega que más del 74,4% de la población mundial se conecta a internet y más de la mitad de los españoles la utiliza a diario. Estas cifras no pueden dejarse de lado al pensar en una estrategia de comunicación y mercadeo, por muy pequeña que sea la empresa. Al pensar en las múltiples posibilidades que puede tener una Pyme dentro del mundo digital, el posicionamiento orgánico o SEO se presenta como una de las opciones con más ventajas por su coste moderado, resultados en el tiempo y retribución en reconocimiento de la marca o servicio.

El SEO, Search Engine Optimization (por sus siglas en inglés), se traduce como la Optimización de Motores de Búsqueda o Posicionamiento en Buscadores, y tiene como principal objetivo la visibilidad de una web, en un área específica, sin inversión monetaria, por eso es llamado posicionamiento orgánico y por eso suele resultar un recurso clave para las pequeñas y medianas empresas, definidas por el número de empleados que tienen, y deben ser entre 0 y 249 asalariados.

Según el informe elaborado por la Dirección General de la Industria y de la Pyme del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, llamado Retratos de las Pymes 2014, al 1 de enero del 2013 existían en España 3.142.928 empresas, de las cuales el 99,88% son calificadas como pymes.

Por su parte, Sisco De Andrés (2010) señala que, según un estudio realizado por Netcraft, en enero del año 2008 ya existían 155.583.825 páginas en toda la red, por lo que es fundamental que cada empresa, bien sea de productos o de servicios, se ocupe de su posicionamiento y cuide la visibilidad que tiene en los buscadores.

Cuando sabemos que nuestro público objetivo está utilizando como medio de información y búsqueda internet, es allí hacia donde debemos dirigir el esfuerzo, teniendo siempre unos objetivos claros que se adapten a la realidad del presupuesto y tiempo a invertir.

Palabras clave: Posicionamiento – Público objetivo – Internet – Pymes – Comunicación digital

MODELO DE EVALUACIÓN EDUCOMUNICATIVA EN EDUCACIÓN VIRTUAL. EL CASO DE LA UNIVERSIDAD MANUELA BELTRÁN VIRTUAL DE COLOMBIA

AUTORES

Sara Osuna Acedo y Javier López Martínez

Universidad Nacional a Distancia (España) y Universidad Manuela Beltrán (Colombia)

sosuna@edu.uned.es y javier.lopez@umb.edu.co

La virtualidad es una gran oportunidad y opción de formación actualmente. La educación virtual aporta al estudiante en el desarrollo de altas competencias académicas, profundamente relacionadas con procesos individuales y autónomos del aprendizaje, que influyen directamente al desarrollo de altos niveles de responsabilidad y autogestión, pues es el mismo sujeto quien “administra” su proceso de formación. Esto, claro, acompañado de un equipo docente, de unas estrategias comunicativas y evaluativas muy sólidas y de una excelente plataforma tecnológica que se convierten en una unidad integral e indispensable para que un estudiante virtual egrese con cuantiosas competencias, muchas más que si lo hiciesen desde la educación presencial pues deben desarrollar más su proceso de autogestión.

El gran reto es que la educación virtual en su estructura y organización pueda establecer criterios de calidad que le garanticen validez y efectividad en su desempeño de educación y evaluación permitiendo una confianza y firmeza en el proceso de formación, estando a la vanguardia con los estándares internacionales de calidad. La Universidad Manuela Beltrán de Colombia ha centralizado su acción en el proceso educativo. Cabe señalar que ha diseñado un modelo educocomunicativo y evaluativo sistemático e integral de acuerdo y en consonancia con las necesidades e intereses de la sociedad.

Esta ponencia presenta ese Modelo de Evaluación diseñado para la Unidad de Educación Virtual de la Universidad Manuela Beltrán desde su proceso educocomunicativo, siendo un proceso educativo que ofrece nuevas reglas, personas y ambientes en la interacción, que no se encuentra sujeta a restricciones de tiempo y espacio pero sí requiere herramientas de comunicación. Este trabajo es resultado de un proyecto de investigación desarrollado como estudio de caso, desde la revisión documental, observación y el análisis de percepción. Se reconoce la evaluación como un asunto transversal al proceso educocomunicativo por lo cual debe dar cuenta del proceso de comunicación para el aprendizaje desde el ingreso al esquema educativo, durante el proceso de formación y hasta cuando concluya. Se proponen tres componentes de evaluación en el proceso educocomunicativo: evaluación de competencias, autoevaluación del proceso y desempeño, proyección social y proceso de calidad.

Así, el propósito en esta ponencia es presentar los resultados del proyecto de investigación doctoral “Comunicación y Evaluación del aprendizaje en ambientes virtuales”, en este proyecto se procura establecer las condiciones en virtud de las cuales la educación virtual se convierte en un modo de pensar las competencias para la vida misma. De esta manera, se vio la necesidad de analizar los procesos de educación de la Educación Virtual de la Universidad Manuela Beltrán de Colombia que permiten la evaluación y con esto consolidar criterios y parámetros de acuerdo a su propio modelo, que satisfacen las necesidades e intereses particulares de la modalidad virtual, desde el modelo interactivo basado en TIC. Así se logra consolidar unas orientaciones para el diseño de un modelo de evaluación en escenarios de educación virtual.

Palabras clave: Educomunicación - Modelo de evaluación - Educación virtual - Competencias - Aprendizaje - Educación superior

EL ÉXITO DE TWITTER PARA ACERCARSE A LA CIUDADANÍA: ESTUDIO DE @GUARDACIVIL Y @POLICIA

AUTORA

Graciela Padilla Castillo

Universidad Complutense de Madrid (España)

gracielp@ucm.es

Esta investigación se acerca a la historia y a la presencia actual en la red social Twitter de los dos organismos españoles más importantes de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado: Guardia Civil y Cuerpo Nacional de Policía. Explicaremos su evolución, el porqué de sus cuentas, @Guardiacivil y @policia; así como las nuevas y mejores estrategias para acercarse al ciudadano-consumidor-cibernauta del siglo XXI.

El último Estudio General de Medios de abril 2014 a marzo 2015 (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC) fijó que los y las españoles consumen una media de 239 minutos de televisión cada día. Por otro lado, el 65,4 por ciento navegó por Internet. Los datos de penetración del primer medio no han variado mucho entre las oleadas de 1997 y 2015. Los porcentajes siempre han fluctuado entre los 90 y los 87 puntos, como el máximo y el mínimo valor, respectivamente. Sin embargo, Internet ha vivido un crecimiento exponencial, que apenas partió de cero. Un 0,9 por ciento en 1997 y un 65,4 por ciento en la última oleada. La televisión podría estar tranquila al ver que sus porcentajes han variado poco con la aparición y el desarrollo de la gran red cibernética. Los puntos que ganaba Internet no han salido, en España, de los puntos de la televisión; aunque muchos expertos digan lo contrario.

Internet se convierte en el gran reto y a la vez, mejor compinche de los demás medios tradicionales. El mundo de la comunicación convencional se ve obligado a reinventarse, cuando el mundo de Internet crece tan vertiginosamente. De cero a sesenta y cinco puntos, en poco menos de dos décadas. Este crecimiento sin precedentes, incomparable al nacimiento y expansión de cualquier otro medio de comunicación de masas, hace que la comunicación tradicional deba reinventarse. Para evitar debacles más que posibles a la luz de los datos y del comportamiento del consumidor. Son nuevos paradigmas de la comunicación. El ciudadano-consumidor-espectador cambia porque ahora, también es cibernauta. Y quizás, es cibernauta antes que todo lo demás. Quiere mantener todos sus roles unidos y de ahí, esa complicidad obligada, pero enriquecedora, entre los medios anteriores e Internet.

Por ello, es necesario pensar en redes sociales. Las presencias del Cuerpo Nacional de Policía y de la Guardia Civil en Twitter son un excelente ejemplo de ese cambio radical de los paradigmas de comunicación, que citábamos anteriormente. La ciudadanía ya no demanda la información y la comunicación de antaño. Tampoco le basta con tener una Web accesible, donde ver notas de prensa, teléfonos de información y archivos históricos. Necesita sentirse parte, saberse escuchado por los funcionarios que le protegen y entender que las instituciones se acercan a la ciudadanía. Además, @Guardiacivil y @Policia lo hacen respeto y con humor; y su éxito es digno de estudio y de imitación para otras cuentas institucionales.

Palabras clave: *Twitter* – Policía – Guardia Civil – Comunicación Institucional – Humor

MODELOS TEÓRICOS EXPLICATIVOS DE LA TOMA DE DECISIONES

AUTOR

Javier Páez Gallego

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

javier.paez.gallego@gmail.com

La labor docente universitaria ha de poner un énfasis especial en el desarrollo de la capacidad de toma de decisión del alumnado, en la medida en que dicha capacidad se lleva a cabo en el desempeño profesional. No obstante, es necesario conocer los modelos teóricos que estudian la toma de decisión para diseñar acciones educativas eficaces dirigidas a ello.

El siglo XVII marcó el comienzo del estudio sobre la toma de decisión. Estos primeros trabajos fueron pioneros en la elaboración de modelos matemáticos que trataban de encontrar regularidades en la conducta óptima durante la realización de tareas de decisión en el juego de azar, incluyendo como criterio de discriminación la racionalidad en la cognición de la tarea decisoria. Este componente racional, cuyo nivel de importancia es fundamental en la descripción de los preceptos teóricos básicos de cada modelo, marcó la dicotomía que, a partir de ese momento, rige el estudio de la conducta decisoria: en primer lugar, los modelos que buscan explicar cuál es la mejor forma de decidir *-modelos normativos-* y, en segundo lugar, los modelos que tratan de describir cómo de hecho deciden las personas *-modelos descriptivos-*.

Cada uno de estos modelos está fundamentado en el enfoque psicológico de la teoría de la decisión, por lo que cualquier aproximación teórica pasa por el análisis del paradigma paramétrico anteriormente descrito. Dentro de este modelo se engloban los enfoques *normativo*, *prescriptivo* y *descriptivo*. Este modelo presenta puntos de acuerdo y divergencia respecto al objeto de estudio. Por un lado, los paradigmas *normativo* y *descriptivo* tienen una conceptualización común de la toma de decisión y de los elementos que la componen. Sin embargo, el objetivo de cada uno de ellos difiere sustancialmente, pudiéndose distinguir una intención normativa de la forma más efectiva de decidir y una motivación descriptiva de los fenómenos que, de hecho, ocurren durante una toma de decisión real. De estas motivaciones surge el modelo *normativo*, el modelo *descriptivo* y el *prescriptivo*. (Aguiar, 2004).

No obstante, la práctica de la tarea decisoria cotidiana de las personas no se entiende de manera radical por ninguno de los tres modelos *-normativo, descriptivo y prescriptivo-*, por lo que se propone un modelo integrador que aúne los principios teóricos de estos tres que mejor expliquen la efectividad de la tarea decisoria con la comprensión e incorporación de los sesgos y heurísticos que de hecho se emplean.

Palabras clave: Heurístico - Racionalización - Resolución de problemas - Toma de decisiones - Teoría de la decisión

DISEMINACIÓN DEL CONOCIMIENTO TÁCITO EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR QUE VIVEN UN CAMBIO

AUTORES

Elsa Beatriz Palacios y Manuel Flores Fahara

Tecnológico de Monterrey (México)

bpalacios@itesm.mx y manuel.flores@itesm.mx

Esta ponencia presenta los resultados de una disertación doctoral que busca aportar mayor evidencia empírica para responder a la pregunta ¿cuáles son las estrategias para la diseminación del conocimiento tácito en una institución de educación superior que vive un cambio?. El enfoque del estudio partió de una revisión de literatura sobre los temas de aprendizaje organizacional y liderazgo educativo.

De acuerdo a los autores de la literatura revisada, los constantes cambios del entorno reclaman actualmente ajustes en las organizaciones, incluidas las educativas. Una organización debe asegurar un aprendizaje organizacional para maximizar su base de conocimiento y con ello poder desarrollar de forma sostenida una ventaja competitiva que le permita enfrentar los retos del contexto cambiante (Senge,1990, Nonaka,1994). Las escuelas representan una de las organizaciones más complejas y retadoras para el tema de aprendizaje organizacional (Collinson y Cook, 2007), ya que entre otras cosas, son consideradas como tradicionales y resistentes al cambio (Schulz y Geithner, 2010). La fase de diseminación del conocimiento se convierte en estratégica (DiBella y Nevis, 1998), más cuando se enfoca en la generación y transferencia de conocimiento tácito, que de acuerdo a los autores revisados, es el más estratégico para el aprendizaje organizacional(Kikoski y Kikoski, 2004). Para organizaciones en general, existen barreras para la diseminación del conocimiento, tales como problemas de comunicación, falta de claridad en los objetivos de colaboración, falta de incentivos organizacionales y falta de tiempo de los integrantes (Seider-de Alwis y Hartmann, 2008).

Ya en el ámbito de las instituciones de educación, Collinson y Cook (2007) resaltan el hecho de que la falta de colaboración entre los integrantes de estas instituciones, especialmente entre profesores, puede relacionarse con aspectos de estructura y normas; el ambiente de la organización puede ser tan “tóxico” que aísla a los integrantes evitando el intercambio y la colaboración.

Por sus características, el estudio siguió un método de caso único, apoyado en entrevistas semiestructuradas, revisión de documentos y observación participante. Para el caso se seleccionó un área de una institución de educación superior mexicana que vivía un cambio organizacional, de la cual se entrevistaron a 20 integrantes que representaban diferentes roles y niveles organizacionales. En los resultados se encontró que una institución de educación superior que vive un cambio, debe establecer estrategias que le permitan entender la naturaleza del conocimiento tácito y relacionar sus prácticas formales e informales de diseminación. Por su impacto en el conocimiento tácito, se debe dar valor a los procesos informales, apoyando prácticas de interacción y comunicación informales y creando un ecosistema para la diseminación que integre a los diferentes perfiles de integrantes de la institución, en cinco redes de aprendizaje identificadas en el estudio. También se identificaron facilitadores y barreras que influyen en las prácticas de diseminación durante un cambio organizacional.

Palabras clave: Aprendizaje organizacional - Diseminación del conocimiento - Conocimiento tácito - instituciones de educación

INSIGNIAS DIGITALES COMO ELEMENTO MOTIVADOR EN EL ALUMNADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA: UNA EXPERIENCIA DE AULA

AUTOR

José Palazón-Herrera
Universidad de Murcia (España)
jpalazonherrera@um.es

Introducción. Las insignias digitales (del inglés digital badges) empiezan a ser cada vez más utilizadas en el ámbito educativo. Su uso más extendido se viene dando en la actualidad principalmente en los cursos masivos online o MOOC (Massive Open Online Courses), en los cuales se tienen en cuenta una serie de aspectos motivadores en este tipo de enseñanza, tratándose, por tanto, de justificar y motivar el aprendizaje de los estudiantes. Para algunos autores (Acosta, Escribano y Valderrama, 2014) las insignias, acreditaciones o certificados, son un elemento a tener en cuenta como componente motivador en el aprendizaje de los estudiantes. Las insignias, además, sustentan su éxito en el prestigio que un estudiante puede obtener dentro de un determinado círculo social. No obstante, en este trabajo las insignias se contemplan desde el ámbito educativo de la educación secundaria, desde el convencimiento que de las mismas pueden ser un elemento motivador para el alumnado en el proceso de aprendizaje así como ser un aliciente para la realización de diferentes tipos de tareas o proyectos.

Objetivos. El principal objetivo de este trabajo es evaluar la motivación del alumnado en la realización de diferentes proyectos musicales a través de la entrega de insignias como reconocimiento a la realización y consecución de ciertas tareas musicales que buscan cierto nivel de excelencia en el resultado final de cada proyecto. **Sujetos y métodos.** Alumnos de la asignatura de Música de 4º de ESO participan en la realización de tres proyectos musicales. A través de dos cuestionarios (pre y post) se evalúa el nivel de motivación del alumnado en lo que respecta a la utilización de insignias como método de evaluación, pero también de recompensas. **Resultados.** Los datos obtenidos en los cuestionarios ponen en evidencia que los alumnos se han sentido enormemente motivados con el sistema de insignias como elemento evaluador de la calidad de los trabajos presentados.

Conclusiones. Las insignias han supuesto un método válido para evaluar la realización de ciertas tareas o proyectos, resultando igualmente un elemento muy motivador para el alumnado que busca cierta perfección en los trabajos que realiza. No obstante, sería interesante comprobar si esta motivación se mantiene en el tiempo, por lo que convendría, para próximas investigaciones, hacer un seguimiento pormenorizado a lo largo de un mayor período de tiempo, recabando datos objetivos de los resultados obtenidos por los alumnos así como de su nivel de motivación y ver si dichos resultados pueden estar influenciados en cierta manera por un factor de novedad en el sistema de evaluación empleado.

Palabras clave: Insignias - Música en Educación Secundaria - Trabajo por proyectos

VÍDEO WEB 2.0 ENRIQUECIDO COMO HERRAMIENTA DE APOYO A LA ENSEÑANZA MUSICAL

AUTOR

José Palazón Herrera
Universidad de Murcia (España)
jpalazonherrera@um.es

Introducción. La utilización del vídeo en el ámbito educativo no es nueva. Sin embargo sí se ha dado una evolución exponencial en el vídeo con el paso de lo analógico a lo digital. Si por extensión, el vídeo digital se implementa con elementos que, hasta hace poco, no eran propios de este medio (contestar preguntas a la vez que se visualiza un vídeo, realizar algún cuestionario, tener enlaces externos al vídeo que nos amplíen la información, etc.), se habrá conseguido un tipo de vídeo enriquecido que puede convertirse en una herramienta con un gran potencial para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

El vídeo interactivo enriquecido proveniente de la Web 2.0 amplía las posibilidades narrativas del formato audiovisual digital, posibilidades que, en este artículo, se pondrán al servicio de la enseñanza musical, más concretamente en el ámbito del análisis de temas musicales. En el análisis de temas musicales la dimensión audiovisual enriquecida de los contenidos puede convertirse en una herramienta muy útil para que el alumnado de música (en este caso, en la Educación Secundaria) adquiera habilidades de análisis musical a través de elementos como la forma o estructura de una composición, el análisis de las texturas o combinaciones momentáneas de los sonidos, así como, en última instancia, la discriminación tímbrica o instrumental de las piezas analizadas. En este artículo se presenta cómo se ha utilizado vídeo digital enriquecido para mejorar el resultado de los alumnos en materia de análisis musical.

Objetivos. El principal objetivo de este trabajo es evaluar de forma experimental si la utilización de una herramienta proveniente de la Web 2.0 (vídeo interactivo) puede influir positivamente en los resultados de aprendizaje así como en la motivación con el uso de la herramienta.

Sujetos y métodos. Se comparan los resultados obtenidos en las pruebas de análisis musical entre un grupo control (material tradicional: esquemas de análisis impresos y CD) y un grupo experimental (herramienta web 2.0: vídeo interactivo o enriquecido con las mismas anotaciones que las utilizadas en los esquemas impresos).

Resultados. Los datos obtenidos de las calificaciones de los grupos control y experimental en los exámenes de análisis musical indican que la utilización de vídeo digital enriquecido –comparada con la aplicación de metodologías más tradicionales- mejora la capacidad analítica del alumnado en algunas de las variables analizadas, encontrándose diferencias estadísticamente significativas. Igualmente, los alumnos que utilizan vídeo enriquecido muestran su satisfacción con el uso de la herramienta.

Conclusiones. En este trabajo se ha conseguido utilizar la tecnología de vídeo de manera efectiva a través del diseño de una herramienta que ha servido a propósitos didácticos y a la consecución de unos objetivos claramente delimitados de antemano. Por ello, creemos que la utilización de vídeo digital enriquecido puede atender necesidades del alumnado que, difícilmente, pueden ser atendidas por otros medios, como aquí se ha demostrado.

Palabras clave: Vídeo digital enriquecido - Web 2.0 - Análisis musical - Música en Secundaria

LA RESTAURACIÓN BAJO EL REINADO DE ALFONSO XII DESDE LA PERSPECTIVA DEL AUDIOVISUAL

AUTORA

Esther Pallardó Pardo

Universitat Jaume I de Castellón (España)

esther.pallardo@gmail.com

El análisis de material audiovisual se constituye, hoy en día, en una importante fuente documental que puede ayudar, en gran medida, a la construcción del cuerpo documental en un trabajo de investigación. A través de este medio, se pueden apreciar datos y percepciones de la época objeto de estudio y de los actores del momento. En este sentido, las películas serán visionadas y registrados los datos, las valoraciones y las sensaciones que transmiten de la época objeto de estudio, contribuyendo a la recreación de la realidad y convirtiéndose en un canal, como otros de corte más convencional, para transmitir lo que sucede y los puntos de vista que no dejan de formar parte de la construcción de acontecimientos y representación de la realidad.

A pesar de que algunos autores se cuestionan la validez del registro audiovisual así como el interés científico de su contenido o las variables de su relato, a la hora de tenerlo como instrumento en los trabajos de investigación, desde nuestro punto de vista, es importante tenerlos en cuenta, sobre todo en el análisis de materiales de contenido histórico al considerar la aportación que puede suponer la recreación de las vivencias en una época a través de la luz, el color, el escenario, la escenografía, las conversaciones, los gestos, los silencios y un largo etcétera de variados datos, que nos permiten un mayor acercamiento al texto y al contexto.

En este trabajo se analizan las películas: ¿Dónde vas Alfonso XII? y ¿Dónde vas triste de ti?, con el objeto de realizar una aproximación a la época de la Restauración bajo el reinado de Alfonso, significando el audiovisual una nueva forma de expresión, un nuevo lenguaje, que nos permite acercarnos a la realidad de la época desde una nueva lectura más dinámica y creativa, pero no menos creíble, puesto que su lectura se realiza confrontándolo con la investigación y los conocimientos adquiridos de los acontecimientos de la época, a través de la bibliografía y a través de las publicaciones periódicas de la época, previamente analizadas.

Palabras clave: Audiovisual - Cine - Prensa periódica Castellón - Restauración - Alfonso XII - María de las Mercedes - Pacto del Pardo - M^a Cristina - Canovas - Sagasta

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

AUTORES

Davinia Palomares Montero y María José Chisvert Tarazona

Universidad de Valencia (España)

davinia.palomares@uv.es y maria.jose.chisvert@uv.es

The confidence shock related to the economic crisis has affected Southern Europe Countries. In these conditions, some governments are promoting entrepreneurship. The main focus of entrepreneurship is the business context. However, a broader view is required. Entrepreneurial activity can also generate social benefits and there is consensus on the potential of education to provide training related to social entrepreneurship. Teaching social entrepreneurship is different from teaching business competences and involves different perspectives. We apply the content analysis method to conduct a critical review of university degrees offered by public universities in Valencia, and analyze how students are trained in social entrepreneurship. The units of analysis are 32 degree course outlines in social and legal studies fields offered in Valencia's Public Universities.

Later on, to surveying the content validity, the inventories were delivered to an expert group and they analyzed the content along with the researcher in an expert group meeting. Results of our analysis show that moral and social dimensions awarded much less importance while training is mainly focused on intellectual one. Moreover, expert team affirms that moral and social competencies of social entrepreneurship are left in the hands of hidden curriculum. This study contributes to discussions on the development of pedagogical models to teach competence in social entrepreneurship, and to the debate on a new conceptualization of social entrepreneurship.

Key words: Content analysis - Entrepreneurship competences - Social entrepreneurship - University degree course description - Universities

¿QUÉ ENSEÑA LA ESCUELA A LA UNIVERSIDAD? APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS EN UNA FACULTAD DE EDUCACIÓN INFANTIL Y PRIMARIA

AUTORAS

Davinia Palomares Montero, María Dolores Soto González y María José Chisvert Tarazona
Universidad de Valencia y Florida Centro de Formación de Catarroja (España)
davinia.palomares@uv.es; lsoto@florida-uni.es y maria.jose.chisvert@uv.es

Este trabajo parte de la presunción de que la formación universitaria del profesorado de educación infantil y primaria amplía su conocimiento si es capaz de aprovechar lo que emana de las escuelas. Se establecería de este modo un *continuum* en la construcción de conocimientos entre ambas instancias. La complicidad entre la teoría y la práctica nace de la necesidad de observar los supuestos teóricos de las prácticas, así como las prácticas que se deducen de las teorías.

De esta forma, la relación universidad-escuela permitiría que la distancia existente entre las afirmaciones teóricas que se desarrollan en la Universidad, las cuales invocan una realidad, vean el sentido vivo en la escuela, espacio de conocimiento práctico. La experiencia que se presenta es una iniciativa desarrollada en tercer curso de los Grados de Educación Infantil y Primaria por Florida Universitaria, centro adscrito a la Universidad de Valencia.

El objetivo del presente trabajo es relatar como la formación del estudiantado universitario en las escuelas posibilita el aprendizaje competencial. Currículum como proceso que invita a la reflexión sobre qué enseñar y aprender, sin obviar respuestas al para qué, al cómo, o al qué, cómo y cuándo evaluar. La metodología aplicada se basa en el Aprendizaje Basado en Problemas.

Esta metodología, por un lado, permite la adquisición de contenidos propios de las asignaturas y, por otro lado, permite crear una actitud favorable hacia el trabajo en equipo. Los resultados muestran como el aprendizaje profesional en las escuelas lleva al estudiantado a una práctica reflexiva que amplía sus competencias docentes.

Palabras clave: Aprendizaje profesional – Competencias – Aprendizaje Basado en Problemas – Formación en alternancia – Relación Universidad-Empresa

QUINCENA DE ARTE DE MONTESQUIU (BARCELONA -ESPAÑA-): ANÁLISIS DE UNA EXPERIENCIA DOCENTE PARA REVISAR LOS LÍMITES PROPIOS DE LA CREACIÓN PLÁSTICA

AUTORES

Ana M^a Palomo Chinarro, Joan Frígola Reig y Guillem Marca Francés
Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)
anna.palomo@uvic.cat, joan.frigloa@uvic.cat y guillem.marca@uvic.cat

El exceso de academicismo, la falta de encuentro y la relación vertical que han caracterizado a las diferentes generaciones de artistas visuales de las últimas décadas, han marcado la evolución del arte contemporáneo en el estado español. Artistas, críticos, académicos, distribuidores e incluso políticos han tratado el arte desde ópticas tan distantes que su relación se ha basado más en una confluencia de intereses que en un, muy necesario, acercamiento entre los diferentes ámbitos.

Es por ello que en este artículo analiza un caso pionero: la QUAM-Quincena de Arte de Montesquiu (Barcelona -España-). Esta experiencia docente nació, hace más de veinticinco años, con la idea de convertirse en un espacio común imprescindible para alejar a los artistas de las urgencias conceptuales, de los simples procesos de producción y promoción... y conseguir que se acomodasen en la pluralidad del pensamiento, el rigor del debate, el reconocimiento de la diferencia y sobre todo, que recibiesen el estímulo necesario para enfrentarse y revisar los límites propios de la creación plástica. Durante el análisis nos remitimos, sin duda alguna, al marco en el que se sitúan otras iniciativas del estado español, que se han desarrollado de manera más o menos simultánea, como son los Talleres de Arte Actual, en Madrid, o Arteleku, en San Sebastián.

La QUAM pretendía consolidarse con los años en un espacio de reflexión –fórum-, en un espacio de formación -*workshop*- y en un espacio pensado como plataforma para la presentación de proyectos afines al marco general de las diferentes ediciones –escenario-. Estudiamos, mediante entrevistas y textos redactados para las diferentes ediciones, la aportación a estos espacios de algunos personajes del mundo del pensamiento, la crítica y la producción artística vinculados a la experiencia; a saber: José Luis Brea, José Lebrero Stäls, Mar Villaespesa, Kewin Power, Francisco Jarauta, Jeffrey Swartz, Juan Vicente Aliaga, Antoni Llena, Hans Peter Kuhn, Margarita Rivière, Lluís Pasqual, Pere Portabella, Ignacio Ramonet, Toni Negri, Maurizio Lazzarato, Ute Meta Bauer, Rubén Gallo, Eugeni Bonet, Mario Perniola, Jorge Luis Marzo, David G. Torres, Karin Frei, Eva Lootz, Xabela Vargas, Pedro G. Romero, Curro González, Antoni Abad, Albert Oehlen, Hannah Collins, Perejaume, Rodney Graham, Antoni Muntadas, Juan Hidalgo, Joan Fontcuberta, Jana Sterbak, Santiago Sierra, Bert Theis, Fabrice Hybert, Rirkrit Tiravanija o Patty Chang, entre otros.

Finalmente algunos de los alumnos participantes de las diferentes ediciones nos dan cuenta de si realmente la QUAM ha conseguido ser una experiencia docente válida para completar la formación de las generaciones emergentes de artistas a los que algún día ellos mismos pertenecieron.

Palabras clave: Artes Visuales - Límites creación plástica - Experiencia docente

LÍNEAS DE I+D+i EN MATERIA DE BIOMASA PARA LA INDUSTRIA ENERGÉTICA EN LA UNIÓN EUROPEA

AUTOR

José Pablo Paredes Sánchez
Universidad de Oviedo (España)
paredespablo@uniovi.es

La demanda creciente de energía y el carácter limitado de los recursos energéticos tradicionales, como el carbón o el petróleo, constituye una preocupación para el suministro energético mundial. Un problema adicional, que es preciso solucionar, es la emisión durante su combustión de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

Las fuentes de energía renovables juegan un papel clave para mitigar los impactos del calentamiento global y la dependencia energética en la actual política energética de la Unión Europea (UE). La UE viene adoptando medidas para estimular el uso de la biomasa, como el “Plan de Acción sobre la Biomasa”. Esta situación permite que la producción de energía primaria con biomasa en la UE alcanzara las 80,1 Mtep en 2010.

En la actualidad, los Estados Miembros Europeos deben establecer los mecanismos necesarios a través de los denominados “Planes de Acción de Energías Renovables” (PANER) para incrementar el aprovechamiento de la biomasa con el objetivo puesto en el año 2020. En una Europa donde el principal productor de energía primaria con biomasa sólida es Alemania con 12,2 Mtep seguido de Francia con 10,5 Mtep, España ocupa el sexto lugar, pues la biomasa supone apenas un 42,2 % de la producción primaria con energías renovables, lejos del 67,6 % de la UE-27. La tendencia marcada, ya sea tanto en aplicaciones térmicas como eléctricas, es su crecimiento sostenido.

En base a este contexto, el objetivo de la presente trabajo es analizar el potencial energético de la biomasa como recurso energético para el desarrollo de aplicaciones industriales. Para ello, se presentan Proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) que contribuyan al “Desarrollo Energético Sostenido y Sostenible” teniendo en cuenta tres pilares fundamentales Economía, Tecnología y Política.

La seguridad en el suministro y la sostenibilidad medioambiental son dos cuestiones importantes en relación con el uso de biocombustibles en la industria. Las tecnologías de aprovechamiento eficiente contribuyen a la gestión sostenible de los recursos. En algunos casos, pueden llegar a transformar residuos (“wastes”) en nuevos recursos (“resources”). El almacenamiento de energía como biomasa se produce principalmente en entornos agrícolas y forestales. Esta situación, pone en disponibilidad un recurso renovable capaz de limitar los efectos ambientales y económicos nocivos derivados del aprovechamiento energético de los combustibles fósiles. En este sentido, la industria, especialmente la agro-alimentaria demanda de nuevas líneas de trabajo e investigación sobre bioenergía, pues consume el 70,3 % de la energía de biomasa que se produce en España.

Palabras clave: Biocombustible – Energía – Industria – Investigación

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN MATERIA DE BIOENERGÍA. PATENTES INDUSTRIALES

AUTOR

José Pablo Paredes Sánchez
Universidad de Oviedo (España)
paredespablo@uniovi.es

Desde finales del siglo XX, los cada vez más estrictos requisitos medioambientales de la industria propician la búsqueda de sinergias entre producción de energía y protección medioambiental, lo que ha permitido el aprovechamiento de nuevos recursos, el desarrollo de patentes y la transferencia de la tecnología necesaria para su implantación.

La biomasa constituye una de las fuentes de energía de mayor interés en el tránsito a un modelo energético sostenible tanto por su condición de reductor de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) como por ser un recurso renovable.

Las tecnologías de obtención de bioenergía son una alternativa, relativamente nueva, para la producción de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos de características similares a los de origen fósil. Estos nuevos procesos desarrollados permiten superar ciertas barreras, que condicionan el uso energético de la biomasa, como son su heterogeneidad, dificultad de manejo y baja densidad energética. En el futuro los biocombustibles derivados de la biomasa se presentan como recursos aptos para su valorización energética mediante gasificación y/o co-combustión.

El presente trabajo desarrolla las principales líneas de transferencia de tecnología desde la investigación científica a la industria energética para la obtención de biocombustibles alternativos a los combustibles fósiles.

Palabras clave: Energía – Biomasa – Sostenibilidad – Industria

REDES SOCIALES PARA LA PROMOCIÓN DEL CULTIVO DE STEVIA COMO SUPLEMENTO NUTRITIVO

AUTORES

Yeirika Victoria Parra Barboza y Henry Alberto Rodríguez Urdaneta

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

yeirika26@gmail.com y henryalbertorodriguez@gmail.com

En Venezuela, así como en el resto del planeta la diabetes es considerada una enfermedad crónica, según cifras del Ministerio de la Salud en el país se calcula que el 6% de la población padece esta enfermedad. Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en 2011 fallecieron 9.537 personas, de las cuales 1.712 son del estado Zulia. Actualmente, 320 mil zulianos padecen la enfermedad, de acuerdo a cifras del Instituto Zuliano de Diabetes.

Partiendo de estos datos, en el Centro de Investigaciones para la Promoción del Desarrollo Endógeno (CIPDE) perteneciente a la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (UNERMB) se propone desarrollar un proyecto que contribuya a una mejor nutrición de los venezolanos, haciendo un llamado de atención para el consumo de suplementos naturales, que vayan en su beneficio, como es la Stevia.

Martínez, T. (2002), señala que la planta ha sido sometida a una especie de “secuestro informativo” que no se sabe a quién beneficia, pero que evidentemente perjudica a todos los consumidores que por alguna razón no deben o no quieren consumir azúcares refinados.

Desde hace un año se trabaja en un proyecto para el cultivo de la planta que sirve como endulzante natural, lo que se traduciría en un aporte para que las comunidades puedan emprender su siembra, y de esta manera beneficiarse de sus bondades. En este sentido, las redes sociales juegan un papel protagónico, pues forman parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que en el planeta, se emplean como herramientas de interacción para que todos los interesados en participar en el proyecto de cultivo de la Stevia puedan despejar dudas, realizar sugerencias, estar al tanto de los detalles en el proceso de plantación de la misma.

En el área comunicacional, valerse de estas redes sociales, sería poner en acción lo planteado por Castells (2009), quien exhorta a las comunidades usar estas tecnologías, para hacer de ellas medios de comunicación, de interacción y participación ciudadana. Es por ello, que mediante la Investigación Acción Participativa (IAP) se promueve desde las redes sociales del CIPDE la interacción necesaria para que las comunidades organizadas alcancen grandes resultados.

En relación con lo anterior, la promoción de este cultivo a través de las redes sociales permite crear mayor conciencia sobre los problemas de salud por el consumo de azúcares, con lo que se persigue que las comunidades se incentiven a producir la planta natural, y que busquen por medio de estas redes el apoyo de entes gubernamentales, generar diversas propuestas y proyectos relacionados a este tema.

Palabras clave: Redes sociales – Cultivo de Stevia – Comunidades organizadas

FORMACIÓN COMUNICACIONAL: GARANTÍA LIBERADORA PARA LA EXPRESIÓN DE LAS COMUNIDADES ORGANIZADAS

AUTORES

Yeirika Victoria Parra Barboza y Henry Alberto Rodríguez Urdaneta

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

yeirika26@gmail.com y henryalbertorodriguez@gmail.com

La realidad en la que se encuentra Venezuela en lo que respecta al área comunicacional en relación al desequilibrio mediático en manos de empresarios, hace pensar a los investigadores en la necesidad de aportar para que las comunidades organizadas puedan valerse de múltiples herramientas que les permitan expresarse y participar en las soluciones de situaciones por las cuales atraviesan. Por ello desde el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno (CIPDE) adscrito a la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (UNERMB) se desarrolla un plan de formación para que estas organizaciones comunitarias puedan empoderarse de las distintas formas para comunicarse acertadamente con sus pares y con los entes gubernamentales.

Bajo la modalidad de Investigación Acción Participativa (IAP) se pretende con el referido plan, que las diferentes organizaciones comunitarias logren cambiar su visión con relación al tema, fomentando la investigación y formación sobre la comunicación como proceso humano y herramienta de transformación y construcción social. Importante es que internalicen que a través de un buen proceso comunicacional pueden no solo desarrollarse, sino también impulsar a que sus similares también lo hagan, sirviéndoles como ejemplo.

El presente plan de formación parte del descubrimiento que las mismas comunidades tienen que hacer en relación a cómo hacerse sentir, bien sea empleando los medios tradicionales o destacando nuevos mecanismos o nuevas formas de producir contenidos a través de los cuales puedan no sólo expresarse, sino también lograr cambios trascendentales.

Para alcanzar ese desarrollo en materia comunicacional, estos colectivos deben ampliar sus habilidades y destrezas, lo que permitirá fortalecer el uso responsable y crítico de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios como instrumentos de formación de valores; y de acuerdo a su ámbito de acción, sostener diferentes encuentros para intercambiar las experiencias, lo que les permitirá aprender desde la praxis.

Este proyecto ha sido el punto de partida para que en el CIPDE se gestione la creación de una línea de investigación relacionada a la comunicación popular endógena. Donde el personal dedicado al quehacer científico, podrá desarrollar proyectos referentes al área comunicacional y cómo desde adentro, las comunidades puedan gestionar sus soluciones, tal como lo demanda la sociedad en la actualidad.

Palabras clave: Formación comunicacional - Comunidades organizadas - Desarrollo endógeno

EL FENÓMENO COLABORATIVO APLICADO AL CIBERPERIODISMO DE INVESTIGACIÓN: CONTEXTUALIZACIÓN, CONCEPTUALIZACIÓN E INICIATIVAS PARADIGMÁTICAS

AUTOR

David Parra Valcarce

Universidad Complutense de Madrid (España)

davidparra@ccinf.ucm.es

Esta comunicación se enmarca dentro de las líneas de investigación llevadas a cabo a través del proyecto “Supervivencia del periodismo en la era postdigital” a través del subgrupo “Producción de contenidos en medios emergentes”, liderado por el Grupo de Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (GIAIP-UCM) del que forma parte el autor. Dicho proyecto cuenta con la financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación a través del Plan Nacional de I+D+i en el subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental No orientada.

La concatenación de circunstancias como una prolongada crisis económica, un profundo cambio tecnológico, una creciente pérdida de credibilidad y la búsqueda de un nuevo modelo de negocio están conformando, a escala transnacional, un ecosistema de la información periodística sustancialmente distinto a todo lo conocido hasta el momento.

En un entorno de esta índole surge un fenómeno como es el del denominado periodismo colaborativo, entendido como el proceso de cooperación que se establece entre distintas organizaciones dedicadas a la generación de contenidos informativos, cuyo objetivo estratégico es superar las actuales carencias detectadas en los medios de comunicación en ámbitos como el financiero, el de la calidad de contenidos o el de la recuperación de la credibilidad social, entre otros.

Dicho proceso no es igual en todos los casos, admitiendo tanto distintos niveles de actuación (desde la mera compartición de contenidos hasta la producción colaborativa o la acción colectiva, por atender a las categorías distinguidas por Shirky) como diferentes facetas de acción. Entre estas últimas cobra particular relevancia la referida a la apuesta estratégica por fomentar un periodismo de investigación (aprovechando las singularidades de los cibermedios) que aspira a erigirse en auténtico vigilante social.

Para aproximarnos a dicha realidad analizamos dos de las experiencias de periodismo colaborativo de investigación que, hasta el momento, han tenido un mayor éxito y repercusión: ProPublica (creada en 2007 en Estados Unidos sin fin lucrativo) y Journalism ++ (surgida en 2011 en Europa con ánimo de lucro).

En definitiva, el análisis de estas dos realidades permite comprender cómo están surgiendo iniciativas que tratan de afrontar el formidable desafío de este nuevo ecosistema de la información periodística que se está conformando en estos últimos años.

Palabras clave: Periodismo colaborativo – Ciberperiodismo - ProPublica – Journalism++ - Periodismo de investigación

COMPARTIR, COMUNICAR Y MOVILIZAR EL CONOCIMIENTO: UN RETO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIO-EDUCATIVA

AUTORAS

Ángeles Parrilla, Manuela Raposo Rivas y M^a Esther Martínez-Figuera

Universidad de Vigo (España)

parrilla@uvigo.es, mraposo@uvigo.es, esthermf@uvigo.es

Este estudio forma parte de una investigación subvencionada por el Plan Nacional de investigación de I+D+i titulada "Escuelas que caminan hacia la inclusión. Trabajar con la comunidad local para promover el cambio" (MINECO EDU2011-29928-C03-01). Dir: Ángeles Parrilla (Universidad de Vigo).

La investigación en el ámbito social, especialmente la investigación educativa se está viendo interpelada por un conjunto cada vez más amplio de movimientos sociales y académicos (Choudry y Kapoor, 2010) que reclaman una investigación comprometida con el desarrollo de modos de construcción de conocimiento más justos y democráticos. Algunas cuestiones que se plantean desde estos movimientos hacen relación a la necesaria revisión de la forma en que se desarrollan la construcción y participación en los procesos de investigación, pero también a la necesidad de que la investigación pueda informar la toma de decisiones sobre las prácticas y políticas profesionales y sociales a las que alude. La coproducción de conocimiento, la creación de comunidades participativas de investigación, o la forma en que este conocimiento se moviliza, comunica y transfiere a la sociedad, son algunos de los temas y retos más relevantes que los investigadores y la investigación socio-educativa de hoy en día debe afrontar.

Basándonos en los planteamientos teóricos de la llamada investigación participativa y en las teorías sobre la transferencia e intercambio de conocimiento, en esta propuesta sometemos a análisis los criterios de trabajo y evaluación seguidos en un estudio desarrollado a lo largo de 5 años en una comunidad local en Galicia (España). La investigación supuso la creación de tres redes de participación (escolar, inter-escolar y comunitaria) contando con la participación de todos los centros educativos de educación infantil y primaria de una misma localidad a los que se unían distintas instituciones sociales. El trabajo, realizado entre 2010 y 2015, ha pretendido la construcción gradual de un proyecto socio-educativo inclusivo de ámbito local, intentando crear a la vez una cultura basada en la investigación participativa como motor para superar las desigualdades socio-educativas con base local.

El análisis del proceso seguido demuestra cómo los esfuerzos realizados para movilizar, comunicar y coproducir conocimiento dotan de un valor añadido a la investigación. Igualmente señalan algunas ideas sobre orientaciones futuras que ha de tomar la investigación si quiere romper las tradicionales barreras entre científicos y comunidad y desarrollar alternativas e iniciativas innovadoras para pensar y comunicar la investigación de forma que esta contribuya a la transformación y la equidad social.

Palabras clave: Investigación Educativa - Movilización del conocimiento - Investigación participativa

EL USO DE LAS TIC EN ADULTOS MAYORES EN MARACAIBO, VENEZUELA

AUTORAS

Carmen Laura Paz Reverol, Nelly García Gavidia, Jenniffer Fernández y Gladys Maestre

Universidad del Zulia (Venezuela)

wayuunita@gmail.com, garciaavidia@gmail.com, jsfernandezrica@gmail.com

y gladysmaestre@gmail.com

La presente ponencia pretende describir las posibilidades del acceso a las TIC por parte de los adultos mayores en un centro de salud de Maracaibo, las diferentes voces dan cuenta de los usos, funciones e importancia que tienen para dichas personas el manejo de dispositivos móviles y tecnológicos en su interacción con el resto de las personas.

Se registraron las problemáticas y beneficios que le ocasionan a dichas personas el uso de las TIC además de las representaciones que tienen los adultos mayores acerca de las tecnologías y cómo estas condicionan o no sus vidas. Los recursos analíticos se toman de la teoría antropológica, especialmente los aportes acerca de la convergencia entendida como un ámbito simbólico de construcción de significados en la vida cotidiana (Aguilar, M.A. et al., 2010; Cabrera Paz, 2005) y apropiación de la tecnología por parte de los adultos mayores.

La información se recogió a partir de 44 sujetos, 34 mujeres y 10 hombres en edades comprendidas entre 50 y 85 años. Se aplicaron veinte entrevistas estructuradas y diecisiete cuestionarios. Se concluye que para los adultos mayores es importante el uso de las TIC para interactuar con los familiares y amigos que no se encuentran en su entorno inmediato. Los adultos mayores han manifestado el valor de la tecnología en sus vidas por lo que se han preocupado por aprender las funciones y beneficios que les aporta la misma y en caso de no dominarla completamente han recurrido a la ayuda de sus familiares.

Del total de personas que participaron en la investigación, la mayoría hace uso del celular sin requerir ayuda por parte de otras personas y muy pocas han manifestado que si requieren ayuda. En cuanto a los problemas que tienen para hacerlo solo, una persona señala que tiene dificultades con la vista. Ya sea con ayuda o sin ayuda, la apropiación de la tecnología por parte de los adultos mayores les proveen un mayor sentido e importancia en el mundo en el que viven.

Palabras clave: TIC - Adultos mayores - Acceso - Usos - Representaciones - Convergencia

USO DE RÚBRICAS PARA LA EVALUACIÓN DE TRABAJO COOPERATIVO EN ALUMNADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORA

M^a del Carmen Pegalajar Palomino
Universidad Católica de Murcia (España)
mdcpegalajar@ucam.edu

Los cambios en la Educación Superior, gracias al proceso de convergencia europea, han supuesto una modificación en las propuestas metodológicas y, por consiguiente, en los procesos de evaluación del alumnado universitario. Además, se apuesta por un modelo centrado en las competencias que debe adquirir el estudiante. El diseño de actividades basadas en aprendizaje cooperativo ha supuesto una oportunidad para potenciar en el alumnado una serie de competencias como su capacidad de síntesis y comprensión de la información, competencias para la discusión y trabajo en grupo, aprendizaje de la terminología propia de la materia así como el desarrollo de su expresión oral y escrita. Se trata, por tanto, de una experiencia tendente a mejorar el proceso de aprendizaje del alumnado, es decir, que “aprendan a aprender”, lo cual implica hacer personas libres, no dependientes pero si colaborativas y enriquecer los recursos para la formación y el cambio en la enseñanza superior. En este contexto, cobra sentido utilizar un procedimiento de evaluación basado en el uso de la rúbrica; permite desarrollar una evaluación objetiva del trabajo del alumno, orientándolo sobre su realización así como de los progresos de aprendizaje.

Este trabajo describe una experiencia de innovación docente desarrollada para el alumnado del Grado de Educación Primaria de la Universidad Católica de Murcia (Mención de Audición y Lenguaje). Se trata de la experimentación de una metodología basada en la evaluación de competencias en el alumnado a través del uso de rúbricas; se implica al alumnado en su propio proceso evaluativo mediante su participación en la definición y uso de rúbricas de evaluación.

Tras el diseño de la rúbrica de evaluación y desarrollo de las actividades prácticas, el alumnado participante en la experiencia analizó la consecuencia de este procedimiento para el desarrollo de las competencias genéricas a adquirir. A modo de conclusión, se percibe la necesidad de establecer una coordinación y homogeneización en cuanto a las competencias y evaluación común de las asignaturas propias de la mención. Se destaca cómo la implementación de este sistema de evaluación en Educación Superior resulta satisfactoria, pudiendo desarrollarse no sólo para asignaturas aisladas, sino implicadas en todas las materias de los planes de estudio.

Palabras clave: Educación Superior - Competencias - Evaluación - Rúbricas - Alumnado

LAS TT.II.CC. EN LA UNIVERSIDAD Y EL LÉXICO DE LA INFORMÁTICA EN LAS AULAS DE E.P. Y E.S.O. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN SIGNIFICADO CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL

AUTORA

M^a Azucena Penas Ibáñez

Universidad Autónoma de Madrid (España)

azucena.penas@uam.es

Presentamos aquí dos experiencias investigadoras iniciadas dentro de dos proyectos de Investigación docente a los que pertencí como investigadora colaboradora: «Universalización de la Docencia en Red a través de la Plataforma Moodle en el Grado en Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación de la Facultad de Filosofía y Letras» (Universidad Autónoma Madrid. Ref.FyL-L1-6, Convocatoria Proyectos Desarrollo Enseñanzas 2011) y «Propuestas innovadoras de coordinación docente para la mejora de la calidad de la enseñanza-aprendizaje en el grado en Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación» (Universidad Autónoma Madrid. Ref.FyL-L2-6, Convocatoria Proyectos Desarrollo Enseñanzas 2012).

La primera experiencia trata de mi aportación a ellos como coordinadora de 2º curso del grado de LMCC y como miembro de la CTS de dicho grado, dentro de una investigación más amplia que presenta los resultados al concluir el proceso de implantación de un nueva titulación de grado, donde se analiza el modo en que el despliegue docente se adecua a la planificación inicial presentada a verificación. En concreto, se muestra el informe correspondiente al segundo curso de LMCC, elaborado por mí, donde se evalúan las competencias genéricas, las competencias específicas, las competencias transversales, los porcentajes de evaluación, los picos de trabajo, los solapamientos y otros aspectos conducentes a las conclusiones.

La segunda experiencia tiene como objetivo ver el grado de comprensión lectora de ítems léxicos del mundo de la informática. Así, a los/as alumnos/as se les propone tres textos a través de un ejercicio escolar muy común en las aulas de E.P. y del primer ciclo de ESO, como es el dictado, en los que se les señalan varias palabras que han de definir:

1. Usuario, pirata y sistema operativo;
2. Cacharrear, ficheros y volcar la información;
3. Teléfonos móviles, manzana y altavoces.

Una vez recogidos los datos en las hojas de Excel, que han permitido cuantificarlos dando lugar a estadísticas de uso, se procede a analizar los mecanismos de reformulación lingüística empleados por los alumnos, la relación con el texto propuesto y por último, la valoración de cada definición por comparación con las fuentes lexicográficas (diccionarios escolares, que son los manejados mayoritariamente por los alumnos/as, y diccionarios generales, que se usan en clase de un modo más ocasional.).

Se ha de mencionar el hecho de que los/as alumnos/as en la muestra recogida de los dictados no tuvieron acceso al uso de ninguno de los diccionarios mencionados. Todo ello permite identificar la competencia lingüística de los alumnos/as, en su comprensión lectora, en su expresión escrita para dar cuenta de los sentidos de los términos que han de definir y, por último, en la adquisición de significados correctos convergentes o divergentes con los diccionarios.

Palabras clave: Título de grado - Competencias - Verificación - Comprensión lectora - Informática

LA GESTIÓN CURRICULAR PARA LA JUSTICIA EDUCATIVA Y ESCOLAR

AUTORAS

Rubí Surema Peniche Cetzal y Norma Graciella Heredia Soberanis

Universidad Autónoma de Yucatán (México)

rpeniche@uady.mx y nheredia@uady.mx

Reconocer el aspecto político en las escuelas es necesario para avanzar en la formación cívica de los y las jóvenes. Como Martínez (2005) menciona, las escuelas, como sistemas políticos son una metáfora acerca de los significados de política construidos en éstas. La forma como son tomadas las decisiones en las escuelas, así como el manejo del poder en las interacciones que se dan dentro de la misma, sobre todo entre la comunidad académica y estudiantil, son relevantes para comprender qué tipo de formación ciudadana se está dando y qué significados son construidos en la juventud para su participación en la vida política.

La política escolar es un orden civil en relación a otro orden civil más extenso en la relación de habilidades y un importante rol en el proceso de democratización relativo a lo político, lo social y lo económico. La democracia depende y necesita gente con orientaciones cognitivas, afectivas que son apoyo para la democracia, entiende el sistema político como un todo, los roles políticos de las élites operan el sistema, las decisiones políticas y la política refuerza el aparato del sistema, el yo mantiene una relación con la política. Tiene sentido lo político en las escuelas en cuanto que significa normas para muchos en el interés de todos; pero, dominados los asuntos económicos y tecnocráticos, se ha avanzado poco en la política educativa. (Martínez, 2005, p. 30.)

Por tales razones y posturas, este estudio tuvo como objetivo comprender las prácticas políticas y académicas en la administración del Centro Nicodemo, vinculadas con la justicia social y educativa, que configuran ideologías de poder en la formación de jóvenes que cursan un bachillerato comunitario enmarcado tanto en un contexto social de desventaja socioeconómica y cultural, como en un contexto político de responsabilidad social, con base en la experiencia del Coordinador General del centro. Fue llevado a cabo un estudio de caso cualitativo, construido bajo paradigmas interpretativos y críticos. El caso fue el Centro Nicodemo en Yucatán, México, y como parte de éste fue considerado el análisis de la administración general del centro. Como técnicas de recolección de datos fueron empleados el análisis de documentos, la entrevista individual, grupos focales y observaciones no participantes.

Al parecer, y a manera de conclusión queda claro que hay mucho por trabajar en la línea de la justicia educativa, vinculando su estudio y consecución a través de prácticas políticas democráticas que acerquen cada día más, las comunidades académicas y estudiantiles a las comunidades locales, a las comunidades mayas, ricas en experiencia de vida, en conocimientos tácitos, que nos proporcionan situaciones auténticas, de las cuales investigadores/as, profesorado y alumnado universitario tenemos mucho que aprender y compartir. Lograrlo no es fácil, será un camino inacabado, una constante búsqueda y transformación de sí mismos con las comunidades. La inclusión, el diálogo y el trabajo colaborativo, basado en el respeto, la tolerancia y el compromiso con el rescate de la dignidad humana, más allá de la riqueza económica, es fundamental para ello.

Palabras clave: Gestión curricular - Justicia - Administración escolar

CASOS DE EMPRESAS ESPAÑOLAS CON ÉXITO EN COMUNICACIÓN INTERNA Y ESTILO DE LIDERAZGO

AUTORES

Beatriz Peña Acuña, Gonzalo Wandosell Fernández de Bobadilla y Paloma del Henar Sánchez Cobarro

Universidad Católica San Antonio y Universidad de Murcia (España)
bpena@ucam.edu, gwandosel@ucam.edu y palomadelhenar@gmail.com

En esta disertación trataremos de mostrar de qué modo la primera estrategia de comunicación de la que parte una empresa de modo natural es la comunicación interna. Como ejemplo expondremos el análisis de tres empresas españolas siguiendo la metodología del estudio de caso y en concreto, el estudio de casos múltiple. Estas empresas no sólo han sobrevivido a la crisis sino que además siguen estando en crecimiento y expansión internacional. Al principio se realizará una descripción de la empresa respecto al volumen de producción, número de empleados, rentabilidad, etc. para hacernos cargo de la envergadura de estas.

Además describiremos los instrumentos y estrategias de comunicación interna, es decir, de qué canales han dispuesto para la comunicación horizontal, ascendente, descendente, transversal; cómo está prevista la comunicación formal y si se tiene en cuenta la informal; cómo se contempla la inteligencia emocional y la inteligencia social mediante el trabajo en equipo. Se atenderá a detallar la imagen corporativa de la empresa y los valores, así como especialmente si se usa la publicidad, los medios audiovisuales y las redes sociales. También se detallará si la empresa ha tenido gabinete de crisis y cómo lo ha superado propiciando una estrategia mejor de comunicación. Además indagaremos si han recibido premios por parte de algún observatorio.

Después de este examen, procederemos a diagnosticar el estilo de liderazgo predominante, así como proponer de modo teórico un estilo de liderazgo alternativo.

Palabras clave: Comunicación interna - Liderazgo - CEO- Éxito - Empresa

NARRACIÓN DIGITAL EN RED: PROSUMIDOR Y REALIDAD COTIDIANA

AUTORES

Vicente Peña Timón y Sebastián Mañas Valle

Universidad de Málaga (España)

vicente@uma.es y sema@uma.es

La narración digital es una estructura narrativa que en la actualidad ha evolucionado en el ámbito de la sociedad red. Lejos comienzan a quedar las diferencias entre narraciones tradicionalmente lineales y las primeras no lineales. Los contenidos se adaptan a las audiencias múltiples que se dispersan en numerosas plataformas y dispositivos tecnológicos, y que encuentran sus nexos de unión en la denominada estructura transmedia. ¿Cuál es el alcance de la estructura transmedia en relación con la narración digital actual y la repuesta del usuario que interactúa en la red? El propósito de este capítulo consiste en llevar a cabo un breve recorrido donde se pondrán de relieve aquellos primeros elementos constitutivos de la narración digital y cómo han ido modificándose hasta la actualidad.

La narración digital comenzaba su andadura con la presentación de la entonces nueva figura en el panorama tecnológico audiovisual denominada lecto-autor, poco después cibernauta, para que antes de una década y media después del comienzo de este siglo, el cibernauta se convirtiera en el nuevo creador de contenidos en la red junto con los profesionales del ámbito audiovisual y tecnológico, el denominado *prosumidor*.

De las primeras aportaciones expresivas del prosumidor como creador de contenidos narrativos sobre narraciones breves principalmente, se ha llegado a trenzar una estructura narrativa en la red tan actualizada que la no linealidad de las narraciones digitales ya no camina sobre un solo soporte o alguna que otra plataforma, sino que una misma idea, un mismo acontecimiento o una misma historia se expande muy lejos de los círculos propios de la narrativa audiovisual.

Las narraciones digitales comparten protagonismo con agentes en la red que son los que configuran la estructura transmedia, y la nueva plataforma que en la actualidad comienza a utilizar el prosumidor y que amplía dicha estructura transmedia es ahora la realidad cotidiana.

Los nuevos soportes y plataformas sobre los que descansa la estructura transmedia ya no son solamente materiales, sino que son “reales”.

Palabras clave: Estructura transmedia - Narración digital - Prosumidor - Realidad cotidiana

LA DISCRIMINACIÓN POR CUESTIÓN DE GÉNERO EN LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS DE LA ESPAÑA DEL SIGLO XX: ESPECIAL REFERENCIA A LA COPLA ESPAÑOLA

AUTORA

Rosa Peñasco Velasco

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

rosap@der.uned.es

Es posible que al principio, resulte chocante la unión de leyes y coplas en el estudio de la discriminación por cuestión de género, en la España del S. XX. Sin embargo, como profesionales no deberíamos olvidar que tanto el derecho como el arte nacen del pueblo, y es el pueblo el que de una forma u otra, va a plasmar en su música una realidad tan esperpéntica, como la tremenda discriminación y la falta de derechos de las mujeres. Así, el “Romancero de la otra” y su estrofa *“No tengo ley que me abone y a escondidas me alimento de tus besos y tu pan. Yo soy la otra, la otra y a nada tengo derecho porque no llevo un anillo con una fecha por dentro”*, pone de manifiesto la ausencia de derechos de las parejas no legalizadas y cómo era la mujer la que no tenía derecho a alimentos ni a ninguna otra expectativa jurídica, simplemente por carecer de aquella legitimación. Aún resulta mucho más ilustrativa, la escalofriante estrofa de *“Y sin embargo te quiero”*: *“Sabes que tienes un hijo y ni el apellido le vienes a dar”*, pues, canciones aparte, no hace sino manifestar la deleznable consecuencia jurídica que supone la filiación extramatrimonial no reconocida, la falta de derechos que tenían tanto las madres como los hijos –entonces ilegítimos- y la discriminación social que esta realidad suponía para ambos de por vida.

Por tanto, los principales objetivos del análisis histórico-artístico-jurídico y en consecuencia multidisciplinar, consisten en plasmar y dar a conocer a través de la simbiosis derecho-copla, las múltiples discriminaciones sufridas por las mujeres en todos los ámbitos de su vida, pero, fundamentalmente, en aquellos que tenían consecuencias jurídicas porque determinaban el conocido como Estado Civil o situación jurídico-personal. La metodología empleada para tal fin, consistirá en hacer un recorrido por el Estado Civil de la mujer o por estas circunstancias personales con relevancia jurídica en las que una persona puede encontrarse a lo largo de su vida (nombre, apellidos, nacionalidad, soltería o matrimonio, vecindad civil, consentimiento matrimonial, nulidad, separación o divorcio, maternidad, ausencia, defunción y etc.). A su vez, para transmitir cómo se ha configurado el Estado Civil de la mujer en la España del s. XX, será más que interesante utilizar métodos tan aparentemente dispares como el breve estudio de la legislación de la época, ejemplificado con letras de conocidas coplas españolas.

Así, podríamos ilustrar con derecho y coplas, la vida de la mujer y su Estado Civil en la España del s. XX. Y así, a través de este estudio histórico-artístico y jurídico, podemos conocer un poco más nuestra historia y de nosotros mismos, ya que *“ahora somos por lo que fuimos y sólo seremos, conociendo cómo somos”*. Pasado, presente y futuro tienen una cita gracias a la creatividad que nos brindan las tórridas letras de las coplas.

Palabras clave: Discriminación género - Estado civil - Copla - Derecho de Familia - Leyes

LA MATEMÁTICA EN VERSO. POESÍA MATEMÁTICA DIDÁCTICA

AUTOR

Javier Peralta

Universidad Autónoma de Madrid (España)

javier.peralta@uam.es

El *Pont des Arts* de París une el Museo del Louvre con la Academia de Ciencias, situados en las dos orillas del Sena, reconciliando así el abismo existente entre las dos culturas: la artística y humanística y la científica. Y esa es, precisamente, la intención de esta ponencia: el establecimiento de un diálogo entre las letras y las ciencias, concretamente, poesía y matemáticas.

Aparecen ya ciertos vínculos entre ellas en la matemática hindú de los siglos V a XII (*época de la poesía*). Pero también asoman en la estructura formal de la poesía, como señala Menéndez Pelayo; en la economía de palabras que generalmente acompaña a un buen poema y la concisión y austeridad del lenguaje matemático; en el isomorfismo existente, según Rey Pastor, entre el lenguaje y el mundo psíquico de las percepciones; en la creatividad, asimismo inherente a la invención matemática, argumento defendido convincentemente por Poincaré; etc. Por otra parte, refiriéndose a las capacidades para cada una de las dos disciplinas, en una reciente investigación se advierte un solapamiento significativo de los genes que determinan la habilidad para la lengua y para los números.

Teniendo en cuenta estos precedentes, se indaga qué ilustres literatos compusieron poemas sobre asuntos matemáticos (Alberti, León Felipe, Neruda, Gabriel y Galán...), y qué destacados matemáticos escribieron poesía (Gabriel Císcar, Puig Adam, Gonzalo Sánchez, Tartaglia...). Aunque, probablemente, por el alto nivel de exigencia intelectual que exigen ambas tareas, tan solo haya existido un personaje a lo largo de la historia, Omar Jayyam (1048-1132), que fuera a la vez matemático y poeta brillante.

Por otra parte, de esas conexiones entre poesía y matemáticas ¿cabría deducir consecuencias didácticas? Además de resaltar el carácter interdisciplinar, ¿podría contribuir esa poesía matemática al aprendizaje de las matemáticas?

Desde finales del siglo XIX, efectivamente, se ha postulado una orientación pedagógica en la poesía científica, con la convicción de que la rima ayuda a la memorización y comprensión de los contenidos. Con ese objetivo se han creado desde entonces diversos poemas sobre matemática elemental, dirigidos a la educación infantil y primaria, una de cuyos principales protagonistas en lengua castellana ha sido la escritora Gloria Fuertes. En cambio, es casi inexistente la poesía matemática didáctica orientada a la educación secundaria, y a paliar esa carencia se dirige este trabajo. Se busca, en primer lugar, algunos casos -muy pocos- en que los versos matemáticos han ido acompañados de música, esto es, han dado lugar a piezas musicales matemáticas, como el *Teorema de Thales*, de Les Luthiers, o una obra sinfónica muy poco conocida. Más tarde nos adentramos en la parte más creativa de la ponencia: la composición de distintos poemas cuya temática abarca diferentes contenidos del currículo matemático de secundaria.

Palabras clave: Matemáticas y poesía – Poesía matemática didáctica – Obra musical matemática- Enseñanza secundaria

DE LA MODALIDAD PRESENCIAL A LA MODALIDAD ON LINE DE FORMACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE CENTROS

AUTORA

Visitación Pereda Herrero
Universidad de Deusto (España)
visi.pereda@deusto.es

La formación específica para la dirección en España se inició en el ICE de la Universidad de Deusto en 1969, por iniciativa de un grupo de jesuitas, preparados en Estados Unidos que crearon un departamento para la formación de directivos y para la investigación sobre el tema. Mariano Ibar, Jaime Filella y Glenn Immegart diseñaron un curso de formación pionero, sobre todo, por la metodología empleada, que tuvo gran impacto. Los participantes trabajaban de modo presencial, activo y práctico, adquiriendo destrezas y desarrollando sus habilidades a través de técnicas novedosas como: estudios de caso, *role playing*, simulaciones, negociaciones, resolución de problemas. La obra *Formación de Directivos de Centros Educativos*, cuyos autores son Immegart y Pascual (1995) presenta los materiales empleados y explica las estrategias utilizadas.

Desde aquellos primeros momentos hasta hoy, la Universidad de Deusto ha continuado ofreciendo asesoramiento y formación a los directores o futuros directores de centros educativos.

No obstante, la sobrecarga creciente de funciones que cada vez fueron acusando más las personas dedicadas a la dirección y gestión de centros, la falta de tiempo resultante y su dificultad para ausentarse de las escuelas en las horas de funcionamiento de éstas, por un lado y el desarrollo de las NNTP, por otro, fueron haciendo evidente la necesidad de una oferta de formación *on line*. Así surgieron, bajo dicho formato, diferentes cursos de formación continua para especialización en esta temática y finalmente el Máster Universitario en Dirección y Gestión de Centros Educativos, en colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona.

La transición de la presencialidad al trabajo a distancia dio lugar a numerosos cambios en muchos frentes y en ellos centra la atención esta comunicación. Los principales son: el perfil de los participantes, el perfil y las funciones de los profesores tutores, la importancia de la rapidez y tipo de *feed-back* proporcionado a los estudiantes, la presentación de los contenidos, el tipo de actividades, la variedad de canales de comunicación, la coordinación y gestión de la formación, los horarios y tiempos de funcionamiento, la relación con Secretaría y Administración, etc.

La narrativa de la trayectoria recorrida y la reflexión sobre la misma puede socializar y rentabilizar el aprendizaje construido a quienes dentro o fuera de la misma institución se propongan llevar a cabo experiencias similares.

Palabras clave: Formación presencial - Formación *on line* - Transición - Cambios - Aprendizaje construido

NUEVOS ESCENARIOS PARA LOS APRENDIZAJES. ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Visitación Pereda Herrero
Universidad de Deusto (España)
visi.pereda@deusto.es

El Plan Bolonia y la adaptación al **EEES** suponen la apuesta por un modelo educativo centrado en el estudiante y en su aprendizaje y a través del sistema de ECTS reconoce el trabajo real que éste necesita realizar, tanto dentro como fuera del aula, para el desarrollo de las competencias que ha de adquirir.

Esta comunicación expone, bajo la metodología del **estudio de caso**, la experiencia llevada a cabo en la asignatura de **Antropología e Historia de la Educación** de 1º de Grado en Educación Primaria, enmarcada en el Plan de Bolonia y en el Modelo de Aprendizaje de la Universidad de Deusto (**MAUD**), con sus seis fases: contexto experiencial, observación reflexiva, conceptualización, experimentación activa y evaluación. Se trata de conseguir que el futuro graduado analice la evolución del fenómeno de la educación, entendiéndolo como parte del universo cultural de los pueblos y su estrecha relación con los aspectos sociales, políticos y económicos y desarrolle competencias que le permitan construir respuestas fundamentadas, coherentes con el contexto y vocacionadas para la mejora continua de la praxis educativa.

Se describirá la **metodología** seguida, basada en la diferencia establecida por Dewey (1989) entre teoría y práctica y dentro de ésta entre acciones rutinarias y acciones reflexivas. Se apuesta por el aprendizaje experiencial, entendiéndolo como aquél que surge de la reflexión sobre la experiencia (Jaques, Gibbs y Rust, 1997). La idea es provocar diferentes procesos internos y distintos tipos de aprendizaje en los estudiantes a partir de distintas “coreografías” o formas de enseñar (Oser y Baeriswyl, 2001). Corresponde al profesorado la selección y propuesta de las mismas y su dinamización.

Se analizarán distintas “coreografías” utilizadas en la asignatura, según los contenidos y las competencias a desarrollar. Entre ellas se encuentra el *role playing*, gracias al cual los estudiantes simulan situaciones características de un determinado momento histórico y se meten en la piel de un personaje concreto, como si se tratara de la vida real. La entrevista en profundidad a personas de diferentes edades, es otra de las técnicas en las que, a través de la voz y los relatos de sus protagonistas (Bajtin, 2001) y en los propios contextos de éstos, aprenden cómo era la educación en el S. XX. Esta relación entre la **teoría** y la **práctica**, supone aunar trabajo de campo y aula en una particular simbiosis. Se aprende **investigando**.

El trabajo colaborativo (Johnson y Johnson, 1994) permite socializar lo aprendido y el recurso a las **NNTT** se convierte en un elemento facilitador del proceso de aprendizaje y del acceso a fuentes, tanto primarias como secundarias.

Los resultados ponen de manifiesto un mayor nivel de aprendizaje y desarrollo competencial y una mayor satisfacción de los estudiantes.

Palabras claves: EEES - Estudio de caso – Metodología - Aprendizaje experiencial - NNTT

ACCESIBILIDAD DE APLICACIONES EDUCATIVAS PARA SMARTPHONE: EL CASO DE UMUAPP

AUTORES

Antonio Pérez Manzano y Ana Millán Jiménez

Universidad de Murcia

aperez@um.es y amillan@um.es

El espectacular desarrollo de las aplicaciones para *Smartphone* en los últimos años ha supuesto un aporte de valor añadido al desempeño cotidiano con este dispositivo. Concretamente, las aplicaciones educativas han evolucionado en paralelo con esta expansión, aumentando el volumen de recursos educativos y maximizando la explotación de herramientas educativas y de *e-learning*. El crecimiento ha sido tan acelerado que ha supuesto, en la mayoría de los casos, ignorar o pasar por alto los estándares mínimos en accesibilidad de recursos digitales, especialmente con el colectivo de alumnado con discapacidad, generando situaciones de marginación digital y, por ende, de desigualdad de oportunidades o segregación social en un ámbito tan relevante para el desarrollo profesional y personal como el educativo.

En el presente trabajo se detallan las actuaciones desarrolladas para la garantizar la adaptación y la accesibilidad de la aplicación educativa UMUapp, de la Universidad de Murcia, enfocada al acceso desde Smartphone al Campus Virtual de la Universidad de Murcia. Actuaciones diseñadas y aplicadas en función de la heterogeneidad de discapacidades que la pudieran utilizar y garantizando en todo momento la accesibilidad de los recursos y herramientas, tales como acceso a campus virtual universitario, noticias, agenda de actividades, mensajería individualizada, llamadas IP, geolocalización de la persona con discapacidad en caso de emergencia, asesoramiento on line, descarga de apuntes, seguimiento docente y tutoría virtual entre otras.

Con este fin se configuraron tres equipos: el equipo de desarrollo del Área de Tecnología de la Información y las Comunicaciones Avanzadas (ATICA), los técnicos del servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADyV) y, por último, un grupo de testeo, para garantizar la usabilidad de la herramienta a desarrollar, formado por alumnos con diferentes tipos de discapacidades o necesidades específicas. Estos equipos planificaron las características de accesibilidad de la aplicación así como las necesidades educativas habituales a cubrir con la misma, garantizando la satisfacción en la experiencia de usuario del colectivo al que iba destinada y, especialmente, que la aplicación desarrollada pudiera ser utilizada por otras universidades con el mismo fin.

El desarrollo y puesta en práctica de UMUapp benefició a un total de 1.053 alumnos con discapacidad matriculados en la Universidad de Murcia. De igual forma permitió el acceso al Campus Virtual por primera vez a casi 100 alumnos/as con discapacidad, además de permitir el 100% de funcionalidad de las herramientas de este Campus Virtual a más de 300 estudiantes con discapacidad.

Palabras clave: Accesibilidad - Aplicaciones - *Smartphone* - Usabilidad - Discapacidad

LA TRADICIÓN CATÓLICA: SU PAPEL EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA CIENCIA ECONÓMICA EN ESPAÑA

AUTORA

Begoña Pérez Calle
Universidad de Zaragoza (España)
bperez@unizar.es

El peso del sustrato católico, tanto procedente de la filosofía neotomista como de posturas conservadoras, fue relevante para el desarrollo del pensamiento económico español desde finales del siglo XIX y hasta el primer tercio del siglo XX. De dicho sustrato surgirían una serie de posiciones gremialistas y antiliberales que, en sus variadas manifestaciones, conformarían algunos de los elementos básicos de la filosofía de la ciencia económica española cuando ya ésta adquirió cierto corpus de rigurosidad. El sustrato referido en este trabajo no es otro que el conceptualizado como catolicismo social, terminología habitualmente empleada por la historiografía francesa, y cuyo pensamiento conformaría un cuerpo doctrinal denominado Doctrina Social Católica. El catolicismo social, al contemplar un movimiento que incluiría tanto un pensamiento como un conjunto de iniciativas prácticas, desde los Círculos a los Sindicatos, en un terreno en principio neutral y separado del catolicismo político, y además superador de las diferencias cada vez mayores en el seno de éste último, se uniría al *modus operandi* pragmático español a la hora de concebir la ciencia económica en sus primeras épocas de rigor, llegando para quedarse cuando dicho rigor formase parte finalmente de la misma.

De esta manera, el catolicismo social y pensamiento católico en general, presidiría en muchos casos la enseñanza de la Ciencia Económica, mientras que sus postulados de Política social influirían enormemente en las concepciones de muchos de los principales economistas españoles de la época. La encíclica *Rerum Novarum* (1891) significó prácticamente el punto de partida del catolicismo social en España, el cual adquiriría un papel especialmente relevante junto al clima regeneracionista a la hora de configurar el pensamiento de algunos economistas científicos. Partiendo de una crítica unánime al liberalismo, se plantearía una Economía cristiana asentada en los preceptos neotomistas que habría de sustituir, o al menos converger doctrinalmente con la Economía Política clásica. Su nueva interpretación se haría sobre las raíces de la cuestión social, lo que llevaría a una nueva concepción de la ciencia económica como Economía social, que se asentaría en no pocas cátedras y ambientes académicos en general.

En este trabajo puede observarse cómo esta ciencia económica española se alimentó de su propio ataque al liberalismo, conformando uno de sus rasgos básicos de identidad la prevención y reforma de la libre competencia, cuya necesidad obedecía a que la consecuencia final del capitalismo era una monopolización o cartelización del sistema desde el marco liberal con nefastas consecuencias para el mercado y la sociedad, creando así un sustrato claro que, unido a otros, justificaría la economía corporativa como filosofía compañera de tratamientos científicos rigurosos, como podemos comprobar en el caso de Olegario Fernández Baños.

Palabras clave: Ciencia Económica – Pensamiento Económico – Doctrina Social Católica – Marginalismo – Corporativismo

EL PAPEL DE LAS ESTRUCTURAS ACADÉMICAS Y LAS PUBLICACIONES A LA HORA DE CONFORMAR EL PENSAMIENTO CORPORATIVISTA DEL FASCISMO ITALIANO

AUTORA

Begoña Pérez Calle
Universidad de Zaragoza (España)
bperez@unizar.es

Entre 1925 y 1934: periodo de máxima expansión de la Economía corporativa fascista en Italia, los principales teóricos del corporativismo proclamaron que la Economía corporativa debería ser reconstruida según unas nuevas bases teóricas mediante el reemplazo del *homo oeconomicus* por el *homo corporativus*. Ello coincidió con la promulgación de legislación corporativa y política económica fascista y la marcha atrás del liberalismo. En 1930 se celebró el primer Congreso Nacional de Estudios Corporativos en la que, salvo alguna excepción, no tomaron parte apenas los economistas reputados.

Sin embargo, a final de este periodo podemos hablar de cierto éxito de la concepción corporativa apoyada tanto por la autoridad intelectual de economistas académicos, como por su capacidad como organizadores culturales. Hasta mitad de los años 30 fue posible mantener una relativa independencia y dignidad intelectual, restringiéndose los espacios de libertad a partir de entonces cada vez más. En esa época se asiste a un cierto debate, apagado con la realización del *Consiglio Nazionale delle Corporazione* de 1934, a partir del cual existirá un obligado conformismo.

Así, hasta 1943, Mussolini y su gobierno abandonarían sus proyectos más revolucionarios de Economía corporativa por el modelo de economía mixta, mientras que durante los últimos cinco años se reforzaría ese conformismo unido a un señalado empobrecimiento cultural, en parte motivado por las leyes raciales de 1938, a consecuencia de las cuales la Universidad había perdido a notables profesores.

Para la creación de ese clima conformista al que nos hemos referido, hizo falta un apoyo persuasivo de los medios de comunicación, así como de otras “señales persuasivas”. De hecho, y como vamos a observar en este trabajo, a lo largo del periodo fascista, la estructura académica del estudio de la ciencia económica en Italia aumentó considerablemente, tanto en número de titulares en materias económicas como en número de centros y escuelas, dirigiendo el régimen fascista sus principales esfuerzos hacia la institución de escuelas especiales e instituciones de investigación.

Asimismo se experimentó una notable expansión en la iniciativa editorial y las publicaciones difundiéndose textos económicos en revistas y colecciones. Las patrocinadas por el movimiento corporativo jugaron un papel fundamental en propagar escritos de autores institucionalistas, socialistas y del *new deal*, quienes probablemente contribuyeron a educar una nueva generación de “tecnócratas” que jugarían un papel fundamental en el estatus político e intelectual de posguerra.

Palabras clave: Fascismo – Corporativismo – Comunicación persuasiva – Propagandismo – Pensamiento Económico

EL POSGRADO EN LA UNIVERSIDAD PÚBLICA. UNA REVISIÓN ESTRUCTURAL DE URGENCIA

AUTORAS

Concha Pérez Curiel y Pilar Limón Naharro

Universidad de Sevilla (España)

cperez1@us.es y pilar.limon.ext@juntadeandalucia.es

La vorágine de másteres oficiales y títulos propios de ámbito público o privado que asolan la Universidad necesita de una reflexión capaz de avalar el discurso de la especialización, de la empleabilidad y de la excelencia internacional.

Urge hablar de calidad, especialización y proyección laboral en los estudios de posgrado, másteres oficiales y títulos propios de las universidades. Urge analizar los formatos internacionales. Urge conocer los resultados de encuestación de los sujetos y organizaciones implicados. Y sobre todo, urge reflexionar sobre los modelos actuales y la responsabilidad formativa institucional ante la demanda del mercado.

El análisis de la oferta de cursos de posgrado es prueba manifiesta de la homogenización en la que incurren y sobre todo de la falta de rigor y a veces de honestidad, con promesas y expectativas incapaces de cumplir. Tres más Dos o Cuatro más Uno ha sido la combinación más escuchada en los últimos meses desde el anuncio institucional de cambios en la política universitaria de grado y máster.

La postmodernidad demanda profesionales especializados con un elevado nivel cultural, científico y técnico al que las enseñanzas universitarias tienen el reto de ofrecer respuestas. Para ello, los estudios oficiales de Posgrado asumen como finalidad la especialización del estudiante en su formación académica, profesional o investigadora y su preparación para el mercado laboral.

Hipótesis y contexto provocan una investigación que tiene como objetivos conocer el producto máster, comparar sus contenidos y prestaciones y proponer alternativas de interconexión entre la universidad, la empresa y la sociedad.

Metodológicamente, la investigación se sustenta en el análisis de la legislación que configura el actual Espacio Europeo de Educación Superior y de los documentos del Sistema de Garantía de Calidad del Título (SGCT) así como de su adaptación a realidades concretas. El documento marco del sistema de garantía de calidad de los programas oficiales de posgrado de la Universidad de Sevilla puede ser una útil herramienta de medición y evaluación del producto. Como constata en su normativa abarca una serie de acciones que van desde la fase de diseño del Título hasta su acreditación por la ANECA y que estarán en consonancia con los criterios y directrices para la garantía de calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior, elaborados por la Agencia Europea de Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (ENQA). Aspectos destacados de los mecanismos de supervisión de los másteres oficiales son el perfil formativo, los resultados académicos o la inserción laboral de los egresados. La observación participante y las entrevistas (desde la triple perspectiva: empleador, profesor y estudiante) completan el diseño del método.

Palabras clave: Posgrado – Especialización – Calidad - Empleabilidad – Espacio Europeo de Educación Superior

UTILIZACIÓN DEL VÍDEO COMO ELEMENTO EDUCATIVO. IMPLEMENTACIÓN, POTENCIALIDADES Y TENDENCIAS EN DIFERENTES RAMAS DEL CONOCIMIENTO

AUTORES

Francisco Javier Pérez de la Cruz y Sagrario Pérez de la Cruz
Universidad Politécnica de Cartagena y Universidad de Almería (España)
javier.cruz@upct.es y spd205@ual.es

El avance de las nuevas tecnologías y la adaptación de los recursos educativos a las mismas está permitiendo incorporar a la docencia elementos novedosos que facilitan, tanto el aprendizaje como la motivación del alumnado ante la materia expuesta.

El uso en la docencia de ordenadores, tabletas y proyectores, como nuevos soportes para la exposición y desarrollo de los temas permite incluir en las clases elementos que, hasta ahora, no estaban presentes en las aulas. Dentro de estos nuevos recursos destaca el uso del vídeo como herramienta docente.

Además de otras innegables ventajas, la potencialidad más importante de este recurso es el propio formato del vídeo, que hace más atractiva la tarea formativa y permite aumentar la motivación del alumnado, introduciendo elementos de realidad y de indudable aplicación dentro del marco, muchas veces teórico, en el que se desarrollan las clases.

En el presente trabajo, partiendo de la definición y clasificación de los vídeos, se identifican de forma genérica los aspectos más destacados de su uso en la docencia, sus aplicaciones, ventajas y posibles dificultades a superar en su utilización. Dando un paso más en el estudio de esta herramienta, en este trabajo se expondrán las diferentes experiencias que se están realizando actualmente en la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y en la Universidad de Almería (UAL) con el fin de profundizar en el desarrollo, uso y aplicación del vídeo como recurso docente en las diferentes áreas de conocimiento que participan, destacando las características específicas de cada una y aquellas que pueden considerarse comunes e independientes del tipo de estudios donde se emplean.

Dentro del campo de la ingeniería (UPCT), el uso del vídeo permite tener acceso a un mayor conocimiento de los dispositivos empleados, así como de los procedimientos a realizar, materiales de uso, aplicaciones en situaciones concretas, etc. En el caso de los estudios de fisioterapia (UAL), la utilización de vídeos permite complementar la formación adquirida en las sesiones prácticas de grupos reducidos, así como facilitar la adquisición de conocimientos de forma adecuada y supervisada por el docente de la asignatura.

Los resultados de este estudio pueden ser de enorme interés con el fin de aprovechar las múltiples posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen en el desarrollo de nuevos espacios educativos, acordes con los usos y tendencias del mundo actual.

Palabras clave: Nuevas tecnologías – Vídeos – Docencia – Experiencia interuniversitaria

CÓMO DESARROLLAR Y EVALUAR COMPETENCIAS EN EL ALUMNADO UNIVERSITARIO. LA PARTICIPACIÓN EN UN CONGRESO CIENTÍFICO COMO UNA HERRAMIENTA METODOLÓGICA.

AUTORAS

Carolina Pérez Dueñas y Adoración Antolí Cabrera

Universidad de Córdoba (España)

cpduenas@uco.es y aantoli@uco.es

Uno de los objetivos fundamentales de la formación universitaria es fomentar en el alumnado una actitud activa y autónoma hacia la adquisición de su propio conocimiento (Brauer, 2013). En ocasiones, es difícil trasladarles esta actitud debido a la propia estructura del aula y la forma en que se organiza la docencia. Aspectos positivos relacionados con la propia organización docente, dificultan a su vez que el alumnado tome las riendas sobre qué quiere aprender y sobre qué aspectos quiere profundizar, y le impiden asumir un papel activo en su propio proceso de enseñanza-aprendizaje. A pesar de ser el aprendizaje por descubrimiento guiado por el profesor uno de los objetivos fundamentales de la educación superior (Informe Boyer, 2003), detectamos que se necesitan nuevas fórmulas docentes para conseguir sacar al alumnado de la “comodidad” en la que se encuentra con otras metodologías tradicionales.

Otro de los puntos a desatacar dentro del Espacio Europeo de Educación Superior, en la que incide el proyecto *Tuning*, es la importancia de una enseñanza basada en el desarrollo de habilidades o competencias, además de una enseñanza universitaria basada en la investigación.

Con estos objetivos presentamos una metodología que hemos puesto en práctica con resultados muy positivos, tanto en el desarrollo de competencias, como en la motivación generada en el alumnado. Nuestra propuesta consiste en la realización de un congreso científico donde los propios alumnos son los protagonistas como organizadores, autores y ponentes de las presentaciones orales y los posters científicos, siempre con la guía de un tutor. Las temáticas abordadas en el congreso están relacionadas y coordinadas con las asignaturas de los grados de educación infantil y de primaria, siendo el eje temático la Psicología en el ámbito educativo. El propio alumno selecciona su tema de investigación específico en función de sus intereses. Éste aspecto es fundamental para aumentar la motivación intrínseca a partir de la participación en las decisiones que atañen a su propia formación. Antes del congreso se ofertan distintos talleres específicos que ayudan a desarrollar y a practicar las competencias objetivo, y que tratan aspectos como: búsqueda y organización de información científica, habilidades de comunicación y manejo de la ansiedad ante la exposición en público, y uso de tecnologías de la información para la presentación y diseño de posters.

Los principales objetivos a alcanzar son: desarrollar las competencias básicas contenidas en los planes de estudio, eliminar barreras para una adecuada formación interdisciplinar, potenciar y valorar la autonomía y el rol activo en el aprendizaje del alumnado, hacer del aprendizaje basado en la investigación un estándar, aprender a usar de forma creativa las tecnologías de la información, cultivar el sentido de comunidad educativa e intercambiar conocimientos y procedimientos entre estudiantes y profesionales en activo invitados al evento.

Palabras clave: Desarrollo de competencias - Aprendizaje activo autónomo - Competencias comunicativas - Formación universitaria - Metodología didáctica

EL PODER ES DEL CONSUMIDOR: LAS CLAVES DEL ÉXITO DE LA ECONOMÍA DE LA PARTICIPACIÓN

AUTORA

Marta Pérez Escolar

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

mperez726@ucam.edu

La arqueología de la sociedad actual se erige sobre nuevos paradigmas comunicativos, políticos y económicos que han configurado una nueva forma de entender la realidad contemporánea. La crisis transnacional de 2008 demostró la necesidad de renovar y reconstruir el escenario público, mediático y económico con nuevas fórmulas más participativas, transparentes, abiertas y globales. Surge en este contexto lo que popularmente se ha denominado como “nueva economía”; es decir, una economía basada en el conocimiento, la innovación, “la informalización y la globalización” (Castells, 1997). Sin embargo, este trabajo no pretende abordar el amplio campo de la *nueva economía*, sino que se centra en uno de los ejes transversales más representativos de esta nueva esfera social: la *economía de la participación*.

La presente comunicación muestra, en este sentido, los resultados aportados por el proyecto de investigación *Sectores de la nueva economía 20+20: economía de la participación* -financiado por el Fondo Social Europeo y la Fundación EOI- en el que se plantea la participación ciudadana como un modelo de negocio y una oportunidad de innovación. Para ello, se han analizado veinte empresas españolas con el fin de estudiar sus experiencias de negocio y entender las claves de su éxito. Todas estas iniciativas españolas destacan por su estrategia empresarial, la cual se centra en diseñar nuevos canales de interacción y de diálogo con sus clientes. De este modo, la participación se entiende como un *commodity*, es decir, se convierte en el producto en sí mismo. La clave del éxito de estas nuevas empresas de la *economía de la participación* es conseguir que el consumidor se transforme en un *prosumidor* (Islas, 2008) –término que resulta de la fusión entre ‘productor’ de contenidos y ‘consumidor’-.

El esquema comunicativo tradicional entre empresa-consumidor ha cambiado. La interacción entre el cliente y la compañía es fundamental para conseguir fidelizar a los consumidores y atraer al público –*engagement*-. Este nuevo paradigma comunicativo empresarial debe conformarse, por tanto, como un modelo más abierto, cooperativo y conversacional; para ello, la participación debe entenderse como una herramienta para generar confianza, gestionar la alfabetización mediática, estimular la implicación del consumidor –*gamification* o *ludificación*- y motivar la construcción de un *storytelling transmedia* entre otras muchas acciones.

Los consumidores y la audiencia tienen ahora más poder que nunca en el ecosistema actual. La semiótica de la sociedad contemporánea y la revolución digital han propiciado la creación de una nueva lógica y unos nuevos valores que disciernen de la tradicional cultura de masas. Las sociedades occidentales han evolucionado hacia una nueva forma de organización en la que el individuo muestra su disposición y su interés por involucrarse y participar activamente en la esfera pública. En suma, el objetivo principal de esta comunicación es presentar los resultados obtenidos en el proyecto de investigación y extraer unas conclusiones transversales a cualquier campo de estudio para entender los nuevos parámetros comunicativos que cualquier empresa que aspire al éxito debe asimilar y adoptar.

Palabras clave: Economía de la participación – Participación – Nueva economía – Interacción – Claves de éxito

BIENESTAR SUBJETIVO Y PSICOLÓGICO EN VOLUNTARIADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

AUTORA

Irene Pérez Miralles

Universidad Complutense de Madrid (España)

ipmiralles@gmail.com

En la actualidad, millones de personas en todo el mundo colaboran proporcionando su ayuda en algún tipo de actividad altruista. En Europa, un promedio de 34% de la población realiza algún trabajo voluntario (GHK, 2010). Concretamente en España, tan sólo el 18% de la población española participó en actividades voluntarias durante el año 2011 (INJUVE, 2012).

En este ámbito, el voluntariado se presenta como una actividad que muestra los aspectos altruistas y prosociales del comportamiento humano. Si bien, el voluntariado además de aportar grandes beneficios a la comunidad en la que se interviene, también favorece a las propias personas que contribuyen con su ayuda. En la actualidad, notables evidencias empíricas revelan que ayudar a los demás favorece al bienestar de las personas (Dietz, Grimm & Spring, 2007; Handy & Mook, 2011; Hunter & Linn, 1981; Jenkinson, Dickens, Jones, Thompson, Taylor, Rogers et al., 2013; Mellor, Hayashi, Firth, Stokes, Chambers & Cummins, 2008; Son & Wilson, 2012; entre otros). Sin embargo, tales estudios se han centrado en analizar el tipo de voluntariado conocido como *Formal Volunteering* (voluntariado comunitario), descuidando otros tipos de voluntariado, por ejemplo: la *Cooperación Internacional para el Desarrollo*.

Por tanto, la presente investigación, de carácter cualitativo, tiene el objetivo de analizar las percepciones de bienestar subjetivo y psicológico de voluntarios tras su participación en una misión de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Para ello, se llevaron a cabo 10 entrevistas en profundidad a voluntarios que han participado en una o más misiones internacionales en terreno, con dos perfiles diferenciados, de larga o corta estancia. Para el análisis de las entrevistas se ha hecho uso del análisis de contenido.

Los resultados han llevado a la conclusión de que la participación en voluntariado de cooperación internacional repercute positivamente en el bienestar subjetivo y psicológico percibido de los voluntarios a largo plazo pero no a corto plazo, detectándose la necesidad de un periodo de adaptación a sus vidas cotidianas.

Tras los hallazgos encontrados, se observó la necesidad de desarrollar nuevas líneas de investigación, como por ejemplo: el uso de diseños cuantitativos y longitudinales. Todo ello, se ha traducido en el desarrollo de la Tesis Doctoral: *Motivaciones, Bienestar e Inteligencia Emocional en Voluntariado de Cooperación Internacional para el Desarrollo*, que actualmente se está llevando a cabo por la Universidad de Zaragoza.

Palabras clave: Bienestar Subjetivo - Bienestar Psicológico - Voluntariado - Cooperación Internacional para el Desarrollo

COMUNICACIÓN Y MISIÓN EN LA GESTIÓN DE MUSEOS. EL CASO THYSSEN-BORNEMISZA

AUTORES

Lucía Pérez Pérez, Miquel Bastons Prat e Inmaculada Berlanga Fernández
U. de Málaga, U. Internacional de Cataluña y U. Internacional de La Rioja (España)
lucia.ppt@gmail.com, bastons@uic.es e inmaculada.berlanga@unir.net

Estudio parcialmente financiado por el Plan propio de investigación de UNIRResearch, 2014-2015. GdI-13 Procomm (Prospectivas en la comunicación multimedia). Los autores agradecen al museo Thyssen su asesoramiento.

A partir de la revolución tecnológica las instituciones son conscientes de la necesidad de una nueva cultura operativa en la que se contemple a la persona en toda su riqueza. Este artículo plantea un modelo innovador de la gestión de la comunicación museística: el modelo de gestión prosocial, basado en la misión.

Este modelo, apoyándose en las oportunidades que ofrecen las TIC, reorienta la actividad comunicativa de la mera información, que le interesa al museo, a una comunicación dirigida a la satisfacción de necesidades del público, es decir, orientada a la misión. Con este propósito se estudia el caso del museo Thyssen-Bornemisza, entidad que sobresale por este enfoque en el uso de las redes como herramientas de comunicación.

Mediante entrevistas enfocadas con los directivos encargados de las áreas que han sido objeto de nuestro estudio conocemos cómo han planteado la Gestión comunicativa-educativa, las Novedades educativas, las Novedades comunicativas y la Utilización de redes sociales.

A partir de los resultados obtenidos se dibuja el perfil de un modelo de gestión de la comunicación que usa tecnologías emergentes para una interacción eficaz con el público y para reforzar el cumplimiento de la misión de la institución.

Palabras clave: Modelos de gestión - Redes sociales - Educación - Comunicación - Museos

EL EMPLEO DE LA IMAGEN EN LA DIDÁCTICA GENERAL Y EN LAS ENSEÑANZAS ESPECÍFICAS

AUTOR

Enrique Pérez Romero

Universidad Complutense de Madrid (España)

kubdey@hotmail.com

Cuando en septiembre de 1997 me licencié en Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva (hoy, Comunicación Audiovisual), como especialización de Ciencias de la Información en la UCM, tuve que abrir una amplia reflexión ante una evidencia desconcertante: durante mis cinco años de estudio de la imagen, la propia imagen había sido empleada como herramienta docente en poco más del 5% del currículo. Me pregunté si eso tenía alguna lógica y cómo sería el empleo de la imagen en el resto del sistema educativo si en los estudios especializados se encontraba en ese nivel.

La fotografía (como primer escalón de la imagen tecnológica reproducible) tiene ya 189 años de existencia; el cine, 120; la televisión, 88. Por citar los tres medios fundamentales de producción y reproducción de imágenes, a los que habría que añadir Internet (36 años) como contenedor y difusor de todo tipo de contenidos audiovisuales. Con esto quiero poner de relevancia que son casi dos siglos de desarrollo de la cultura visual de masas, en los que apenas se ha avanzado en el uso de la imagen como herramienta docente, mientras su presencia social ha ido aumentando exponencialmente.

Esta ponencia no trata sobre la necesidad de incluir el estudio de la imagen en la globalidad del sistema educativo —esto es más propio de los contenidos de la docencia que de la forma de la docencia— sino de la insoslayable urgencia de utilizar la imagen como herramienta al impartir los contenidos en el entorno del sistema educativo. Primero, en un ámbito general y, segundo y más importante, en un ámbito especializado de estudios audiovisuales.

En un ámbito general, el empleo de la imagen en la didáctica de los contenidos y en la traslación de valores es crucial por las siguientes razones: a) la coherencia con lo que el estudiante encuentra en su vida diaria facilita y refuerza el aprendizaje a través de ese medio; b) la capacidad de la imagen para sintetizar pensamientos complejos; c) la dinamización que supone la mezcla de diferentes metodologías en el aula, y que puede facilitar la atención del alumnado, y d) la amplitud de contenidos tratados por la imagen tecnológica en sus dos siglos de historia.

En el ámbito de los estudios audiovisuales específicos no es necesario insistir en la conveniencia de que la fotografía, el cine y la televisión estén presentes de forma permanente y diaria dentro del aula. Es imprescindible para su estudio histórico, su análisis de contenidos, la ejemplificación dinámica de todas o casi todas las materias, así como para incentivar y facilitar el impulso de los alumnos a la práctica técnica de la imagen.

El cortometraje, por ejemplo, es un formato perfecto, por su duración y naturaleza para incluir en todas las enseñanzas existentes en nuestro sistema educativo.

Palabras clave: Imagen – Cultura de masas – Docencia – Sistema educativo – Aprendizaje

LAS NUEVAS ASIGNATURAS INTERDISCIPLINARES EN ESPAÑA: EN TORNO A LA DIVERSIDAD DE GÉNERO

AUTORA

Adoración Pérez Troya
Universidad de Alcalá (España)
adoracion.perez@uah.es

Un ejemplo de las nuevas asignaturas interdisciplinares en las universidades españolas son aquellas cuyos contenidos giran en torno a la diversidad de género. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modificó la Ley Orgánica de Universidades (LOU), fijó como uno de los valores y objetivos de la enseñanza universitaria la igualdad entre mujeres y hombres y estableció que las Universidades deberían crear programas específicos de igualdad de género. Asimismo, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, dispuso, en su artículo 25, que las Administraciones públicas promoverán la inclusión, en los planes de estudio en que proceda, de enseñanzas en materia de igualdad entre mujeres y hombres.

Obedeciendo el mandato legal, distintas Universidades han promovido e implantado asignaturas relacionadas con la igualdad de género, si bien son muy pocas aquéllas en las que se han incluido en los estudios de Grado. Un ejemplo, considerado un referente en el panorama universitario actual, es la asignatura que se imparte desde el Curso académico 2009-2010 en la Universidad de Alcalá (Madrid), con el título de “Diversidad de Género e igualdad de Derechos”. Dicha asignatura fue producto de un proyecto de innovación docente y utiliza como texto docente base un libro, escrito por los profesores participantes, con el mismo nombre de la asignatura y con el subtítulo de “Manual para una asignatura interdisciplinar” (Tirant lo Blanch, Valencia, 2012).

En la medida que las cuestiones de igualdad de género afectan a todas las materias objeto de estudio, sean ciencias sociales o naturales, y teniendo en cuenta el concepto de “transversalidad de género” (*gender mainstreaming*), introducido en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas (Beijing, 1995), las asignaturas sobre igualdad de género se prestan de forma idónea a un diseño interdisciplinar. Ahora bien, no es menos cierto que en un solo programa o asignatura resulta imposible abordar todas las posibles cuestiones que conciernen a la igualdad entre hombres y mujeres. Se hace necesario buscar un hilo conductor sobre el que construir los programas de estas asignaturas, lo que puede conseguirse focalizando la interdisciplinariedad dentro de las ciencias sociales o de las ciencias naturales. En el primer caso, que es el modelo seguido en la Universidad de Alcalá, también es necesario, a su vez, escoger un tema vertebrador, como puede ser la discriminación de las mujeres en el acceso a la vida laboral y profesional.

La implantación de estas asignaturas interdisciplinares aproxima la universidad española a los sistemas universitarios de mayor prestigio internacional, donde los estudios de género hace décadas que se implantaron en los currículums docentes. No obstante, aún son muchas las Universidades españolas reacias a incorporar este tipo de materias en sus titulaciones.

Palabras clave: Asignaturas interdisciplinares - Diversidad de género - Grados

LA TRANSICIÓN DEL ALUMNADO DE SECUNDARIA A LA UNIVERSIDAD. DIFICULTADES Y NECESIDADES

AUTORES

María Luisa Pertegal Felices, José Daniel Álvarez Teruel y Salvador Grau Company

Universidad de Alicante (España)

ml.pertegal@ua.es, josedaniel.alvarez@ua.es y salvador.grau@ua.es

Existe una relación directa entre las transiciones en el desarrollo personal y las fases del desarrollo evolutivo, y entre las transiciones en el desarrollo académico y los cambios de etapas del alumnado en su proceso de formación (Beilin, 1992). El historial académico discente es un muestrario de transiciones, más o menos traumáticas según precisen o no de un cambio de institución. El recorrido del alumnado a través de su escolarización presenta momentos claves en los que se producen “rituales de salida de una cultura y entrada en otra nueva” al cambiar de nivel o de centro; y en el caso de la transición de educación primaria a la educación secundaria, los datos obtenidos son preocupantes (Gimeno, 2000).

En cuanto a la transición de la Educación Secundaria a la Universidad, el fracaso académico y el abandono en los primeros cursos de carrera hacen necesario conocer las características de esta transición para establecer canales de continuidad entre ambos niveles educativos. Con la creación del Espacio Europeo de Educación Superior y la permanente búsqueda de la calidad educativa, se ha comenzado a desarrollar en la mayoría de universidades programas de orientación y de acogida (en la Universidad de Alicante el *Pan de Acción Tutorial*) destinados a la mejora en la incorporación del nuevo alumnado. Aunque el periodo de transición comienza antes de su ingreso en la Universidad.

El objetivo de esta investigación es recoger información relacionada con la transición del alumnado de Educación Secundaria a la Universidad para determinar las dificultades que presenta en su ingreso en el centro universitario y elaborar estrategias que aborden las necesidades desde los Planes de Acción Tutorial de ambos niveles educativos de forma coordinada. Para recoger los datos se elaboró un cuestionario que se administró a 468 estudiantes de Bachiller de la provincia de Alicante (España) pertenecientes al último curso previo al acceso a la Universidad.

Los resultados muestran que, a pesar haber trabajado a través del Plan de Acción Tutorial del Instituto sobre cómo elegir estudios y tomar decisiones vocacionales, un tercio del alumnado no recibe esta tutorización de forma adecuada. La decisión de continuidad en los estudios universitarios, y sobre qué estudios realizar en la universidad, está orientada fundamentalmente por la familia, por el conocimiento de personas del ámbito profesional, por visitas realizadas a la Universidad y por las amistades. En cuanto al alumnado que no tiene decidido qué estudiar, atribuyen sus dudas principalmente al miedo a equivocarse y a la falta de información.

Como conclusión destacamos la necesidad introducir dentro del Plan de Acción Tutorial de todos los Centros de Educación Secundaria, de forma sistemática, la orientación del alumnado en la transición a la universidad, en coordinación con la Universidad, elaborando estrategias de orientación vocacional en aquellos aspectos presenten mayores dificultades.

Palabras clave: Transición - Secundaria - Plan de Acción Tutorial - Universidad - Investigación

TÉCNICAS 3D EN SERIES DE ANIMACIÓN TELEVISIVAS

AUTOR

Jesús Pertíñez López
Universidad de Granada (España)
jplopez@ugr.es

El auge de la animación en el mundo ha venido de la mano del desarrollo de tecnologías que han abaratado significativamente los costes de producción. En pocos años, la técnica de 3D está al alcance cualquier estudio de animación y por tanto, ha servido para inundar el mercado de productos audiovisuales de diversa calidad.

Durante años, el Grupo de Investigación “Forma y Contenido en Dibujos Animados” de la Universidad de Granada, ha estado analizando las series de televisión que se emiten en España, tanto en canales generalistas como temáticos (17 en total, en horario de 6 a.m. a 22 p.m) dando como resultado un enorme cúmulo de datos que nos permiten comprobar de forma certera cómo ha evolucionado la animación en España. El análisis que hemos realizado incluye más de 200 series de animación, a las que hemos aplicado una tabla de análisis que contiene nueve aspectos principales de creación audiovisual, desde la creación de personajes, técnicas artísticas, color, mensajes... a la banda sonora.

Son dos los aspectos que nos interesan: en primer lugar, la técnica de realización, es decir, la forma de creación del 3D. Las herramientas nos ayudan a la construcción de personajes, escenarios y movimientos, automatizando muchos de los procesos de creación. Esta técnica ha servido para dotar a los personajes de un movimiento más realista y permitir mas movimientos de cámara que hasta hace poco eran impensables en animación. Pero lo que puede ser una ventaja por el ahorro de tiempo y presupuesto, se convierte en un problema de homogenización estética que hay que evidenciar.

Por otro lado, queremos comprobar de qué forma técnica y mensaje se condicionan, qué tipo de valores y comportamientos nos transmiten los personajes creados con técnicas 3D. Esto está relacionado con las cadenas de televisión que abogan más por esta técnica frente a otras que defiende la animación tradicional o experimental.

Nuestra contribución se completa con una defensa de las técnicas 3D que apuestan por la originalidad e innovación demostrando que sus posibilidades son enormes frente a aquellos estudios que priman la utilización de estereotipos artísticos. No olvidamos que el núcleo de nuestra investigación está destinado a niños y debe servir, además de entretenimiento para su formación estética. Este trabajo ha sido financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia a través de dos Proyectos de I+D+I consecutivos.

Palabras clave: Animación – Televisión – 3D – Mensajes - Creatividad

LIMITACIONES Y ALCANCES DE LA GERENCIA AGROBIOTECNOLÓGICA PARA PROMOVER LA INNOVACIÓN

AUTORES

Elsa Emilia Petit Torres y Darwin Dacier Peña González

Laboratorio Estudios de la Innovación y el Desarrollo de la Universidad del Zulia (Venezuela)

elsapetitluzve@gmail.com y darwindacier@hotmail.com

Se plantea la caracterización de la situación problema asociado a la necesidad de crear para el sector agroindustrial colombiano, específicamente para el Departamento del Magdalena, un modelo gerencial agrobiotecnológico que se aproxime histórica, conceptual, teórica y operativamente a la resolución de las principales dificultades, limitaciones y amenazas detectadas desde la teoría y la praxis. Identificamos en una primera fase de ésta investigación doctoral, las principales limitaciones y alcances de la gerencia agrobiotecnológica para promover la innovación.

Limitaciones identificadas: Ausencia de metodologías y modelos de gestión con estructura conceptual y teórica consolidada para la orientación del sector hacia su modernización (Castellanos: 2002; Hernández: 2008; Pérez, 2012). Políticas públicas asistémicas y raramente asertivas para los contextos reales del sector (CEPAL: 2011). Carencia de habilidades gerenciales en el sector y Dificultades estratégicas para acceder a financiamiento (CEPAL: 2011). Poca inclusión social en especial de los productores como puntos focales de responsabilidad dentro del sistema (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Poca investigación multidisciplinaria y transversal en el sector agrobiotecnológico (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Problemas de transferencia de conocimiento y de tecnologías hacia y desde el sector (IICA: 2010). Escasa promoción de redes interorganizacionales para la innovación (Bravo, Olga; Marín González, Freddy; Carrera, María: 2013). *Principales alcances registrados:* Ciudadanías en formación, acción colectiva, organizaciones sociales y sociedad civil (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Bioprospección, bionegocios, derechos de propiedad intelectual, bioética (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Desarrollo rural, asistencia técnica, educación y extensión rural, producción sostenible, agronegocios y mercadeo. (IICA: 2010).

Se concluye que no existen modelos adecuados de gerencia agrobiotecnológica en Colombia y en toda Latinoamérica, que contengan: conocimiento de los requerimientos y necesidades que tiene el país, las estrategias contempladas en los planes nacionales y regionales de desarrollo, investigación multidisciplinaria y transversal, se requiere un modelo de gerencia que sea capaz de integrar las aristas de esta complejidad contextual y operativa de la tecnología.

El carácter contradictorio en la gerencia de las agrobiotecnologías en el sector agroindustrial, se presenta cuando la realidad expresa claramente eventuales conflictos (latentes o abiertos) en un proceso socio-político con base en la “comunidad científica” y un discurso con énfasis marcadamente tecnológico que desatiende formalmente los intereses de ese grupo sin llegar a producir los resultados tecnológicos que puedan anunciar, y más allá, beneficiar socialmente a la población colombiana. Los resultados son válidos para emprender análisis crítico y profundizar sobre estos aspectos y generar propuestas para promover la innovación en los sistemas agrobiotecnológicos latinoamericanos.

Palabras Clave: Limitaciones - Alcances - Gerencia agrobiotecnológica para la innovación

HABILIDADES DE GESTIÓN ECONÓMICA DE LOS PESCADORES ARTESANALES DEL MUNICIPIO LA CAÑADA DE URDANETA (ESTADO ZULIA – VENEZUELA)

AUTORES

Elsa Emilia Petit Torres y Adenis Enrique Soto Soto

Universidad del Zulia (Venezuela)

elsapetitluzve@gmail.com y adenriquesoto@gamil.com

Desde hace 15 años en Venezuela se han producido cambios en el sistema político y económico hacia la conformación de un aparato de Estado socialista, proceso acompañado de políticas gubernamentales de sustitución del sistema económico rentista, ajustado a nuevas realidades gerenciales, tecnológicas y organizativas. En este sentido, la oportunidad se constituye en un interesante asidero para la generación de nuevas teorías explicativas, acordes con la detección de fortalezas y debilidades de los nuevos estilos de gestión empresarial. Un área productiva que ha venido adaptándose en el país es la actividad pesquera que, aun cuando forma parte del sector de producción primario de la economía, ha logrado impactar positivamente en la producción total del país por su contribución al empleo de subsistencia, basado en la economía familiar, específicamente del sector pesquero artesanal marítimo.

Ante estas nuevas realidades de naturaleza socioproductiva, el estudio que presentamos como investigación libre doctoral, identifica y describe las habilidades de gestión económica de los pescadores artesanales del Municipio La Cañada de Urdaneta (Estado Zulia –Venezuela). El mismo fue sustentado teóricamente considerando aportes de: Etkin (2003), Kliksberg (2002), García del Junco y Casanueva (2001), Naim y Piñango (2000), Palacios (1999), Drucker (1998) y (2000), entre otros. El estudio se desarrolló con una metodología etnográfica, con enfoque epistemológico vivencialista-subjetivista, enmarcada en el paradigma cualitativo, su tipo es descriptiva, con diseño de campo, no experimental y muestra intencional de unas familias de pescadores como informantes claves, la técnica de recolección de la información fue con los instrumentos: entrevista a profundidad y análisis de la información a través de representaciones sociales.

Como principal conclusión se pudo evidenciar que las habilidades de gestión económica se constituyen a partir de la unidad económica familiar donde sus integrantes asumen el crecimiento económico a partir de la imbricación de proyectos personales sustentados en los beneficios que para la unidad familiar sean valederos y realistas. Visto así, las familias, como empresas, son lugares donde el riesgo no paraliza a las personas y la necesidad por hacer gestiones juntos es constante. Asimismo, las personas crecen en una familia donde constantemente se motivan para concretar sus potencialidades económicas y capacidades de unión familiar. El fracaso, es tomado como aprendizaje y la creatividad es desarrollada de una manera casuística y espontánea, ya que no responde a cánones preestablecidos sino como herramienta para emprender para el futuro inmediato apoyados en el valor de unión familiar, como unidad productiva.

Palabras Clave: Habilidades de Gestión - Economía Familiar - Pesquería Artesanal

A MEDIAÇÃO NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM SOCIAL: AÇÃO COLABORATIVA ENTRE O PROFESSOR E O ALUNO

AUTORES

Jimmy Pierre y Maria Silvia Rosa Santana

Universidade Estadual de Matogrosso do Sul (Brasil)

jjipy82@gmail.com y mariasilvia@uems.br

Através deste trabalho pretendemos promover uma reflexão acerca da categoria de mediação para a Teoria Histórico-Cultural, cujo representante principal é L. S. Vygotsky. Este referencial teórico defende o princípio de que o desenvolvimento humano é um processo promovido pela relação social que ocorre entre o homem e o mundo, mediado pela relação do homem com outros homens. Nesse sentido, a qualidade do desenvolvimento da criança decorre da qualidade das relações mediadas pelo contato desta com o adulto.

Para isso, consideramos que alguns elementos são essenciais para a existência da mediação, sobretudo o instrumento, o sujeito e o signo. Para levar a cabo nossa análise, objetivamos explicitar o papel da mediação no processo de ensino e aprendizagem escolar, baseando-nos nos estudos de Vygotsky. Consideramos a Teoria Histórico-Cultural como a mais importante referência teórica para a educação na atualidade, por fornecer subsídios sobre o desenvolvimento psíquico da criança, aporte teórico para a elaboração de uma prática pedagógica revolucionária e, conseqüentemente, de Projetos Político-Pedagógicos relacionados com cada realidade escolar.

Trabalho pedagógico focado na relação colaborativa entre professor e aluno, de modo a promover a formação das funções psicológicas superiores, que são elementos estreitamente ligados com o processo de desenvolvimento das crianças durante o período escolar. Assim, fazer uma abordagem sobre a estreita relação que existe entre a zona de desenvolvimento próximo com o entendimento do caráter social do desenvolvimento humano e das situações de ensino escolar.

Palavras-chave: Funções psicológicas superiores – Mediação – Zona de Desenvolvimento Proximal

FORTALECIMIENTO DE LAS TÉCNICAS DE CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0

AUTORA

Julia Andrea Pineda Acero

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

julia.pineda@unisabana.edu.co

La creatividad, entendida como la capacidad de idear y diseñar innovadoras soluciones a un problema, ha sido considerada como una de las 16 habilidades que requieren los estudiantes para el siglo 21. Dentro de los retos a los que se enfrenta el docente está el cómo lograr que sus estudiantes desarrollen o fortalezcan dicha capacidad, y aún más, la utilicen al abordar desafíos complejos formulados desde el ámbito académico pero bajo la premisa que éstos estarán presentes en la vida tanto personal como profesional. Es por ello, y dado el surgimiento y la propagación de la era digital, que la articulación de la Web 2.0 con el proceso creativo es una posibilidad que se debe explorar.

Específicamente, las fases creativas son cuatro: la lógica, donde se concreta y analiza el problema; la intuitiva, que incluye la generación y formulación de ideas; la crítica, a través de la cual se validan las opciones y se define la solución; y la de valoración, que pretende la aceptación de lo planteado dentro del contexto. En este artículo, se describe un estudio que aborda la fase intuitiva, donde se utilizan técnicas aleatorias, que pretenden relaciones forzadas o al azar entre lo que se conoce y lo que no; analógicas, que exploran semejanzas entre el conocimiento previo y la situación problema; y antitéticas, que descomponen el problema y sondan a través de antítesis o deformaciones.

El objetivo, a partir de la sistematización de la experiencia docente realizada en el ámbito de la asignatura “Competencias Básicas Digitales” en la Universidad de La Sabana -donde se trabaja Aprendizaje por Proyectos y los estudiantes deben solucionar un problema dado-, es dar a conocer el aporte de las herramientas 2.0 a la ejecución de algunas técnicas de creatividad para la innovación; y a modo propositivo, presentar una guía que incluye los pasos a seguir por cada técnica y la mediación tecnológica sugerida para el rol docente y estudiante, así como unas recomendaciones para evitar situaciones distractoras o que no encaminen a la generación de ideas novedosas, originales, viables y valiosas.

Los resultados obtenidos en la investigación arrojan una valoración positiva de la estimulación de ideas mediada por la Web 2.0 por parte de los estudiantes y docentes. De igual forma, se evidencia una contribución frente al clima motivacional, al enfoque hacia un logro innovador y con posibilidad emprendedora, y a la gestión del conocimiento propia de la búsqueda, aplicación y reutilización de conceptos. Por último, se concluye a modo reflexión, que el factor crítico de éxito es preparar y orientar el uso de la tecnología como herramienta pedagógica y didáctica dentro del proceso creativo.

Palabras clave: Creatividad - Técnicas de creatividad - Web 2.0 - Herramientas 2.0 - Innovación

MARCO DE REFERENCIA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EDUCATIVOS MEDIADOS POR TIC

AUTORA

Julia Andrea Pineda Acero

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

julia.pineda@unisabana.edu.co

Un proyecto educativo es un esfuerzo temporal que busca resolver de manera estructurada un problema identificado en el ámbito pedagógico, y que suele ser el medio para el logro de objetivos institucionales. Aunque cada proyecto es único, la estructura del ciclo de vida incluye a modo genérico el inicio, la planificación, la ejecución y el cierre; siendo la planificación, explícita en el diseño del proyecto, la etapa más crítica y compleja dado que es allí donde se establece el alcance, se clarifican los objetivos y se definen las acciones a realizar.

Por consiguiente, y teniendo en cuenta que dentro de la sociedad del conocimiento el uso y la apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se han convertido en un factor clave para alcanzar resultados estratégicos, se hace evidente la necesidad de un marco de referencia que pueda ser puesto a disposición de las entidades educativas y utilizado como soporte al diseño de proyectos educativos cuya solución contemple la mediación de las TIC. El objetivo de este artículo es presentar una propuesta para dicho marco, resultado de una revisión bibliográfica metódica y la sistematización de la experiencia como orientadora del curso de diseño en la “Maestría de Proyectos Educativos mediados por TIC” de la Universidad de La Sabana.

Dentro de las deficiencias encontradas en esta investigación en los diseños formulados por los maestrantes, se tiene el desconocimiento de la naturaleza de los proyectos, una percepción errada de la realidad educativa o de la causalidad del problema, una inadecuada identificación de requerimientos y recursos, la falta de prospectiva frente a los logros, la omisión de personal clave dentro de la comunidad educativa, y un desconocimiento de las TIC como herramientas pedagógicas. Es por ello, que el marco inicia con la presentación de los conceptos clave asociados a proyectos educativos, y posteriormente aborda aquellos elementos que de manera común deben considerarse para solucionar un problema educativo con mediación TIC.

Específicamente, se proponen cuatro bloques de elementos que interactúan entre sí, y los cuales se denominaron fundamento problémico, que aborda el contexto institucional y el problema educativo; eje de acción, que corresponde al componente pedagógico, organizacional y tecnológico; base institucional, que contempla tanto los principios de la entidad como las normas, políticas, lineamientos, códigos, y estándares de calidad; y control, que incluye alcance, calidad, tiempo, costos, recursos y riesgos. Se espera que este marco, sea un instrumento de planificación y de carácter pedagógico, que mitigue la dificultad de la formulación de los proyectos educativos, contribuya a lograr diseños viables y efectivos, y potencie una implementación exitosa con resultados pertinentes y de alto impacto.

Palabras clave: Proyecto Educativo - Diseño de proyecto - TIC - Educación

**DUALIDAD TERRITORIAL EN LA COMUNIDAD DE MEDIA LUNA EN EL
RESGUARDO INDÍGENA WAYYU DE LA ALTA Y MEDIA
GUAJIRA COLOMBIANA**

AUTOR

Esliber de Jesús Pinedo Soto
Universidad del Zulia (Venezuela)
esliberpi@gmail.com

A partir del escaso sustento teórico develado al indagar sobre la variable *dualidad territorial*, en esta investigación, se intentó analizar los aportes teóricos que soportan la dualidad territorial en la comunidad de media luna en el resguardo indígena wayuu de la alta y media Guajira Colombiana. Para ello, se recurrió al método hermenéutico y a la técnica de análisis cualitativo de contenido.

Con base en lo anterior, se infirió que la dualidad territorial, constituyó una variable que describió aquellos territorios donde el esfuerzo innovador empresarial tuvo escaso impacto sobre el sistema productivo en su conjunto, o en donde la mejora competitiva no se trasladó de forma automática a otras dimensiones del desarrollo territorial integrado, lo que se evidenció, entre otras cosas, en: disociaciones entre una alta competitividad económica y conflictos socio- ambientales y una deficiente ordenación de los recursos o un muy escaso efecto multiplicador. Lo anterior, devino en acentuadas contradicciones asociadas a la innovación, las cuales, se manifestaron, simultáneamente, en un mismo territorio (Méndez, 2002).

Lo arriba referido, se derivó a partir de los recursos teóricos que ofreció el enfoque de la Dimensión Espacial de la Innovación (Gutiérrez, 2014), cuya argumentación residió en situar a la innovación y sus relaciones con el territorio como elemento medular, considerándolo como un robusto actor social, dinamizador del desarrollo socio productivo, por cuanto fue el depositario de recursos, no sólo de carácter material, sino, sobre todo intangible, relacionados con la generación de ventajas competitivas localizadas, tales como el saber hacer acumulado a través del tiempo en un espacio específico, recursos humanos con altos niveles de profesionalización asentados en una localidad determinada, capacidad de acceso a la información en el ámbito seleccionado y un espíritu empresarial que tiñó la atmosfera industrial del entorno, entre otros (Marshall, 1890; Méndez, 2002; Rodríguez, 2003, Gutiérrez, 2014).

A partir de los resultados obtenidos a través de este tipo de estudio, se contribuyó a robustecer el escaso sustento teórico develado al indagar sobre la variable dualidad territorial y su relación con dinámicas socio- productivas debilitadas, haciéndose especial énfasis en los estudios sobre los conflictos sociales y ambientales que según autores europeos (Méndez, 2002; Albertos y col, 2004); genera la dualidad territorial, la cual, fue revisada, en este caso, en un territorio latinoamericano.

Palabras claves: Dualidad territorial - Innovación - Resguardo indígena Wayuu - Dimensión espacial.

DEL HILO MUSICAL A LAS RADIOS CORPORATIVAS. NUEVAS ESTRATEGIAS DE AUDIOBRANDING EN EL ÁMBITO 2.0

AUTORA

Teresa Piñeiro Otero

Universidade da Coruña (España)

teresa.pineiro@udc.es

Supermercados, tiendas, aerolíneas, operadoras de telefonía, bancos, etc. han visto en la radio un medio de gran potencial para la establecer lazos con sus públicos. En pleno proceso de mediamorfosis de la radio (Fidler 1997), las marcas y organizaciones se han lanzado a la radiodifusión sonora.

En este escenario aparecen las radios corporativas, producidas y gestionadas por las propias marcas u organizaciones. Se trata de un fenómeno, a medio camino entre el *sound brand* y el *branded content*, que está viviendo una importante eclosión en el momento actual gracias a la accesibilidad de la Red. Con independencia del público al que se dirija o el tipo de programación, lo cierto es que las radios corporativas están consolidándose como una herramienta de gran interés para marcas y organizaciones.

Estas radios posibilitan la personalización de un determinado ambiente, ya sea de un espacio comercial ya de las instalaciones de una entidad concreta, con la selección de contenidos específicos y la difusión de mensajes corporativos o promocionales.

En este sentido el objeto del presente trabajo ha sido el de efectuar una aproximación al fenómeno de las radios corporativas, tipologías y manifestaciones. Una realidad que repercute positivamente la experiencia de los diferentes públicos de una marca o entidad.

Palabras clave: Radio – Radios corporativas – *AudioBranding* – *Sound brand* – *Branded audio content*

LA RADIO EN *STORIFY*. FRAGMENTACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y MULTIMEDIALIDAD NARRATIVA

AUTORA

Teresa Piñeiro Otero

Universidade da Coruña (España)

teresa.pineiro@udc.es

El proceso de transposición de los medios convencionales a Internet, que Fidler denominó *mediamorfosis* (1997), ha implicado una profunda transformación de sus contenidos. Los mensajes mediáticos se han ampliado y fragmentado, presentándose a través de diversas plataformas y lenguajes. Asimismo, dichos contenidos han pasado a integrar la interacción y participación de los usuarios, en su nuevo papel de prosumidores (Toeffler, 1980), lo que ha resultado en un mensaje más colaborativo.

En el caso concreto de la radio, el salto de la radiofonía hertziana a la Red ha derivado en nuevos espacios y oportunidades para la interacción del medio con sus públicos. Entre ellos, las redes sociales han dotado a los productores del medio de nuevos espacios para la construcción y consolidación de una comunidad de oyentes-usuarios. Una comunidad que puede participar en la conversación social de una cadena o programa radiofónico, aportando nuevas informaciones y perspectivas, lo que resulta en un contenido mejorado.

En su expansión a los *social media* el mensaje radiofónico se presenta como vivo y colaborativo. Su proceso de creación no finaliza con la publicación de los contenidos –por el medio o la cadena– sino que este paso se convierte en el punto de inicio de un nuevo mensaje, basado en la conversación de diversos oyentes-usuarios en la Red, y en el establecimiento de flujos entre los productores del medio, los comunicadores y la comunidad. Estos flujos permiten la construcción de un nuevo discurso –entre paralelo y convergente– que presenta más información, de forma enriquecida, actualizada y perfectamente contextualizada.

Ante la excesiva fragmentación de este nuevo mensaje, surgido de la interacción social en diversas plataformas, las cadenas de radio han ampliado su presencia *online* a servicios sociales como *Storify*, que permiten construir una historia social con la unión de contenidos de diversos lenguajes y plataformas. Una historia que requiere de un proceso de selección, por parte del medio, de aquellas aportaciones más relevantes para la consecución de un contenido final de valor, que el oyente-usuario recibirá como unitario y completo.

En este sentido, el objeto del presente trabajo ha sido el de conocer la presencia y el empleo que las cadenas de radio hablada españolas dan a *Storify*, así como el tipo de contenidos o de plataformas que utilizan para la construcción de sus historias sociales. Un análisis que se sitúa a medio camino entre la radio social y la transmedia.

Palabras clave: Radio – Transmedia – Redes Sociales – Storify – Mediamorfosis – Colaboración

LAS ONG, ENTRE LA IMAGEN DESEADA Y LA IMAGEN PERCIBIDA

AUTORA

Cristina Polo Alonso

Universidad Complutense de Madrid (España)

cristinapoloalonso@gmail.com

Las personas tenemos percepciones o imágenes mentales de las ONG que influyen en nuestra predisposición a aceptar sus mensajes de sensibilización, captación de fondos y de voluntarios.

El objetivo de esta investigación es explorar la imagen que los jóvenes españoles tienen de las ONG que trabajan por la infancia en el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo. Una vez examinada esta imagen percibida podremos contrastarla con la imagen deseada por estas ONG, esto es, con la imagen pública planteada como objetivo de sus planes y estrategias de comunicación. Nos proponemos, por tanto, identificar qué aspectos son coincidentes y cuáles divergentes entre ambas imágenes, la percibida y la deseada, para realizar, posteriormente, una propuesta de recomendaciones a las ONG con el fin de aproximar ambas imágenes mediante un plan de acciones estratégicas de comunicación.

Las ONG seleccionadas para nuestro estudio son ‘Save the Children’ y ‘Plan Internacional’.

Por un lado, para aproximarnos a la percepción que los jóvenes universitarios españoles tienen de las citadas ONG, se ha llevado a cabo una investigación motivacional exploratoria mediante las técnicas del grupo de discusión y la entrevista en profundidad. Por otro, para recoger la información necesaria sobre la imagen deseada por estas ONG, se han identificado la visión y misión de las citadas organizaciones.

Los resultados confirmaron nuestra hipótesis inicial relativa a la percepción general que los jóvenes universitarios tienen de este tipo de ONG. Se trata de una imagen formada por características con evaluación positiva. Sin embargo, pudimos comprobar también cómo esta imagen está distorsionada, en buena medida, y no coincide con la identidad real de las organizaciones. Los jóvenes piensan que estas ONG trabajan con un enfoque caritativo, asistencialista y tutelar, cuando, en realidad, sus actuaciones se rigen por un enfoque integral de los derechos de la infancia, un eje en torno al cual gira la visión y la misión de estas organizaciones.

Palabras clave: ONG - Cooperación internacional al desarrollo - Comunicación organizacional - Imagen

INVESTIGACION FORMATIVA: UNA EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA PARA LA CULTURA ACADEMICA EN LA EDUCACION SUPERIOR

AUTORA

Gregoria Polo de Lobatón

Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia)

gregpolo1@hotmail.com

El sentido de la Universidad, tomar en consideración las consecuencias del largo plazo, esto es heredar la tradición del conocimiento, asumiendo altas responsabilidades con la sociedad, la lleva a comprender y representar simbólicamente los procesos, predice y calcula consecuencias a partir de lo ya conocido y modifica sus propios caminos de acuerdo con lo que recoge y con lo que establecen los acuerdos, luego a partir de la cultura académica la Universidad distingue y cualifica las tareas de docencia, investigación y proyección social, en reflexiones de Mockus (2012), indujeron a la pregunta por lo investigación formativa en la Educación Superior, y formuló como propósito la interpretación de la Investigación formativa para la cultura académica a partir de una experiencia significativa.

La metodología de trabajo se aborda desde los presupuestos del paradigma cualitativo con una tipología fenomenológica; el muestreo caso-tipo, emprendió el estudio en una Universidad de carácter privado en Colombia; con entrevistas semiestructuradas, la experiencia de la investigadora, la observación y la revisión bibliográfica. Los resultados de investigación determinaron que en la Educación superior se traduce la cultura académica en la articulación de docencia, investigación y proyección social a partir de la misión, la conduce a la obediencia de sí misma como tradición y proyecto, como institución y comunidad es tradición universitaria desde la premisa que el conocimiento transitorio por la universidad es la que hace posible la Universidad como comunidad y como institución posibilita la reproducción de esas comunidades, y potencia y abriga la sociedad, afirmando la propuesta de Mockus.

Concluyendo que la interpretación de la Misión conduce la cultura académica en la medida que se construya una cultura investigativa a través de la investigación formativa para que florezca una investigación científica productiva y cultura académica, como constructora de conocimiento.

Palabras clave: Investigación, investigación formativa, cultura académica, Educación Superior, Experiencia significativa.

FUENTES DE FINANCIACIÓN PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

AUTOR

Miguel Ángel Poveda Criado

Universidad a distancia de Madrid (España)

mapoveda1@yahoo.es

Describir las características del cine en España es observar una gran variedad de posibilidades y alternativas para conseguir una adecuada concreción de un proyecto. Por una parte, la industria del audiovisual, cuenta con ayudas y subvenciones públicas para su desarrollo y posicionamiento nacional e internacional. Estas ayudas públicas van desde la internacionalización de la industria cinematográfica a medidas proteccionistas del cine español o europeo (por ejemplo, con cuotas de pantalla o la obligación de inversión por parte de las televisiones en producciones audiovisuales) y un sistema de ayudas y subvenciones, las cuales, de manera general, serán objeto de análisis. Por otra parte, están las características propias del cine como industria, donde el productor, como cualquier empresario, busca los mecanismos más apropiados para obtener la financiación de su proyecto, que van desde su propia aportación a la inversión de terceros en el mismo. En este ámbito, destacan como posibilidades concretas de financiación, las preventas de televisión o los anticipos de agentes de ventas o distribuidores internacionales y las vías complementarias como el product placement o emplazamiento de producto.

Las posibilidades son múltiples, desde la participación de un fondo de capital-riesgo (modelo poco frecuente en España, aunque cada vez más cercano a la producción de largometrajes de animación, particularmente por su cercanía a los videojuegos), al llamado *crowdfunding*, que viene a ser una forma colaborativa de inversión en la que una multiplicidad de personas participan en la financiación de una obra cinematográfica, muy acorde con las posibilidades que ofrecen las redes sociales en internet. Igualmente, muchas veces, el propio equipo autoral, técnico, artístico e incluso las empresas subcontratadas (estudios de posproducción, despachos de abogados, asesores en gestión de subvenciones, entre otros) funcionan como una suerte de socios (productores asociados) que asumen el riesgo del proyecto cinematográfico, redirigiendo de manera parcial o incluso total el pago de sus remuneraciones a los ingresos derivados de la explotación de la obra cinematográfica.

Como veremos, una de las vías habituales para la producción cinematográfica es la coproducción tanto nacional (donde se pueden aprovechar las ventajas regionales que ofrecen las distintas comunidades autónomas) como internacional, siendo en orden de relevancia por volumen de coproducción los dos entornos naturales para el cine español: Latinoamérica (donde está liderada la coproducción con Argentina) y Europa. Igualmente, los propios convenios firmados entre España y terceros países en materia de coproducción permiten el trato nacional simultáneo en muchos de los países coproductores. De este modo, una producción hispano-chileno-francesa puede, por ejemplo, beneficiarse de las ayudas del Instituto Cinematográfico de las Artes Audiovisuales (ICAA) para la amortización de largometrajes, la financiación de CORFO (Chile) para el desarrollo del guion y las ayudas regionales francesas para la posproducción. En esta línea, los programas como MEDIA o IBERMEDIA han abierto muchas puertas y generado una multiplicidad de oportunidades para la colaboración de la industria cinematográfica española con terceros países.

Palabras clave: Incentivos fiscales – Financiación – Preventas – Anticipos de agentes de venta – Agrupaciones de interés económico

EL USO DE LAS TIC COMO HERRAMIENTA TERRORISTA. REDES SOCIALES Y CIBERTERRORISMO

AUTORES

Miguel Ángel Poveda Criado y Begoña Torrente Barredo

U. Europea de Madrid e International Institute in Security Studies (España)

mapoveda1@yahoo.es y b.torrente@iisecuritystudies.com

Es indudable que la creciente accesibilidad a internet, así como la rápida evolución de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han propiciado importantes progresos y ventajas para la sociedad. De hecho, a partir de la década de los noventa se suele hablar del “ciberespacio” como un mundo paralelo al real que resulta indispensable para el desarrollo de nuestra vida cotidiana. Sin embargo, este mundo virtual está repleto de nuevas amenazas que no sólo pueden perjudicarnos individualmente, también pueden llegar a ser capaces de poner en peligro la paz y seguridad internacionales, como es el caso del ciberterrorismo, cuya interpretación se resume en la convergencia de la informática y la acción terrorista. En la actualidad, la prevención del ciberterrorismo o terrorismo electrónico constituye uno de los mayores retos para la preservación de la seguridad tanto nacional como internacional ya que los terroristas comienzan a ver el “ciberespacio” como un lugar idóneo para expandir su influencia, desarrollar sus capacidades o generar nuevos medios de financiación. Además, el creciente vínculo entre las tecnologías informáticas y aspectos esenciales como el control y mantenimiento de infraestructuras básicas, bases de datos, sistemas administrativos o manejo de instrumentos militares entre otros, hace que el ciberterrorismo sea tratado con gran suspicacia puesto que no es improbable la idea de que se puedan provocar atentados o sabotajes devastadores a través de un ordenador.

Todo ello explica por qué en los últimos años la seguridad de la red se ha convertido en una prioridad para muchos gobiernos y organismos internacionales. Aunque la amenaza que supone el ciberterrorismo es real e inminente, lo cierto es que es un concepto que todavía suscita controversia y sobre todo confusión, ya que no existe una interpretación unánime del fenómeno y mientras unos consideran que es una quimera otros piensa que es un peligro verificable. En este sentido, el ciberterrorismo es una opción tan alarmante para la comunidad internacional como atractiva para las organizaciones terroristas. Las ventajas del uso de cibercapacidades son obvias: asequibilidad, anonimato, potenciales daños masivos, gran impacto mediático y, consiguientemente, psicológico.

El libre acceso a información (open source) sobre planos, mapas u horarios conlleva una preocupación lógica por la seguridad de infraestructuras críticas, y dada la naturaleza asimétrica del empleo de la violencia por parte de grupos y organizaciones terroristas, el uso de medios no convencionales como Internet resulta altamente atractivo. El uso de internet y las redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, etc.) por parte de grupos terroristas para llevar a cabo propósitos como financiación, propaganda, reclutamiento, etc., ha de ser considerado como una forma de ciberterrorismo. Este trabajo no sólo pretende ampliar y actualizar el conocimiento existente sobre el ciberterrorismo, también busca reducir la confusión que le envuelve a través del análisis objetivo de las diferentes definiciones y características que se le han atribuido, la distinción de los tipos de ataque que se han registrado hasta ahora, la observación de su origen y evolución, el estudio de casos reales y finalmente la investigación sobre las medidas que se han tomado a nivel internacional como a nivel regional para combatir esta amenaza que parece cada día más real.

Palabras clave: TIC – Ciberterrorismo – Redes sociales – Terrorismo electrónico – *Open source*

ENFOQUE POR COMPETENCIAS A TRAVÉS DEL DESARROLLO DE PROYECTOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: EL CASO DEL INSTITUTO DE FORMACIÓN TÉCNICA SUPERIOR (IFTS) N° 13

AUTORAS

María Patricia Prada y Patricia Mónica Alléndez Sullivan
Instituto de Formación Técnica Superior (Argentina)
maria.prada@bue.edu.ar y patricia.allendez@bue.edu.ar

El Instituto de Formación Técnica Superior (IFTS) No.13, dependiente del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, es una institución de educación superior no universitaria que ofrece la tecnicatura superior en bibliotecología.

Este trabajo presenta el modo en que la implementación de proyectos educativos permite incorporar de manera significativa el enfoque por competencias en el ambiente de aprendizaje de esta institución. Estos proyectos implementan experiencias centradas en desempeños que requieren tanto de alumnos como de docentes la aplicación de estrategias que ponen en juego conocimientos y habilidades en situaciones nuevas.

Esta innovación estratégica se establece como un recurso valioso por su potencialidad para integrar acciones tendientes a generar nuevas formas de comunicación y colaboración intra e interinstitucional, difundir el conocimiento producido en la institución, y al mismo tiempo, posicionar al instituto como escuela de formación en bibliotecología.

Se toma al desarrollo profesional como componente vertebrador de estos proyectos debido a que aquel tiende a fortalecer capacidades y adquirir competencias por parte de docentes y alumnos, en fuerte vinculación con sus prácticas formativas e institucionales, abarcando e integrando a otros actores del quehacer profesional docente y bibliotecario en instancias de formación propiamente dichas y también en otras acciones vinculadas con el proyecto curricular del instituto.

Los ejes de estos proyectos educativos tienen en cuenta las competencias y habilidades del bibliotecario del siglo XXI articulando el trabajo académico, desde la experiencia y la práctica de los docentes, con la incorporación de los alumnos al desempeño laboral, por medio de la práctica profesional, teniendo en cuenta el diálogo continuo y la cooperación con otras instituciones, con el propósito de contribuir a la formación integral de los futuros bibliotecarios.

Palabras clave: Enfoque por competencias - Desarrollo de proyectos - Innovación educativa - Educación superior - Instituto de Formación Técnica Superior (IFTS) N° 13

MODALIDADES DEL PLANO/CONTRAPLANO

AUTOR

Josep Prósper Ribes

Universidad Politécnica de Valencia (España)

jprosper.upv.es

A lo largo del tiempo, la narrativa audiovisual ha ido desarrollando procedimientos para que la construcción espacial del relato tenga apariencia de continuidad y, al mismo tiempo, crear una lógica de la representación de acontecimientos y personajes. Uno de los procedimientos más utilizados y que se desarrolló relativamente pronto, es la técnica del plano/contraplano, que consiste en alternar planos que muestran en continuidad puntos de vista opuestos de un mismo fragmento del espacio narrativo. El plano-contraplano, especialmente a través del montaje de dos planos consecutivos, se puede entender de dos maneras:

1. El espacio situado de forma opuesta al espacio mostrado en un plano A. En primer lugar un plano A y en segundo lugar en un plano B se muestra el espacio opuesto al mostrado en el plano A. Es decir, entre la posición de la cámara para captar el plano A y la posición de la cámara para captar el plano B, hay un cambio de ángulo de 180 grados.
2. En un plano B se muestra la parte contraria del espacio mostrado en un plano A situando la cámara en un ángulo opuesto. Ahora bien, es muy frecuente que el plano/contraplano se articule a partir del eje de mirada de los personajes.

El esquema plano/contraplano está tan adquirido que no solamente plantea una relación espacial, sino también una relación de concepto donde a partir de una imagen se establece una relación directa con otra imagen. Tenemos entonces una relación causa efecto. Es un patrón de representación espacial que se utiliza en cualquier tipo de relato (ficción/información; cine/televisión) o género.

Podemos establecer para su estudio las siguientes modalidades básicas:

1. Según el espacio representado. Con las variantes de **espacio próximo** (procedimiento tradicional y habitual. De hecho, se entiende que un plano contraplano presenta sucesos que se desarrollan simultáneamente en un mismo espacio) y **espacio lejano**.
2. Según la técnica narrativa de montaje. Tenemos tres variantes. **Montaje externo**: plano + otro plano (corte, aunque también encadenado, etc.) Es la modalidad tradicional que se identifica hasta considerar que el procedimiento técnico del plano contraplano precisa de transición entre dos planos. **Montaje interno**: movimiento de cámara o composición. **División pantalla**. Se utilizan efectos técnicos para poder mostrar al mismo tiempo personajes que ocupan lugares opuestos.

Palabras clave: Narrativa audiovisual - Plano/contraplano - Espacio - Montaje - Sucesión

APROXIMACIÓN EPISTEMOLÓGICA A LA METODOLOGÍA EN CIENCIAS SOCIALES: LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADA AL ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS, EL CEREMONIAL Y EL PROTOCOLO

AUTORA

Marta Pulido Polo

Universidad de Sevilla (España)

martapulido@us.es

La organización de actos es una técnica genuina de relaciones públicas (Xifra, 2007 y Otero, 2008) que permite a las organizaciones vehicular un sistema de comunicación bidireccional con sus *stakeholders*, fomentando de este modo la interacción con los públicos clave de su entorno. Asimismo, las teorías relacionistas sobre la bidireccionalidad y la coorientación (Grunig 2000, Xifra 2003, Castillo 2010) hacen posible que la organización de actos, el ceremonial y el protocolo pueden ser analizados desde la función social de las relaciones públicas (Noguero, 1995) por cuanto resuelven la necesidad de las organizaciones de responder a los intereses de la sociedad en la que se encuentra inserta.

En este contexto, resulta pues evidente, que la investigación científica relacionada con la organización de actos, el ceremonial y el protocolo, debe abordarse desde la base epistemológica de las ciencias sociales, principio rector de aquellos estudios que pretendan la consecución de sus objetivos desde la perspectiva de la metodología científica. No obstante, la lectura de determinados trabajos (artículos, tesis doctorales, etc.) de este ámbito de estudio, nos permite observar que muchos de estos trabajos adolecen de un diseño metodológico sólido estructural que cimenten estas investigaciones.

En consecuencia, este trabajo tiene como finalidad realizar una aproximación epistemológica a la investigación científica en ciencias sociales en general, para posteriormente, mostrar los métodos, las técnicas y las herramientas de investigación científica más adecuados para abordar el estudio científico de temáticas relacionadas con la organización de actos, el ceremonial y el protocolo.

Palabras clave: Metodología - Ciencias Sociales – Organización de actos - Ceremonial - Protocolo

ADAPTACIÓN AL EEES A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN DOCENTE: CÓMO TRABAJAR LA TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL AULA A TRAVÉS DEL CINE

AUTORA

Marta Pulido Polo

Universidad de Cádiz (España)

marta.pulido@uca.es

La docencia universitaria de las relaciones públicas exige la transmisión de conceptos complejos que, en relación a la bidireccionalidad de la comunicación organizacional o dialogismo organizacional, se erigen como el núcleo central de la teoría relacionista. En este trabajo, tratan de reflejarse los objetivos, la metodología docente y los resultados obtenidos a través del diseño y ejecución de un Proyecto de Innovación Docente, llevado a cabo en la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de las Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz durante el curso 2014-2015, que tiene como finalidad principal la docencia universitaria de las relaciones públicas a través del discurso audiovisual.

El mundo cinematográfico se ha visto muy atraído, fundamentalmente en las dos últimas décadas por los profesionales de las relaciones públicas. Son muchos los títulos que en la actualidad circulan sobre la actividad profesional de la comunicación y las relaciones públicas o en los que se puede observar sus técnicas o planteamientos básicos. Lamentablemente, son herramientas docentes que la mayor parte de alumnos y profesores desconocen, optándose por clases magistrales de menor interés para el alumno. El cine, además, es una herramienta docente que rebosa cultura específica y general para los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas, que deben dominar las artes audiovisuales.

De hecho, el valor docente del cine ha sido ampliamente estudiado desde la perspectiva de la comunicación de masas. En este sentido, algunos fenómenos con los que caracterizamos al cine contienen, de hecho, un conjunto de dimensiones pedagógicas que, en esencia, brindan ideas y valores sobre el medio a las audiencias e incluso a los propios agentes mediáticos (Reia-Baptista, 2005:13). Este hecho da origen al denominado cine formativo que Saturnino de la Torre (1997: 17) define como *la emisión y recepción intencional de películas portadoras de valores culturales, humanos, técnico-científicos o artísticos, con la finalidad de mejorar el conocimiento, las estrategias o las actitudes y opiniones de los espectadores.*

Los medios de comunicación en general, y el cine en particular, se erigen en la actualidad como herramientas educadoras de niños, adolescentes, jóvenes y adultos, razón por la cual los docentes debemos seleccionar estos medios como herramientas educativas eficaces, haciendo que se utilicen de manera constructiva (Marcos Ramos, 2010:306).

Palabras clave: Innovación docente - Relaciones Públicas - Cine - Aula - EEES

BAYESIANISMO: ENTRE EL OBJETIVISMO Y EL SUBJETIVISMO

AUTORES

Milton Quero Virla y Nelson Romero Suárez

Universidad del Zulia (Venezuela)

mquero@demat-fecluz.org y nromero@demat-fecluz.org

En esta disertación se argumentan aproximaciones posibles entre el Objetivismo y el Subjetivismo; además, se propone al Bayesianismo como una conexión integradora de lo objetivo y lo subjetivo. Tomando como centro del análisis las *soluciones pre-metafísicas* dadas por Hessen (1925) a la *esencia del conocimiento*, dentro de la *teoría general del conocimiento*, se dan argumentaciones que sustentan algunas posibles aproximaciones entre el Objetivismo y el Subjetivismo, dentro del marco de las investigaciones sociales. Una vez definida y caracterizada esa región común en la que se conecta el Objetivismo y el Subjetivismo, se propone al Bayesianismo como una solución optativa al problema de la esencia del conocimiento, bien con una cierta jerarquía epistemológica o como una perspectiva teórica u opción metodológica, que formal y concretamente puede integrar *evidencias* objetivas y subjetivas en una investigación social.

Las argumentaciones y propuestas de este trabajo, son inducidas-deducidas mediante la comparación constante y el contraste de los documentos-textos de referencia seleccionados, identificando alusiones y elusiones, los cuales constituyen técnicas específicas consistentes con la perspectiva hermenéutica y la metodología documental empleadas e integradas en una indagación documental hermenéutica; y sus conclusiones, en términos de lo que se argumenta y propone, están circunscritas dentro de las referencias bibliográficas usadas y de las interpretaciones particulares de los autores.

En esta ponencia, se parte de la premisa de que en un nivel epistemológico superior, pre-metafísico, lo apropiado y riguroso es tipificar las investigaciones sociales esencialmente dentro del objetivismo y del subjetivismo, y no en el nivel epistemológico donde reside lo cuantitativo y lo cualitativo, y su complementariedad. Superado el contrapunteo subalterno entre lo cuantitativo y lo cualitativo, debate que más ha favorecido a la burbuja positivista, y que ha promovido a estos elementos como absolutamente determinantes al momento de tipificar una investigación, pese a que su ubicación natural esté mejor en un nivel de técnicas, o a lo sumo metodológico, que en un nivel epistemológico superior, se dan acá, en esta disertación, argumentaciones para considerar aproximaciones entre el Objetivismo y el Subjetivismo, y seguidamente se propone al Bayesianismo como un puente que se tiende entre esos dos extremos más próximos que distantes.

El Bayesianismo, o Epistemología Bayesiana, es una *teoría de aprendizaje de la incertidumbre*, una aplicación de los métodos bayesianos a los problemas del conocimiento, y estudia las propiedades y dinámicas de los grados de creencia, entendidos como probabilidades. Para las investigaciones sociales cuyo entorno es dinámico, complejo, incierto y conflictivo, el Bayesianismo se presenta como una opción frente a la epistemología *tradicional*, y que apoyándose en grados de credibilidad o creencia previos del investigador social individual o colectivo, integra evidencias tanto objetivas como subjetivas obtenidas mediante una diversidad de métodos y técnicas, que continua y dinámicamente permiten ajustar esos grados de credibilidad iniciales, obteniendo así estimaciones posteriores de dichas creencias.

Palabras clave: Bayesianismo – Objetivismo – Subjetivismo – Cuantitativo – Cualitativo

ESTUDIO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA PARA DESARROLLAR LA COMPETENCIA “APRENDIZAJE AUTÓNOMO” EN FUTUROS MAESTROS DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORAS

Rocío Quijano López, Miguel Pérez Ferra, Lourdes Muñoz Valiente y María Teresa Ocaña Moral

Universidad de Jaén (España)

rquijano@ujaen.es, mperez@ujaen.es, lourd_mu_va@hotmail.com y mocana@ujaen.es

En la última década se ha favorecido el diseño y desarrollo de programas de formación basados en la adquisición de competencias. La investigación que se aporta enfatiza la significación de este tipo de programas, abundando en dos opciones; de una parte, un planteamiento holístico; y de otra, un enfoque complejo, ambos para abordar el desarrollo de competencias.

Realizamos un análisis del discurso de las competencias orientado hacia un enfoque holístico, donde se acentúa la orientación de la educación hacia el desarrollo de saberes científicos necesarios en esta sociedad del conocimiento, y hacia el enfoque complejo, con prioridad en el compromiso ético y profesional en la formación de futuros ciudadanos. Entendemos que esta tendencia repercute en el diseño curricular y, por consiguiente, en la enseñanza de materias relacionadas con las ciencias experimentales.

Consideramos que, el estudiante necesita alcanzar una autonomía progresiva que debe adquirir mediante el aprender a aprender. Es por ello que en nuestro trabajo se ha orientado a conocer las creencias pedagógicas de los alumnos del Grado de Maestro en Educación Primaria sobre aquellos aspectos que se deben trabajar para la consecución de la competencia transversal “aprendizaje autónomo”, en disciplinas dedicadas a la enseñanza de la didáctica de las ciencias de la naturaleza. Para ello, planteamos diversos objetivos de trabajo, que conducen a un objetivo final que es el de conocer las opiniones de los estudiantes del grado mencionado, con respecto al programa de preparación que les permita trabajar la competencia “aprendizaje autónomo”.

El método utilizado ha sido el de investigación-acción empírica, habiéndose diseñado una escala tipo Likert con la que se pretende conocer cuáles son los aspectos que se deben trabajar para adquirir la competencia mencionada anteriormente. El estudio realizado es de carácter descriptivo, y permite presentar un análisis de frecuencias y porcentajes obtenidos a través de la escala propuesta.

Concluye el trabajo con unas consideraciones finales en las que se hace notar el bajo nivel de adquisición de estrategias de trabajo que permitan a los alumnos planificar sus estudios.

Palabras clave: Aprendizaje Autónomo - Competencias transversales - Formación del Profesorado - Didáctica de las Ciencias de la Naturaleza

USO DE ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN EN FÍSICA Y QUÍMICA DE SECUNDARIA

AUTOR

Felipe Quintanal Pérez

Colegio marista “La Inmaculada” de Granada (España)

fqyfgyfq@gmail.com

El *fundamento* del proyecto realizado se basa en que uno de los principales problemas al que se enfrenta actualmente la Didáctica de la Física y Química y la enseñanza–aprendizaje escolar de esta materia es la dificultad que presentan los alumnos para acercarse a una visión holística de la asignatura y descubrir su funcionamiento e implicación en procesos cotidianos de sus vidas, lo que repercute en una falta de motivación hacia esta materia. De ahí que el *objetivo general* planteado ha sido el uso de diversos mecanismos de gamificación, aplicados a la Física y Química de 4º de E. S. O., así como el diseño de estrategias de gamificación que han permitido a los estudiantes acercarse de una manera lúdica y diferente a esta materia

La consecución de este objetivo general ha implicado el desarrollo de una *metodología diversificada*. En primer lugar se encuentra la elección de la muestra, escogida por invitación, que abarcó 67 alumnos de 4º de E. S. O., que cursaban la asignatura de Física y Química, pertenecientes a un centro educativo andaluz, verificándose un muestreo por conglomerado y que fue sometida a una serie de acciones educativas. En segundo lugar se desarrollaron los recursos y los contextos adecuados para poder gamificar diversas sesiones del aula. Estas estrategias consistieron en el uso de los juegos denominados “fórmulas químicas a la carrera”, “championship de fórmulas y nombres químicos”, “ruleta de la ciencia”, “tesoro sumergido”, concursos de “problemas desafío” y la propuesta de que diseñasen un juego sobre la temática propuesta de energía y ondas.

Los diversos *resultados obtenidos* se pueden resumir en:

Las *estrategias usadas* (juegos en equipos, individualmente, modificaciones de las reglas y recompensas) son estimadas por los alumnos como destrezas muy apreciadas, valorándose de manera muy buena o excelente mediante un cuestionario de autoevaluación que se les pasó individualmente.

Los *juegos empleados* obtienen una evaluación media que oscila entre muy buena y excelente, destacando el torneo de fórmulas y el tesoro sumergido, aunque las alumnas prefieren ligeramente el diseño del juego educativo a jugar al tesoro sumergido.

En cuanto a *las actividades de gamificación* efectuadas son valoradas con una ponderación equivalente a muy buena. Por sexos, aunque no aparecen diferencias notorias entre las apreciaciones de los estudiantes y de las alumnas, es levemente superior la de los alumnos.

Por último, la *satisfacción personal* de los estudiantes con este proyecto es muy alta, mayor también en alumnos que en alumnas.

Las *conclusiones principales* de nuestra propuesta consisten en sugerir la gamificación como elemento dinamizador y motivante en la enseñanza–aprendizaje de la Física y Química de E. S. O., así como en otras materias del currículo y de otros niveles. Además, se puede gamificar en clase empleando poca tecnología.

Palabras clave: Gamificación – Secundaria – Física y Química – Estrategias

REDES SOCIALES ACADÉMICAS: PRINCIPALES INDICADORES, USOS E IMPACTO

AUTORA

Natalia Quintas Froufe
Universidade da Coruña (España)
n.quintas.froufe@udc.es

La emergencia de las Redes sociales para académicos es un fenómeno con millones de usuarios en el contexto académico. Estas redes sociales ofrecen un nuevo modo de publicar y difundir el trabajo de la Academia a la comunidad científica. Además, introducen nuevas métricas que pueden llegar a ser utilizadas en la evaluación científica.

Academia.edu y *Researchgate* son las dos redes académicas principales en el entorno europeo. Esta propuesta de comunicación explica el uso de estas dos redes sociales, sus principales indicadores (sociales, de uso y bibliométricos) y el impacto académico de sus publicaciones.

Además, esta investigación parte con un doble objetivo:

- En primer lugar, explorar las posibilidades de uso de estas redes sociales, haciendo especial hincapié en los indicadores que ofrecen y que pueden ser utilizados para valorar el impacto y su repercusión académica y científica. Se pretende aportar un conocimiento nuevo esta realidad poniendo énfasis en los indicadores online propios de estas redes sociales.
- En segundo lugar, valorar si las publicaciones alojadas en estas redes académicas sirven como referencia y fuentes de investigación en trabajos posteriores. Para responder a esta cuestión se tomó como referencia la base de datos SCOPUS. El periodo temporal seleccionado abarca desde el año 2009 (el año posterior al lanzamiento de ambas redes sociales) al año 2014 (año completo más reciente).

Los resultados muestran como *Academia.edu* se posiciona mejor que *Researchgate* en relación al impacto académico.

Palabras clave: Redes Sociales – Academia – *Researchgate*

PRODUCCIÓN MULTIMODAL DE SIGNOS EN LA APROPIACIÓN DE RELACIONES ENTRE FUNCIÓN Y DERIVADA

AUTORES

Eliud Quintero y Patricia Salinas

Tecnológico de Monterrey (México)

eliudquintero@itesm.mx y npsalinas@itesm.mx

Las tecnologías digitales han impactado la manera en la que interactúan los estudiantes con el contenido matemático de tal forma que, en dicha interacción, puede analizarse la producción simbólica que los estudiantes ponen en juego al enfrentarse a una actividad matemática. En este escrito presentamos un estudio sobre la manera en la que recursos lingüísticos y extralingüísticos resultan importantes para el surgimiento y apropiación de conocimientos matemáticos. La investigación tuvo lugar durante el año 2013 en una universidad privada del norte de México, en ella participaron 65 estudiantes inscritos en Matemáticas I. Durante la secuencia didáctica propuesta, se promueve el análisis de relaciones cualitativas entre la gráfica de una función y la gráfica de su derivada. Estas nociones matemáticas son interpretadas a través del cambio que experimenta la posición de un objeto que se mueve sobre una línea recta y su velocidad, respectivamente. Para ello, se emplea el software SimCalc MathWorlds®, un ambiente dinámico en el cual los estudiantes pueden explorar las matemáticas del cambio y variación en el contexto de movimiento.

Para conducir el estudio se recurre a un método mixto de investigación en dos fases. En primer lugar, se realiza una indagación cualitativa para analizar la forma en la que ocurre la apropiación de significados matemáticos por parte de los estudiantes. Posteriormente se diseña y aplica un instrumento de evaluación para valorar el efecto de dicha apropiación. Los estudiantes trabajan por pares en la resolución de una actividad mediada por el software, durante ella, generan un video desde la pantalla y cámara web de la laptop. La generación de este material, evidencia las interacciones que tienen lugar entre los estudiantes con el ambiente del software, ahí interviene el empleo del habla y los gestos. Para analizar las producciones lingüísticas y extralingüísticas que emplean los estudiantes en la apropiación de relaciones gráficas, se recurre a la tradición del análisis del habla y de la gestualidad en interacción. Después, se diseña y aplica un instrumento de evaluación con el que se valora la apropiación de las nociones matemáticas abordadas.

Los hallazgos cualitativos del estudio sugieren que la ambivalencia de SimCalc, como objeto y/o sujeto, juega el papel de herramienta que media acciones cognitivas y dirige conversaciones de apropiación de significados matemáticos. Se analiza el rol de los gestos en dicho proceso, y con ello, se identifican situaciones en las que los estudiantes se benefician de instrumentos intelectuales de su grupo social. Por otra parte, el instrumento de evaluación revela que, en el contexto de movimiento, los estudiantes se apropian de las relaciones cualitativas entre las gráficas de posición y velocidad, y las transfieren sin problema a situaciones con ausencia de un contexto real. No obstante, no ocurre igual al transferirlas a otros contextos reales.

Palabras clave: Producción multimodal de signos – Gestos – Derivada – Método mixto – Mediación

UTOPIA DE UN HOMBRE QUE ESTÁ CANSADO

AUTOR

Antonio Rabazas Romero

Universidad Complutense de Madrid (España)

arabazas@ucm.es

Andréi Tarkovski (1932-1986) en su película *Stalker* (1979) propone un discurso independiente del relato visual, evocador, indeterminado en los sucesos y en los diálogos, a veces incongruente, otras, contradictorio, las más, digresiones paralelas a lo que muestra la cámara frente al relato argumental. No voy a repetir los comentarios realizados desde la crítica cinematográfica, mi principal objetivo es ampliar un poco algunas referencias y puntos de vista conceptuales, que esta obra compleja es capaz de suscitar en y desde las artes visuales. Intentaré relacionar algunas de estas obras con las cuestiones esenciales que trata Tarkovski en su película. Seguiré el modelo de “Las iluminaciones” profanas que tanto defendía Benjamin. Las iluminaciones, colecciones o conjuntos de imágenes, nos preguntan sobre nuestra capacidad de ver entre, o de ver más allá.

Enumeraremos algunas: La errancia y el vagabundeo de R. Walser, como método de creación. Las formas de desaparición, como nos cuenta W.G. Sebald, o las denominadas poéticas de la extinción. P. Brueghel el Viejo, lo hizo vivible en su pintura *La parábola de los ciegos*, como la ceguera blanca que tan bien describiera J. Saramago en su *Ensayo sobre la ceguera*. Sobre la transcendencia: *El paso de la laguna Estigia* de J. Patinir, (1520-1524), Caronte, el agua, el mensajero, entre lo material y lo espiritual.

Del paisaje como enigma, *La tempestad* (1508) de B.C. Giorgione (1477-1510) El paisaje moderno, el ensueño, los personajes como invitados de piedra, la fugacidad, el agua, el aire y las historias que se desvanecen. Del Paisaje holandés, con su tranquila transición del agua, las nubes, la lluvia, la nieve y el mar, a la naturaleza translúcida de *La muerte de Ofelia* de J.E. Millais (1851–1852) y el paisaje terrible, sublime del *Mar de hielo* de C.D.Friedrich (1774-1840) para cerrar el círculo con “El árbol” de la *Adoración de los Magos* (1481-82), de Leonardo da Vinci, y la soledad, desolación, melancolía del árbol seco, y el cuento del monje que lo regaba, del primer plano secuencia de la película *Sacrificio* de Tarkovski.

Como conclusión *Stalker* es una gran alusión indeterminada, sobre lo que conocemos, lo que creemos y lo que queremos. Los personajes caminan y hablan sobre el papel del arte, de la ciencia, de la cultura, duermen y sueñan. El *Stalker*, es el único capaz de orientarse en ese territorio movedizo que es la Zona. El artículo pretende sólo señalar algunos de estos problemas y quizás plantear otros.

Palabras clave: Arte - Cine - Ensayo visual - Tarkovski - *Stalker*

DIDÁCTICA AUDIOVISUAL AVANZADA: NARRATIVAS EMERGENTES EN LA CONSTRUCCIÓN DEL APRENDIZAJE DIGITAL

AUTORES

Mario Rajas y Manuel Gértrudix

Universidad Rey Juan Carlos (España)

mario.rajas@urjc.es y manuel.gertrudix@urjc.es

El universo digital ha descubierto nuevas y fascinantes posibilidades de realizar y compartir contenidos didácticos y científicos. La red ha revolucionado la forma de aprender, de investigar, de comunicarse, en definitiva, de generar y de transmitir el conocimiento. La revolución persistente en la que se ha convertido la práctica educativa demanda un rediseño imaginativo, una readaptación creativa, abierta y constante que permite afrontar tanto las oportunidades o beneficios como las complejidades y problemáticas inherentes que provoca vivir en un permanente estado de transformación.

Los contenidos audiovisuales e hipermedia son parte fundamental de estos cambios y las preguntas se suceden unas a otras sin solución de continuidad: ¿qué características presentan las narrativas emergentes? ¿Cómo se elaboran los nuevos contenidos audiovisuales? ¿Qué potenciales funciones puede ejercer en el hipertrofiado ecosistema mediático actual? Y, sobre todo, ¿cuál es el activo papel que desempeña el estudiante en este asombroso mundo de la divulgación colaborativa?

En este texto se estudia la construcción del aprendizaje digital desde el punto de vista de la producción y difusión de contenidos audiovisuales con funciones en el ámbito educativo de los entornos de enseñanza-aprendizaje presencial y online.

Así, por un lado, se analizan los vídeos educativos desde la perspectiva de las técnicas narrativas (convencionales, crossmedia, etc.) introducidas para captar y mantener la atención del alumno y facilitar su participación activa en la experiencia formativa. Del mismo modo, se establece una clasificación de materiales y recursos atendiendo tanto a dichas funciones narrativas como a sus características tecnológicas o estéticas como relato audiovisual en distintos formatos educativos tanto en espacios presenciales tradicionales como en entornos virtuales propios de los Massive Online Open Courses (MOOC), los Small Private Online Courses (SPOC) así como en distintas estrategias didácticas como el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP/PBL) o la Flipped Classroom.

Por otro lado, se reflexiona críticamente sobre las posibles potencialidades de este tipo de construcciones educativas en el contexto de la creación de contenidos audiovisuales en los medios de comunicación de masas.

De esta forma, finalmente, se valoran diversos trabajos audiovisuales no solo desde la perspectiva del resultado visual y sonoro, sino desde la observación del proceso de realización audiovisual que empieza con el guión literario y concluye, tras la puesta en escena, la fotografía y la integración musical, con la fase de postproducción y difusión, con la idea de detectar tendencias y estilos propios de los materiales didácticos contemporáneos.

Palabras clave: Aprendizaje en red - Narrativa audiovisual - Vídeo didáctico - Creación colaborativa - Convergencia digital

LOS VIDEOJUEGOS CON MUSICOMOVIGRAMAS COMO RECURSO DIDÁCTICO PARA LA EDUCACIÓN MUSICAL

AUTORAS

Sonsoles Ramos Ahijado y Ana M^a Botella Nicolás
Universidad Salamanca y Universidad Valencia (España)
sonsolesra@usal.es y ana.maria.botella@uv.es

El valor educativo de los videojuegos se apoya en el elemento motivador, que permite a los docentes aprovechar esa fascinación del alumnado por las aventuras digitales, para transmitir valores y contenidos curriculares de una manera atractiva e innovadora. Así, el docente puede utilizar la creación de videojuegos, convirtiéndose en un diseñador del proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula, adaptado a su quehacer diario, al tiempo que justifica su uso en el proyecto curricular ante toda la comunidad educativa.

La presente propuesta está integrada por el videojuego “Las aventuras de Mozart y sus amigos”, creado con el software gratuito *E-adventure*. El videojuego está constituido por diferentes escenas, en las que el personaje principal es Wolfgang Amadeus Mozart, que dialogará y acompañará al jugador durante todas sus aventuras, inspiradas en el argumento de la ópera “La flauta Mágica”.

El jugador con la ayuda del príncipe Tamino, la princesa Pamina, el cazador de pájaros Papageno, la reina de la noche y Sarastro, deberá superar varios retos con actividades musicales y musicomovigramas basados en las siguientes arias: “Entrada de Papageno”, “La Reina de la noche” y “Papageno y Papagena”. Cuando el jugador concluya con éxito cada uno de los retos, obtendrá como recompensa una sección del libreto de la ópera “La flauta Mágica”.

Siendo conscientes del escaso recorrido de la música en el sistema educativo actual, nuestra principal finalidad es acercar a nuestros alumnos universitarios del Grado en Educación Primaria de la Mención de Música en la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila (Universidad de Salamanca) y de la Facultad de Magisterio de la Universitat de y de València, a la realidad de su futuro profesional a partir de la creación del videojuego educativo “Las aventuras de Mozart y sus amigos” como herramienta para la docencia.

La evolución de los videojuegos en el ámbito educativo es eminente al fusionarse con diferentes recursos como por el ejemplo con los musicomovigramas, lo que nos ha permitido convertir una ópera como “La flauta Mágica” en un juego para niños titulado “Las aventuras de Mozart y sus amigos”.

Los resultados obtenidos demuestran un alto grado de consecución de los objetivos planteados, junto con una participación significativa de elementos innovadores, tanto en la vertiente de las estrategias didácticas como en la relativa a los recursos tecnológicos empleados.

Palabras clave: Videojuegos educativos - Musicomovigramas - Educación musical - Recurso didáctico - Ópera

BERLÍN EN VIÑETAS: LA TRADUCCIÓN DE *LÄSTERMAUL UND WOHLSTANDSKIND* AL ESPAÑOL

AUTORA

Marina Ramos Caro

Universidad de Murcia (España)

marinaramos@um.es

El presente trabajo pretende dar cuenta de la traducción alemán-español de las tiras cómicas *Lästermaul und Wohlstandskind*, obra del dibujante hamburgués Tim Dinter, un autor con una gran experiencia en el ámbito de la novela gráfica. En las mencionadas tiras, este dibujante nos acerca al día a día de la vida berlinesa de una manera desenfadada.

Por medio de un estilo realista y casi fotográfico, Dinter nos describe lugares y personas, y nos presenta con garbo situaciones de la vida cotidiana. Además, aprovecha su extraordinario sentido de la observación para elegir con buen criterio las situaciones que presenta, presentando sutilmente matices culturales y sociales de la sociedad alemana en general y particularmente de la berlinesa, todo ello revestido de un toque humorístico, a ratos socarrón, que convierten a las tiras en un entretenimiento que, al mismo tiempo, nos permite introducirnos de alguna manera en la sociedad y la cultura berlinesa.

En este trabajo se tocan varios frentes: se realiza, por un lado, una aproximación al cómic como género; por otro lado, se tratan los problemas derivados de la traducción entre dos lenguas en ocasiones tan distantes como el alemán y el español.

Finalmente, se habla también sobre la traducción de cómics y las dificultades que las convenciones del género acaban causándole al traductor, especialmente el hecho de que la traducción de novela gráfica se encuadre dentro de lo que Mayoral, Kelly y Gallardo (1983) llamaban traducción subordinada.

Del mismo modo, en virtud de la naturaleza de este trabajo como encargo de traducción, se propone una traducción para las tiras seleccionadas y se emprende un análisis de dicha traducción, todo ello apoyándonos en las estrategias y en los conceptos propuestos por autores como Nida (1964), Mayoral, Kelly y Gallardo (1983), Valero Garcés (2000), Castillo Cañellas (2002) y Titford (1982).

Palabras clave: Cómics – Alemán-español – Referencias culturales – Traducción

RADIO DE INTERVENCIÓN CULTURAL DURANTE EL CONFLICTO EN EL CARIBE COLOMBIANO

AUTOR

Carlos Ramos Maldonado

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

carlosramosmaldonado@hotmail.com

La radio es un medio adecuado para intervenir el comportamiento social, sobre todo en la región Caribe, que históricamente ha sufrido los embates del conflicto armado y la violencia social (amenazas, secuestros, desapariciones, masacres, etc), y en la que, los medios de comunicación han tenido poca injerencia, especialmente, en las áreas rurales, marginadas de la educación, y a donde no llega la prensa, la televisión está descontextualizada e Internet es un proyecto a largo plazo. En dichas regiones, la radio comunitaria es el medio de mayor audiencia, ya por su difusión oral y cercanía con el oyente, ya por la forma como se construyen los contenidos de acuerdo a las formas culturales de cada población.

Tal es el impacto de las emisoras comunitarias en cada localidad donde tienen sede (el ejecutivo nacional autoriza una emisora comunitaria por municipio), que durante el tiempo cuando arreció la contienda guerrilla-paramilitarismo (gobierno de los presidentes Andrés Pastrana y Álvaro Uribe, 1998 – 2010), uno de los principales actores y/o víctimas fue este medio masivo que, por un lado, fue utilizado (por complacencia o intimidación) para generar el caos, sembrar el terror, imponer la política del miedo y legitimar la violencia, y, por el otro, fue obligada a apagar micrófonos.

Así que, en la geopolítica del miedo, la radio puede intervenir en el comportamiento individual y acallar los espacios públicos; pero en el diálogo social, este medio no sólo busca la inclusión e interlocución en el ejercicio natural de la democracia y de los derechos culturales, sino que está llamado a intermediar con un discurso estratégico, franco y conciliador para que las partes en conflicto, el Estado y toda la sociedad civil confluyan en un proceso de reconciliación social y convivencia pacífica.

En efecto, siendo la costa Caribe una de las regiones más golpeadas por este flagelo, este trabajo cuyo marco espacial está ubicado en los municipios de la margen nor-occidental de río Magdalena (Sitio Nuevo, Remolino, Salamina, Piñón y Cerro de San Antonio), en el departamento del Magdalena, Colombia, busca examinar el discurso radial comunitario en la encrucijada conflicto/paz, desde un enfoque fenomenológico y etnográfico, y una propuesta metodológica descriptiva y cualitativa, que nos permita una hermenéutica del conflicto armado de tal manera que se mida el grado de responsabilidad de la radio comunitaria en el conflicto mediante la medición y análisis semántico/pragmático del lenguaje utilizado. La investigación hace parte del proyecto de tesis doctoral "El discurso radial comunitario del Caribe colombiano en la encrucijada conflicto/paz" inscrita en la Universidad Internacional de La Rioja, UNIR, (España).

Palabras clave: Conflicto armado - Medios masivos - Radio comunitaria - Región Caribe - Colombia

EL TUMOR EN LA ECONOMÍA: UN ANÁLISIS METAFÓRICO EN EL PERIODISMO ECONÓMICO

AUTOR

Ismael Ramos Ruiz

Universidad de Granada (España)

iramos@ugr.es

La información económica es un contenido indispensable en los medios de comunicación, y concretamente, en la prensa digital y en papel. Asimismo, la actual crisis económica ha provocado que los asuntos económicos adquieran gran relevancia e impacto social y, por consiguiente, una gran presencia en estos medios, ya que son temas que afectan directamente a la gente. El periodismo pues tiene como objetivo la trasmisión de información de un emisor a un receptor. Es por ello que uno de los recursos lingüísticos empleados en dicho proceso comunicativo es la metáfora, que ha sido ampliamente estudiada desde hace siglos como un recurso estilístico, y en las últimas décadas, con el desarrollo de la Ciencia Cognitiva, como un recurso lingüístico y cognitivo.

Actualmente, la metáfora es considerada como un componente de la estructura cognitiva (Tercedor *et al* 2012) que está presente en nuestra vida cotidiana (Lakoff y Johnson 1980) y nos permite comprender y conceptualizar el mundo que nos rodea. Asimismo, empleando las metáforas, podemos expresar la realidad de otra forma, como un proceso de variación léxica; o expresar nuevas realidades, mediante la creación léxica.

La metáfora, al estar presente en nuestra vida cotidiana, es un fenómeno ampliamente utilizado en el lenguaje especializado y no especializado. Por tanto, forma parte del lenguaje periodístico. Asimismo, se ha observado que no sólo se emplea en las metáforas el dominio médico como dominio fuente mediante algunos conceptos concretos, sino que el dominio médico es empleado en su conjunto a través de las distintas categorías de enfermedades, como las Enfermedades infecciosas (Ramos 2015).

En este trabajo, analizamos las metáforas médicas del campo de los Tumores. En primer lugar, basándonos en la Lingüística de corpus, realizamos una búsqueda metafórica en el corpus de textos. Y, en segundo lugar, llevamos a cabo un análisis fraseológico: sintáctico y semántico de las metáforas encontradas para estudiar las combinaciones léxicas que se dan en este campo médico. Para ejemplificarlo, observamos la siguiente oración en la que encontramos el término «tumor maligno, acompañado por otros términos, como «cáncer» o «extirpar», entre otros.

*[...] la creación de un 'banco malo' que permitiría limpiar el balance de los principales bancos irlandeses, contaminados hasta el tuétano, y extirpar el **tumor maligno** que el cáncer inmobiliario estaba provocando en los dos pulmones financieros de la isla [...].*

Palabras clave: Economía - Prensa - Metáforas - Vocabulario médico

LA RADIO ON-LINE COMO SUSTITUTA DE LA RADIO HERTZIANA

AUTOR

Álvaro Ramos Ruiz

Universidad de Granada (España)

alamosruiz@gmail.com

La radio es uno de los medios de comunicación más importantes del mundo. El prototipo de radio que fabricara Marconi sirvió para crear un nuevo modelo de comunicación que, desde sus inicios hasta la actualidad, ha sufrido numerosos cambios especialmente en los últimos años con el inicio y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Estos avances tecnológicos, fundamentalmente el desarrollo de Internet, han revolucionado la forma en la que los usuarios consumen los medios, transformando la cultura de masas en un nuevo modelo de consumo en el que la audiencia deja de ser pasiva para devenir más participativa y selectiva. Como consecuencia de este hecho, los actuales cambios que está viviendo la radio en el ámbito tecnológico y social, han aumentado considerablemente sus posibilidades comunicativas gracias a los procesos de digitalización y a la nueva forma de emisión a través de Internet (López, 2006). Del mismo modo, dichos cambios han contribuido a la aparición de un nuevo modelo radiofónico multimedia y más participativo (Ortiz, 2012). Por lo tanto, se puede afirmar que, más allá de los aspectos técnicos, la radio está adaptándose a las grandes transformaciones que plantean nuevos modelos de producción, distribución y consumo.

En el trabajo que aquí presentamos, partimos de la hipótesis de que el futuro del medio radiofónico pasa por Internet. Para corroborarla, hemos llevado a cabo una serie de objetivos principales: en primer lugar, analizar la evolución de la radio hertziana desde sus inicios hasta la actualidad; posteriormente, analizar el consumo actual de radio; y finalmente, analizar la influencia de Internet en la radio y los nuevos modelos comunicativos derivados de ella. Para la consecución de estos objetivos, hemos llevado a cabo dos fases: en la primera, hemos evaluado la caída de la audiencia de la radio tradicional en favor de la radio *on-line*, basándonos en datos estadísticos recopilados de instituciones tanto públicas como privadas; y en la segunda, hemos analizado las características de la radio a través de Internet así como las diferentes posibilidades comunicativas que aporta la Red con respecto a la emisión por ondas hertzianas.

Palabras clave: Radio - Avances tecnológicos - Transformación y adaptación

LOS NUEVOS MODELOS DE RADIO UNIVERSITARIA: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTOR

Álvaro Ramos Ruiz
Universidad de Granada (España)
alamosruiz@gmail.com

La Universidad de Granada es una de las universidades más prestigiosas de España. La avalan casi 500 años de antigüedad y una larga y fructífera trayectoria investigadora y cultural. Estas características favorecen la creación de un medio universitario de información que sirva para divulgar y transferir el conocimiento investigador y docente que se realiza dentro de esta universidad, ya que en la sociedad del conocimiento, todo ese potencial requiere ser divulgado y transferido a la sociedad.

Las radios universitarias son un caso particular dentro de las emisoras de radio en general, y la labor que han estado realizando, tradicionalmente, ha pasado desapercibida fuera de los límites de la universidad. Sin embargo, esa tendencia está cambiando gracias al salto que estas emisoras están dando hacia Internet. Del mismo modo, los cambios sociales y culturales están permitiendo el desarrollo de nuevas formas de hacer radio.

En el ámbito de las radios universitarias, hay dos aspectos relevantes, como son: las posibilidades comunicativas que ofrece este tipo de radios, especialmente a través de la Red (Espino y Martín, 2012) y las particulares que presentan las emisoras universitarias, como su programación, sus contenidos, su participación por parte del usuario-oyente (De Lorenzo, 2012). Asimismo, cabe señalar que las radios universitarias llevan a cabo una gran labor divulgadora de la Ciencia, lo que supone un aspecto muy importante en la sociedad del conocimiento (Segura, 2014).

En el trabajo que aquí presentamos, ante la inexistencia de una emisora propia en la Universidad de Granada, realizamos una propuesta de radio universitaria. Gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, nuestra propuesta pasa por la creación de una radio *on-line*, ya que ofrece un espectro de posibilidades más amplio que la radio tradicional. Se emitiría pues a través de estándares digitales. Por otro lado, se plantean contenidos multimedia, lo que permite que los usuarios los descarguen a través de la sindicación de contenidos o el *podcasting*. Del mismo modo y gracias a las redes sociales, se propone una radio con un mayor grado de interactividad, lo que convierte a los oyentes en la parte fundamental de la emisora.

Palabras claves: Radios universitarias - Innovación - Creación radio *on-line* - Universidad de Granada

COMUNICACIÓN EN INTERNET Y PERSONAS MAYORES: ANÁLISIS DE SU PRESENCIA E IMAGEN DESDE *GOOGLE ALERTS*

AUTORES

Irene Ramos Soler y José F. Mancebo Aracil
Universidad de Alicante (España)
Irene.Ramos@ua.es y josef.mancebo@gmail.com

La eclosión de la comunicación a través de internet en la primera década del siglo XXI ha supuesto toda una revolución en el ámbito de la comunicación, consolidando de forma contundente las páginas web, los *blogs* y las redes sociales como nuevos canales de comunicación.

Estos nuevos medios de comunicación se caracterizan, entre otros aspectos, por un acceso a la información fácil, inmediato, global y transparente, lo que democratiza su consumo y potencia las posibilidades de difusión de cualquier información o noticia.

Según los últimos estudios publicados en España, cada vez más ciudadanos acceden a Internet para informarse, entretenerse o relacionarse, en una progresión que está produciéndose a gran velocidad en los últimos años. El acceso a la comunicación en internet, y por lo tanto la incorporación a las nuevas tecnologías no se ha hecho en todos los grupos de edad por igual, existiendo lo que se denomina una “brecha digital” que afecta especialmente a las personas mayores. Pese a ello, los estudios más recientes indican que esta brecha se reduce de forma progresiva año tras año, gracias al acceso y el manejo cada vez más intuitivo de las nuevas tecnologías.

El objetivo de este trabajo es estudiar la imagen que se transmite de las personas mayores a través de la comunicación en internet, en concreto a través de la prensa digital, blogs y portales web. Para ello se ha realizado un análisis de contenido de la información publicada en internet durante el año 2014. La muestra analizada se ha obtenido configurando una búsqueda sistemática de información a través de *Google Alerts* con las palabras clave “personas mayores”, “ancianos” y “abuelos”.

Tras el análisis estadístico realizado a la muestra estudiada, los resultados muestran las diferencias que existen en el tratamiento de la imagen de las personas mayores según el público objetivo de la publicación digital analizada, el género, la temática, el enfoque o la extensión de la información. Las evidencias derivadas de la investigación, muestran, en un plano mucho más detallado, los estereotipos relacionados con la edad, así como los componentes audiovisuales que contribuyen a profundizar en la noticia o la información sobre el mayor (imagen fija o móvil, y si aparece o no el mayor en la misma).

Palabras clave: Personas mayores – Digital – Web – *Blog* – Estereotipos

EFICACIA Y EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE LOS HOSPITALES ANDALUCES EN TWITTER

AUTORES

Dolores Rando Cueto y Carlos de las Heras Pedrosa

Universidad de Málaga (España)

lrandocueto@gmail.com y cheras@uma.es

El presente artículo parte de un estudio sobre la eficacia de la actividad comunicativa que desarrollan los hospitales andaluces, tanto de financiación pública como privada, a través de las redes sociales. Este análisis se lleva a cabo en los centros sanitarios andaluces en los que se presta atención especializada y utilizan las redes sociales como herramientas de comunicación con sus diferentes *stakeholders*. A través de encuestas semiestructuradas y de entrevistas en profundidad a responsables de la gestión de la comunicación en los hospitales andaluces y expertos en este ámbito, además del ejercicio de observación no participante de las redes sociales hospitalarias andaluzas, se estudia la coherencia entre los intereses manifiestos que la institución sanitaria persigue con el uso de los *social media* y los resultados obtenidos con esta acción. Así, se deja en evidencia la notable brecha que existe entre los fines que persiguen los centros hospitalarios con su incursión en redes sociales y la consecución de los mismos.

Las fisuras encontradas en la referida comunicación hospitalaria no ha impedido el notable incremento producido en el número de hospitales andaluces que han iniciado su comunicación en redes sociales en el último lustro. De esta forma, si de los 97 hospitales que existen en la comunidad andaluza, en el año 2010 solo había un hospital con cuenta en redes sociales, al año siguiente este número se multiplica por once y la tendencia continúa en curva ascendente hasta llegar a los 39 hospitales con presencia en redes sociales en el presente año (hasta mayo de 2015), un 40'21% del total de centros sanitarios de esta tipología. No obstante, este porcentaje sigue representando a menos de la mitad de los hospitales de la región andaluza. Además, el crecimiento se ha producido fundamentalmente desde el año 2012 en el sector privado.

Tras la visión general de la comunicación hospitalaria andaluza en *social media*, twitter se elige en el estudio para su análisis en profundidad en el referido entorno comunicativo -en la actualidad, presente en el 96'91% de los centros con cuenta en redes sociales-. Con herramientas como Simply Measured y Twitonomy se lleva a cabo un análisis de contenido en el que se desgana la evolución de las 36 cuentas de hospitales andaluces en twitter; su potencialidad para interactuar con sus destinatarios; capacidad de respuesta de sus mensajes; y visibilidad, entre otros atributos que profesionales responsables de comunicación de hospitales andaluces entrevistados para la investigación consideran indispensables en este canal de comunicación. Esta exposición se completa con una ficha de análisis del contenido de los mensajes que se emiten en 140 caracteres, con objeto de evaluar si son acordes o no con los intereses generales de la entidad hospitalaria.

Palabras clave: Redes sociales – Comunicación corporativa – Hospitales – Salud – Comunicación sanitaria

COMUNICAR LA RELACIÓN UNIVERSIDAD SOCIEDAD A TRAVÉS DE PROYECTOS DE APS

AUTORES

Esther Raya Diez y Melchor Gómez Pérez

Universidad de la Rioja y Universidad del País Vasco (España)

esther.raya@unirioja.es y melchor.gomez@ehu.es

La docencia universitaria del siglo XXI conlleva cambios significativos en la actividad docente en el proceso de enseñanza aprendizaje como consecuencia de los cambios en la sociedad de la información y el conocimiento. El EEES posibilita el desarrollo de actividades centradas en el estudiante conectando las materias con los problemas de la sociedad. De tal modo, que la actividad docente trasciende el aula y trata de atender necesidades del entorno. El nuevo paradigma educativo, implica el desarrollo de gran cantidad de trabajos por parte de los estudiantes. Desde nuestro punto de vista, es posible canalizar ese esfuerzo docente-discente en el desarrollo de actividades que den respuesta a problemas de la sociedad, extendiendo el concepto de responsabilidad social universitaria. Una de las metodologías es la de Aprendizaje Servicio (APS).

El APS integra el servicio a la comunidad con el aprendizaje de contenidos, habilidades y valores inherentes a los programas de estudio. Es aplicable a todos los niveles educativos y a todas las materias.

En este trabajo presentamos la aplicación del APS para abordar aspectos relacionados con la pobreza energética, como caso de estudio, en dos titulaciones de Grado diferentes: Trabajo Social e Ingeniería Eléctrica.

La pobreza energética es la falta de acceso a servicios energéticos modernos. Casi 1,6 millones de personas todavía no tienen acceso a la electricidad, según la Agencia Internacional de Energía (AIE). En España, en 2012, el 17% de los hogares tenía gasto energético desproporcionado y 9% eran incapaces de mantener su casa a una temperatura adecuada en invierno (Tirado, 2014: 3). La pobreza energética revela la violación del derecho a una vivienda adecuada.

Ante un mismo problema, cada disciplina enfoca una parte relacionada con su objeto de estudio e intervención en la realidad. En el marco de las asignaturas es importante conectar la actividad de servicio con los aprendizajes necesarios y evidenciar el servicio a la sociedad y los aprendizajes adquiridos a través de estrategias comunicativas.

La universidad, como actor clave en el desarrollo social y económico de un país, tiene una responsabilidad social dirigida a responder a los problemas y necesidades sociales. Tenemos que aprovechar las oportunidades del Espacio Europeo de Educación Superior para permitir y promover el intercambio de conocimientos entre los estudiantes y profesores de diferentes disciplinas.

Palabras clave: Metodologías activas – Responsabilidad Social Universitaria – Trabajo Social – Ingeniería Eléctrica – Aprendizaje Servicio

¿SE ESTÁ TRANSFORMANDO EL SIGNIFICADO DE LA INSTITUCIÓN PARLAMENTARIA?

AUTORA

Fátima Recuero López

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (España)

freclop@upo.es

El Parlamento es la institución suprema de la democracia. La institución parlamentaria representa y expresa la soberanía popular al estar constituida por los representantes elegidos directamente por los ciudadanos. Desde su desarrollo histórico, el Parlamento se fue constituyendo como un freno al poder absoluto de los monarcas, lo que posteriormente se consolidaría en el principio de división de poderes. Las luchas por la extensión del sufragio llevaron con posterioridad a que esta institución fuera plenamente democrática, al conseguirse que todos los ciudadanos sin excepción pudieran elegir a sus representantes, los cuales legislan en su nombre. Por ello, el Parlamento es el símbolo de la democracia representativa.

Sin embargo, el Parlamento parece estar inmerso en un proceso de declive, lo cual puede estar produciendo una transformación de su significado y de su relación con la ciudadanía. Las razones de esta situación son diversas, aunque podrían distinguirse tres principales: 1) la pérdida de importancia del Parlamento por el fortalecimiento del poder ejecutivo, que relegaría al legislativo a un segundo plano y que disminuiría además su autonomía en los sistemas parlamentarios; 2) el alejamiento entre representantes y representados ya advertida por Rousseau; y 3) la desafección actual con el sistema político, que ha propiciado un declive en la confianza tanto hacia las instituciones como hacia la clase política.

Ello ha llevado a algunos grupos a llevar acciones como la de “Rodea el Congreso”, en el caso español, lo que desde el punto de vista del sustento teórico de la institución parlamentaria, desarrollado a lo largo de la Historia, supondría un ataque hacia la propia razón de ser de la misma. Ello se debería a que estos colectivos, que no son representativos del conjunto del pueblo, piden que los representantes elegidos democráticamente por el conjunto de la ciudadanía dimitan antes de la finalización del mandato para el que fueron elegidos, por no considerarlos representativos, lo que nos sitúa ante una gran paradoja. Bajo lemas como “democracia real ya” o “no nos representan” podemos apreciar que el Parlamento ha dejado de ser considerado como la máxima expresión de la democracia, al menos para una parte de la población. Además, estas manifestaciones impedirían la libre circulación de los parlamentarios y su derecho de inmunidad parlamentaria, derechos que fueron establecidos para evitar que la retención o detección arbitraria de los mismos impidiera la libre expresión de la voluntad popular, o lo hiciera de forma viciada o desvirtuada. Este hecho nos llevaría también a cuestionarnos sobre la vigencia y la necesidad actual de las prerrogativas parlamentarias.

Por tanto, el objetivo de esta ponencia es analizar en qué medida el conflicto existente entre el sustento teórico de la institución parlamentaria y el sentir ciudadano sobre la misma está transformando la razón de ser del Parlamento, algo que, aunque entronca con el viejo debate entre democracia representativa y democracia participativa, podría configurarse como una nueva línea de investigación en torno a la reconfiguración del papel del mismo.

Palabras clave: Parlamento – Democracia representativa – Declive - Ciudadanía – Desafección

LOS DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN ELECTORAL: ¿SIGUEN FUNCIONANDO LOS MODELOS EXPLICATIVOS DEL VOTO?

AUTORA

Fátima Recuero López

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (España)

freclop@upo.es

En los últimos años el comportamiento electoral de los ciudadanos ha experimentado un profundo cambio. Lejos de la relativa previsibilidad anterior, parece haberse producido una ruptura de los patrones tradicionales del voto. La posición en la estructura social, la identificación partidista y la ideología determinaban en gran medida el partido por el que los individuos decidían votar. Estos anclajes con los partidos políticos habían consolidado en España un sistema de partidos marcado por la estabilidad del bipartidismo. Sin embargo, la actualidad está marcada por la volatilidad electoral, la cual ha provocado importantes cambios en la vida política española. A la vez que parecen estar rompiéndose los lazos con los partidos tradicionales han surgido nuevas formaciones que están consiguiendo, en muy poco tiempo, un respaldo importante en las urnas. Una confluencia de factores, entre los que pueden señalarse la crisis económica y la corrupción política, ha propiciado un cambio importante en las lealtades partidistas, ya que el voto de los ciudadanos es mucho más volátil que hace sólo unos años. De esta manera los electores cambian con mucha más facilidad su voto, apoyando además a nuevas fuerzas políticas. El gran apoyo que éstas están consiguiendo parece haber empezado a poner fin al sistema bipartidista que hasta ahora conocíamos.

Esta imprevisibilidad que está marcando el actual comportamiento electoral de los españoles, y también en otros contextos, implica un importante reto para la investigación electoral. Los modelos tradicionales que explican el comportamiento electoral surgieron para explicar las continuidades existentes en el voto de los ciudadanos. De este modo, la literatura académica en esta materia se centra principalmente en los factores que dan estabilidad a la decisión de voto de los individuos, los cuales propician que voten a una determinada formación prácticamente de forma automática, como la identificación partidista y la ideología, mencionadas con anterioridad. Sin embargo la nueva realidad, en la que los ciudadanos cambian su voto con mucha más facilidad y en la que partidos recién creados obtienen una importante representación, nos lleva a plantearnos si los modelos explicativos del voto siguen vigentes o si es necesario desarrollar nuevos paradigmas que expliquen la nueva situación.

El objetivo de esta ponencia es describir los cambios que se han producido en el comportamiento electoral de los españoles para analizar, con posterioridad, si los modelos electorales tradicionales consiguen explicarlos o no. La vigencia de dichos modelos tendría dos vertientes: conseguir explicar el volátil comportamiento de los electores y conseguir prever los cambios de voto. Tras dicho análisis se pretende llegar a una conclusión sobre si los modelos electorales consiguen adaptarse al nuevo patrón de comportamiento de los votantes, o si es necesario mejorarlos o desecharlos a la espera de desarrollar nuevos planteamientos que consigan explicar la nueva realidad.

Palabras clave: Comportamiento electoral – Modelos explicativos – Volatilidad electoral – Cambio – Anclajes partidistas

LOS FESTIVALES DE CINE COMO CREADORES DE TENDENCIA Y DISCURSO. EL CASO DE CURTAS VILA DO CONDE

AUTOR

Fernando Redondo Neira

Universidad de Santiago de Compostela (España)

fernando.redondo@usc.es

Conocida la desde siempre relevante participación de los festivales de cine en la tarea de la promoción audiovisual, así como el lugar bien definido que ocupan en la estructura industrial por los vínculos que mantiene con producción, distribución y exhibición, conviene asimismo atender a la función que cumple como escaparate de las nuevas tendencias, como ventana para dar a conocer propuestas innovadoras y creadores emergentes. En este contexto, y yendo un poco más allá, es posible analizar también estos eventos como creadores de un determinado discurso a través del cual trazar, de algún modo, la ruta que seguirá el arte cinematográfico en el futuro inmediato. A partir del concepto de programación, elemento nodal de lo que un festival representa, los festivales de mayor éxito, aquellos en los que cineastas, productores o distribuidores quieren participar, son los que han logrado definir una línea nítida de actuación. No se trata únicamente de haber apostado, a modo de ejemplo, por la especialización en el cine de género o el de autor, que también, sino de algo más conceptual y difícil de concretar: haber configurado una propuesta que facilite la identificación con una determinada manera de entender el cine.

Nos referimos, por tanto, a la capacidad de elaborar una propuesta que se dirija en la dirección aquí expuesta, y que no necesariamente debe atenerse a las clasificaciones convencionales que hacemos de filmes o de cineastas. Esto es lo que orienta la personalidad, el éxito y la proyección de un certamen cinematográfico, y al análisis de este hecho dedicaremos nuestro trabajo. E insistamos en el concepto de proyección, que interviene en el universo de los festivales en su más rico y amplio abanico de significados. En el primero, y más evidente, de exhibición; en un segundo de promoción, de favorecer la circulación y el éxito comercial de los filmes que da a conocer; y en uno final que indicará su valor de marca, su reputación, en definitiva, y que no es otro que la influencia que es capaz de ejercer sobre el cine del futuro.

Nuestra propuesta se ocupará, de este modo, de analizar el fenómeno de los festivales de cine desde esta visión global de instrumento promocional incardinado en el mercado audiovisual que puede desarrollar cometidos muy diversos, pero que, sobre todo, si logra conformarse una personalidad específica, es capaz de incidir en cuestiones de índole estética al hacer avanzar el arte cinematográfico en una determinada dirección, contando también con la autoridad que pueda ejercer ante el público y la crítica. Con la intención de apuntalar lo aquí anunciado estudiaremos el caso concreto del Curtas Vila do Conde, festival de cortometrajes de esta localidad portuguesa que viene demostrando cómo, desde una cinematografía periférica, puede adquirirse una presencia global y marcar el ritmo del cine a partir de una modalidad, el cortometraje, que por su tradicional carácter experimental está llamado a ser incubadora de las innovaciones del futuro.

Palabras clave: Festivales - Cine - Programación - Proyección - Cortometrajes

TRATAMIENTO DE LA MATANZA DE IGUALA EN LOS PRINCIPALES PERIÓDICOS DE MÉXICO

AUTORA

Paula Requeijo Rey

Universidad Camilo José Cela (España)

prequeijo@ucjc.edu

El 26 de septiembre de 2014 desaparecían 43 estudiantes de la Normal de Ayotzinapa en la ciudad de Iguala (130.000 habitantes), en el Estado de Guerrero. El 28 de septiembre los medios de comunicación empezaban a ofrecer datos sobre el asunto y, unas días después, explicaban que los estudiantes habían sido secuestrados, asesinados y quemados.

La matanza ha supuesto la mayor crisis del gobierno de Enrique Peña Nieto e implica al gobierno local, al federal, a la policía, al ejército y al cártel de Guerreros Unidos. Las detenciones se acercan ya al centenar.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo determinar cómo han tratado los principales periódicos de México la Matanza de Iguala. ¿Qué similitudes y diferencias hay en el tratamiento del tema y cuáles son los motivos de las mismas? ¿Cuáles son las principales fuentes de información? ¿Qué agentes internos tienen mayor protagonismo? ¿Cómo representan a los agentes externos, principalmente, al presidente de EEUU, Barack Obama, y a la ONU? ¿Cómo se refleja el papel del gobierno de Peña Nieto?

Para ello seleccionaremos una muestra de las informaciones sobre el caso publicadas en diferentes períodos no consecutivos por los principales periódicos (*El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*). Las analizaremos a partir de la teoría de los marcos referenciales o *framing* que atiende al punto de vista desde el que los medios enfocan el tratamiento de la información que condicionará a las audiencias, pues ésta determina sus imágenes mentales. Completaremos este análisis con entrevistas a los periodistas de los medios seleccionados que han tenido mayor responsabilidad a la hora de elaborar las informaciones sobre la matanza para saber cómo han operado.

Palabras clave: Matanza de Iguala - Prensa - Representación - Teoría de los marcos referenciales - Teoría profesional

EL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS TRANSVERSALES DE LOS GRADOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA

AUTORAS

Virginia Rincón Díez y Pilar Zorrilla Calvo
Universidad del País Vasco (España)
virginia.rincon@ehu.es y pilar.zorrilla@ehu.es

La presente investigación se enmarca dentro de un Proyecto de Innovación Educativa titulado “**Impulso al Emprendizaje desde la Universidad**: Desarrollo de nuevas ideas de negocio en el aula mediante el Aprendizaje Basado en Proyectos” subvencionado por el Vicerrectorado de Calidad e Innovación Docente de la Universidad del País Vasco UPV-EHU a través del Servicio de Asesoramiento Educativo SAE-HELAZ.

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPy) es una metodología eficaz y atractiva en el proceso de enseñanza aprendizaje tanto a la hora de desarrollar contenidos académicos como habilidades y competencias del alumnado. Esta metodología sitúa el aprendizaje en un contexto real donde los estudiantes hacen frente a problemas multidisciplinares, impulsando de esta forma un pensamiento crítico así como el trabajo en equipo y la asunción de responsabilidades. Mediante el presente estudio analizamos el potencial de esta metodología para el logro de competencias transversales en los grados de Economía y Empresa.

En primer lugar, se presenta el diseño de implementación del ABPy en los grados que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco. La particularidad de este diseño se centra en que se implementa conjuntamente en dos asignaturas distintas de un mismo módulo, combinando varias actividades cuyo eje principal es un proyecto empresarial común que permite al alumnado desarrollar los contenidos de las distintas disciplinas de manera coordinada.

Con los resultados obtenidos tras la implementación del ABPy durante dos cursos académicos consecutivos se valora su impacto sobre algunas competencias fundamentales para el alumnado de los grados de Economía y Empresa, como la Creatividad, la Innovación o el Espíritu Emprendedor. Para ello, y dado que la metodología experimentó algunas adaptaciones tras la experiencia de la primera implementación, se explican los cambios introducidos, así como la evolución de los resultados obtenidos. De acuerdo con este análisis se puede deducir que el ABPy resulta eficaz para la consecución de competencias transversales esenciales en el área de Economía y Empresa.

Por último, se ofrecen algunas recomendaciones que favorezcan el avance en la implementación de la nueva metodología y en el proceso de enseñanza aprendizaje, con el fin último de mejorar las capacidades y la preparación general de los estudiantes que deben enfrentarse a un entorno en constante cambio.

Palabras clave: Aprendizaje Basado en Proyectos – Competencias Transversales – Metodologías Activas – Espíritu Emprendedor

JUAN LARREA HOLGUÍN Y LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

AUTOR

Juan Carlos Riofrío Martínez-Villalba

Universidad de Los Hemisferios (Ecuador)

jcriofrio@gmail.com; juancarlosr@uhemisferios.edu.ec

Analizamos aquí la visión de la universidad de Mons. Juan Larrea Holguín. Tal visión se encuentra recogida principalmente en cuatro de sus libros y en varias anécdotas su vida, que son el corpus de este estudio.

La estructura del análisis es la siguiente:

1. Se inicia delimitando el fin último objetivo y subjetivo de la labor académica, que es el que marcará cuáles son los caminos para llegar a ese fin.
2. Al ser el fin último objetivo el acceso a la verdad universal, se estudia en primer lugar “el amor a la verdad” y todas las virtudes que ello implica.
3. Luego se da cuenta de la visión de libertad y responsabilidad, de pluralidad y sentido que tiene la labor universitaria en la mente de Larrea.
4. A partir de ahí se analizan otras virtudes como el orden, la disciplina, la exigencia, la magnanimidad, la fortaleza y la valentía en la propagación y defensa de la verdad. La ponencia termina con unas breves conclusiones.

La visión de Larrea sobre la universidad la encontramos fundamentalmente en cuatro obras: *Doctrina para vivir* de 1986, *Nuevo Catecismo Universal* de 1993, *Educación ética y cívica* de 1993, y, *Derecho constitucional*, tomo I, del año 2000, donde trata de forma técnica el derecho constitucional a la educación. Además, pueden hallarse referencias parciales en otras conversaciones o discursos suyos, y en varias anécdotas de su vida que iremos hilando al paso. Este será nuestro *corpus* de estudio.

La estructura de la investigación es la siguiente:

- I. La finalidad de la labor universitaria
- II. Amor a la verdad
 - a) Confianza en la verdad
 - b) Esfuerzo y valentía en la conquista de la verdad
 - c) Hacer amable la verdad
 - d) Humildad en la investigación y en la enseñanza
 - e) Fidelidad al Magisterio de la Iglesia
- III. Libertad y responsabilidad, pluralismo y sentido
- IV. Orden, disciplina y exigencia
- V. Espíritu de servicio y de cooperación
- VI. Magnanimidad, audacia y fortaleza en la propagación de la verdad
- VII. Conclusiones
- VIII. Bibliografía

Palabras clave: Educación superior - Academia ecuatoriana – Cátedra – Docencia-Pedagogía

USO DE APPS EN LA CREACIÓN DE ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA. MARCAS EN TWITTER

AUTORES

Fray Lina Rodríguez, Marián de la Morena y Aylin Morcelo

Universidad Camilo José de Madrid (España)

flrodriguez@ucjc.edu, mmorena@ucjc.edu y aylin.morcelo@alumno.ucjc.edu

Semejante a la revolución que causó Gutenberg con la invención de la imprenta las TIC han convertido el mundo en una Aldea Global, cada día estamos más interconectados con el resto de la humanidad (Mattelart, 2002). Prueba de ello es la penetración de Twitter con 1.856 billones de usuarios activos (2014), su transversalidad radica en que no se limita a un tema, sino que confluyen distintas ideas y pensamientos convirtiéndola en una herramienta imprescindible de estudio y un lugar de consulta e inspiración en las acciones de marketing y estrategia de comunicación (De la Morena y Rodríguez, 2014).

Para aprovechar los datos que se generan en Twitter, las marcas optan por aplicaciones Web de monitorización (*apps*) en Twitter. El objetivo es identificar las oportunidades de estas apps para la creación de una estrategia de Social Media (SM). No pretendemos demostrar que son una especie de quimera pero defendemos su uso como herramientas de gran valor en la gestión de estrategias de comunicación.

Esta comunicación presenta un estudio cualitativo, primero se ha analizado el marco teórico sobre las métricas de SM para crear un modelo *ad hoc* que permita validar el funcionamiento de las *apps* y en segundo lugar con ayuda de este diseño se observó y se recopilaron los datos para alcanzar los objetivos. La construcción del modelo *ad hoc* es una aportación que permite organizar los indicadores sobre el estado de una marca en Twitter y crea pautas para una estrategia de SM.

Al diseccionar las aplicaciones podemos entender los parámetros con los que operan y en consecuencia comprender mucho mejor los datos que analizan. Esto es vital para sacarle el mayor provecho según la estrategia de SM que se quiera realizar. En este proceso de análisis se hace un balance sobre la usabilidad de cada *app* y se identifican los indicadores más efectivos de cada una de ellas y sus debilidades.

El objetivo general de este trabajo es aportar una base teórica de carácter metodológico sobre un área relativamente nueva pero que a todas luces está cambiando la forma de comunicación, máxime a raíz del éxito constante de Twitter y el impacto en el mundo offline. Proponemos una metodología original, realizando aportaciones nuevas e interesantes a un tema que lo requiere.

Los resultados aunque analizados mediante un modelo *ad hoc* están basados en los informes de softwares (*apps*) que son utilizados por varias marcas en todo el mundo. En este estudio no se ha indagado a profundidad sobre los algoritmos con los que estas operan. De esta manera se pone de manifiesto el uso cada vez más extendido de estas apps que representará un interesante nicho de estudio académico, dado su fácil acceso y coste cero para las marcas.

Palabras clave: Twitter – Apps – Social media – @policia – @policiaRD

DOCENCIA EN EL CAMPO EXPANDIDO Y APRENDIZAJES EN CONECTIVIDAD DIGITAL

AUTORES

Teresa C. Rodríguez García, Miguel Baños González y Mario Rajas Fernández

Universidad Rey Juan Carlos (España)

teresa.rodriguez@urjc.es, miguel.banos@urjc.es y mario.rajas@urjc.es

La convergencia digital y los nuevos medios vehiculados en las TIC proponen una expansión sin límites para poner en marcha procesos de enseñanza-aprendizaje diferentes y maleables. En nuestro momento docente se ha producido el abandono de la lógica de la presencialidad como condicionante de la enseñanza de calidad y casi cualquier materia universitaria se mueve en terrenos complejos e interdisciplinarios que están implicados en la conectividad digital o que la implican.

De aquí surge la noción de un campo expandido para la docencia. Un concepto que viene del ámbito del arte donde se entiende como la libertad del artista-creador para conectar los elementos dispares que considera óptimos para alcanzar sus fines expresivos. El campo expandido en la producción artística implica que los géneros como la pintura, la escultura o la fotografía se alteran, se dilatan; las técnicas y los materiales se utilizan de modo inédito incluyendo cualquier elemento que el creador estime necesario. Todo es posible, todo se puede extender sin llegar a la ruptura, en otras palabras, sin dejar de ser escultura o pintura o fotografía.

La docencia también participa de este concepto. Una docencia en el campo expandido sería aquella que mezcla elementos de la educación formal, la enseñanza informal y las nuevas tecnologías de la comunicación: wikis, blogs, redes sociales, Mundos Virtuales 3D, documentos enriquecidos, Entornos Personales de Aprendizaje, *flippclass*, enseñanza-aprendizaje transmedia y *crossmedia*... Se fuerzan aquí los límites de las técnicas, los soportes y los medios docentes que consideramos estándar porque tenemos nuevas realidades que lo permiten. El hecho docente se amplifica y su variabilidad se hace prácticamente infinita sin que deje de ser docencia.

En el presente trabajo se analizan y comparan dos fórmulas de aprendizaje con el objetivo de establecer las variables que pueden definir este concepto de docencia en el campo expandido. En un caso, en el escenario presencial del aula física, como espacio de encuentro para la acción docente y los aprendizajes, se inserta la esfera de lo interactivo a distancia, configurado por distintos tipos de medios y recursos en red. En el otro, se utilizan las capacidades comunicativas de los Mundos Virtuales 3D como extensión de la enseñanza reglada a distancia, rediseñando, mediante representación, el ámbito del aula virtual tradicional para restituir las propiedades de lo presencial.

En ambos casos se han forzado los límites y estructuras de la lógica docente inherente a la enseñanza presencial y no presencial, pero la docencia y el aprendizaje no se han diluido, al contrario se enriquecen por la convergencia de lo educativo y los recursos comunicativos emergentes, generando un campo de docencia que trasciende los estándares establecidos.

Palabras clave: Docencia en el campo expandido - Convergencia digital - Aprendizajes *online* - Recursos en red - Mundos Virtuales 3D

EDUCACIÓN INFORMAL DIRIGIDA A DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DESDE EDADES TEMPRANAS

AUTOR

Gabriel Rodríguez Garnica

Universidad de La Rioja (España)

gabriel.rodriguez@alum.unirioja.es

Está comprobado que se puede educar en emprendimiento desde edades tempranas y que es compatible con hacerlo de forma divertida, con metodologías innovadoras y participativas, que sean motivadoras y descansen en vivencias y experiencias reales. Con todo ello los niños y las niñas anclan los conocimientos de forma natural, casi inconscientemente.

Además, resulta importante que las metodologías de enseñanza se adapten a cada persona, movilicen sus inteligencias múltiples y permitan el desarrollo de su autonomía personal para aprender.

También, se acepta con carácter general que se educa bien y perdura cuando todos los agentes (persona, familia, profesorado y sociedad) contribuyen en esta tarea aportando lo mejor de cada cual.

Todos estos elementos citados se han tenido presentes para diseñar, probar y evaluar el proyecto formativo de educación informal diseñado. Las actividades realizadas han exigido a los niños y a las niñas no sólo saber y adquirir conocimientos indagando con las TIC, sino también aprender haciendo y saber ser estando en contacto con su grupo y con la persona emprendedora, en la visita a la empresa o en el debate de la película y en el taller de creatividad.

Movilizar su talento hacia u objetivo concreto, trabajar en equipo, innovar y cooperar han sido decisivos para lograr resultados originales y aprender significativamente. Los principales rasgos diferenciadores de nuestro proyecto educativo son que es: innovador, multidisciplinar, práctico, abierto, flexible e inclusivo, desarrolla habilidades valiosas (ejecutivas, comunicativas,...) en los niños y las niñas. Además, es fácilmente replicable, generando un importante impacto económico y social en el ecosistema.

Palabras clave: Educación informal - Aprendizaje experiencial – Emprender - Educación primaria - Desarrollo habilidades ejecutivas

LA DIPLOMACIA DIGITAL: HERRAMIENTA O CONSECUENCIA

AUTOR

Alfredo A. Rodríguez Gómez

Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)

agomez@ucjc.edu

La diplomacia ha sufrido una evolución en las dos últimas décadas acorde con las tendencias actuales. Así, la diplomacia tradicional tiene nuevos cauces; la diplomacia directa es cada día más directa y más frecuente, más abierta y transparente, las diplomacias pública y económica encuentran nuevas herramientas de trabajo y acercamiento a la sociedad.

Los efectos de la globalización y del avance tecnológico en materia de comunicaciones, principalmente en lo que se refiere a computación y telefonía móviles y a redes sociales, han hecho que los actores tradicionales de las relaciones internacionales avancen en proximidad al ciudadano y en transparencia; es decir, en la oferta de un mejor servicio al ciudadano y a la sociedad.

Pero también han dado lugar, por una parte, a la consolidación de actores emergentes en ese espacio, como las empresas o las ONG, y a la aparición de otros nuevos que, en esencia, somos los ciudadanos en diversas facetas.

Una buena prueba de estos cambios los podemos observar en las cumbres del G-20, a las que se incorporan de forma notable representantes de campos diversos en el ámbito social, como son los de la sociedad civil (C20), de los negocios (B20), de los jóvenes (Y20), de grupos de pensamiento (T20) o del mundo laboral (L20), en una clara muestra de que las relaciones internacionales, y la diplomacia en concreto, avanza a unos modelos emergentes y más acordes con los tiempos.

Este avance se produce, en gran medida, por esa evolución revolución, según Castells de la comunicación que resulta en la inmediatez de la transmisión de la información de la posibilidad de cualquier ciudadano de usar la tecnología para recibir y emitir información desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento.

El objeto de este trabajo es estudiar en función de ese conjunto de actores antiguos y nuevos, y de las nuevas formas de entender las relaciones internacionales y de comunicarse la diplomacia actual en sus varias facetas: tradicional, directa, pública y económica, entre otras, para comprobar si la llamada diplomacia digital es un mero apellido que se da tras el uso de las TIC actuales o es una verdadera consecuencia lógica de la evolución y del deseo de llegar de forma directa a los ciudadanos y, en consecuencia de usar las herramientas que emplea la sociedad hoy para englobar todas las facetas de la diplomacia en una sola conocida como diplomacia digital.

Palabras clave: Diplomacia – Relaciones internacionales – Redes Sociales – Sociedad – Nuevos actores

ELEMENTOS ICONOGRÁFICOS GITANOS EN LA PINTURA RELIGIOSA OCCIDENTAL (SIGLOS XVI-XVII)

AUTORA

Blanca Rodríguez Hernández
Universidad de Murcia (España)
blanca.rodriguez@um.es

Desde la aparición en Europa a comienzos del siglo XV de los primeros contingentes de gitanos, su presencia no pasó desapercibida ni para las instituciones ni para los individuos. Y por supuesto para los artistas, quienes en consonancia con lo referido en las crónicas y textos de la época comenzaron a fraguar una imagen inicial que el paso del tiempo ha repetido con pocas modificaciones. La constatación de parecidas actitudes y semejantes vestimentas ha sido un elemento fundamental en la formación de tópicos sobre ellos.

Siendo el objeto del presente estudio el de reconocer su presencia en las representaciones gráficas, lo hacemos partiendo de cuatro criterios de identificación: rasgos físicos (piel morena y cabellos oscuros), indumentaria (sombrero o turbante según el sexo, mando anudado al hombro, aros y pendientes en las orejas), acción o actividad que realizan (acarreo de hijos, práctica de la mendicidad, la adivinación y el robo) y la ubicación espacial en el cuadro (casi nunca protagonistas –excepto en los episodios de buenaventura-, semiocultos o en segundo plano). Establecemos así un modelo de interpretación, un paradigma, que nos sirve de referencia pero que nunca es excluyente y que se completa, matiza y enriquece con aportaciones documentales y literarias.

Los gitanos debían constituir un grupo colorido en el que destacaba con fuerza la figura de la mujer, que coronaba su indumentaria con un elemento nunca visto hasta el momento en la Europa de la época: el sombrero *egipcio*, en realidad un armazón de mimbre decorado con cintas de colores entrecruzadas. Fue este un elemento caracterizador al que recurrieron muchos artistas y que nosotros hemos encontrado en un buen número de grabados y pinturas. Con el transcurso del tiempo, probablemente, las propias condiciones de la vida errante les hicieron perder el armazón, de tal forma que el sombrero pasó a convertirse en un turbante.

La iglesia católica precisaba para sus necesidades de culto, y también con fines moralizantes, educativos y de exaltación, de historias bíblicas ocurridas en Oriente, de donde múltiples leyendas hacían proceder a los gitanos. No es de extrañar, por lo tanto, que en determinadas obras algunos personajes femeninos aparezcan tocados con esta particular forma de cubrición. En consecuencia no hablamos tanto de la presencia de personas de etnia gitana –que las hay, aunque pocas-, como de la utilización por parte de los artistas de la tradición pictórica occidental de elementos provenientes de la cultura gitana. Con tales elementos hacían una reinterpretación de temas que muchas veces tenía una apropiación con fines puramente estéticos, mientras que, en otras, servía para relacionarlos con conductas y actividades consideradas moralmente dudosas.

Palabras clave: Gitanos – Pintura Religiosa – Iconografía – Indumentaria

EQUIPOS DIRECTIVOS Y GESTIÓN DE POLÍTICA TIC EN CENTROS DE PRIMARIA Y SECUNDARIA: EL CASO DE LA COMUNIDAD AUTONOMA ANDALUZA TRAS LA SUPRESIÓN DEL PLAN ESCUELA TIC 2.0

AUTORES

Manuel Rodríguez López y Mercedes Llorent Vaquero

Universidad de Sevilla (España)

rodri@us.es y mllorent@us.es

El interés por la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en diversos ámbitos de la vida humana ha venido incrementándose en las últimas décadas. En el campo educativo, los esfuerzos iniciados por los distintos gobiernos a nivel nacional, autonómico y local por la adaptación de la escuela a los retos planteados por la Sociedad del Conocimiento ha quedado patente a través de las distintas políticas educativas que se orientan a la eficiencia en este complejo proceso. De este modo, hemos asistido a iniciativas políticas de diversa índole, siendo las más extendidas en los últimos años los modelos 1:1, cuyo objetivo principal es dotar a las escuelas de medios tecnológicos como vía de acceso a las transformaciones deseadas. No obstante, estas iniciativas han encontrado un obstáculo significativo en la crisis económica mundial, a causa del importante desempeño económico que suponen.

Como parte de un Proyecto aprobado y financiado por el Plan Nacional de I+D+i (EDU2010-17037, “Las políticas de un «ordenador por niño» en España. Visiones y prácticas del profesorado ante el Programa Escuela 2.0. Un análisis comparado entre Comunidades Autónomas.”), esta aportación propone una aproximación al estudio de las políticas que median estos procesos. La investigación se centra en una de las comunidades autónomas españolas con más trayectoria política en los procesos de integración de las TIC en los centros educativos: Andalucía. Específicamente, este trabajo describe la situación actual en políticas educativas TIC, tras la supresión del Plan Escuela TIC 2.0, basado en el modelo 1:1. En este sentido, el análisis se centra en caracterizar cómo los Equipos Directivos de los centros educativos han abordado los distintos objetivos marcados por el Plan Escuela TIC 2.0 una vez extinguido. Estos objetivos se enmarcan en cuatro grandes líneas de actuación: Formación del profesorado; Dotación y mantenimiento de los recursos TIC del centro; Organización del centro para el uso de las TIC; e, Integración de las TIC en el proyecto de centro.

Los resultados además encuentran relación entre los aspectos estudiados y dimensiones como si el centro participa en algún programa de innovación relacionado con TIC, si el centro incentiva la formación permanente del profesorado en TIC o si la mayor parte del profesorado recibe o ha recibido formación en TIC, entre otras.

Palabras clave: Política Educativa – Tecnología Educativa – Políticas de Escuela – Análisis de políticas

EL FIN DE LAS POLÍTICAS 1:1 Y LA PRÁCTICA DOCENTE DEL PROFESORADO DE PRIMARIA Y SECUNDARIA: EL CASO DEL PLAN ESCUELA 2.0 ANDALUZ

AUTORES

Manuel Rodríguez López y Mercedes Llorent Vaquero

Universidad de Sevilla (España)

rodri@us.es y mllorent@us.es

La austeridad que caracteriza las políticas europeas desarrolladas en tiempos de crisis se refleja de manera significativa la inversión en distintas iniciativas de carácter social. En el ámbito educativo, estos recortes económicos se han sentido especialmente sobre la apuesta por el impulso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, específicamente con la supresión de políticas basadas en los modelos 1:1 (un ordenador, un niño).

Este trabajo se enmarca en el contexto de una investigación aprobada y financiada por el Plan Nacional de I+D+i, con el código EDU2010-17037, titulada “Las políticas de un «ordenador por niño» en España. Visiones y prácticas del profesorado ante el Programa Escuela 2.0. Un análisis comparado entre Comunidades Autónomas.”.

El estudio pretende caracterizar el impacto de las TIC sobre la práctica docente cotidiana tras la supresión del Plan Escuela TIC 2.0 en la Comunidad Autónoma Andaluza, interesándonos especialmente por sus efectos sobre el profesorado de primaria y secundaria en áreas como las concepciones del aprendizaje, la organización y estructura de la actividad de aula, su trabajo en red, su manera de acometer el proceso de enseñanza-aprendizaje y sus emociones.

La muestra total objeto de estudio la conforman 119 docentes pertenecientes a 16 centros de la provincia de Sevilla. Tras haber realizado un muestreo por cuotas, en la que la unidad muestral es el centro educativo. El criterio principal que ha articulado la selección muestral ha sido que el centro acredite una larga trayectoria en el uso integral de las TIC y desarrollo de Buenas Prácticas educativas con TIC. La selección de centros se realizó a propuesta de los Centros de Procesado (CEP) de Sevilla y Alcalá de Guadaira.

Los resultados caracterizan las dimensiones validadas (operativizadas a partir de los objetivos del propio Plan Escuela TIC 2.0 de la Junta de Andalucía) y, a través de la inferencia estadística y estadística multivariante, sus relaciones con el resto de constructos tales como haber sido coordinadores TIC del centro, haber participado en el Plan escuela TIC 2.0, haber participado en grupos de innovación en TIC, haber realizado cursos de formación en TIC y su interés por seguir aplicando la filosofía del Plan Escuela TIC 2.0 aún habiéndose suprimido el programa, etc.

Palabras clave: Tecnología Educativa - Política Educativa - Prácticas Educativas - Influencia de la Tecnología - Indicadores Educativos

EL PAISAJE SONORO (*SOUNDSCAPE*) EN EL AULA: UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN UNIVERSITARIA

AUTORA

Gloria Araceli Rodríguez Lorenzo

Universidad de Oviedo (España)

rodriguezgloria@uniovi.es

Esta comunicación se enmarca en el Proyecto de Innovación *La Educación Musical como eje vertebrador en la construcción de espacios educativos interdisciplinares y de buena convivencia*, de la Universidad de Oviedo, enfocado hacia la incorporación de la música como herramienta interdisciplinar útil para mejorar el aprendizaje y la innovación docente en el ámbito universitario, en las asignaturas del Área de Música.

Se estudian y presentan los resultados de la innovación docente realizada en la asignatura *Desarrollo de la Expresión Musical* perteneciente al Grado Maestro en Educación Infantil, que parte de la observación de las dificultades del alumnado universitario ante el aprendizaje del lenguaje musical y la interpretación (vocal, instrumental y/o corporal). La metodología aplicada busca fomentar la motivación y desarrollar un proceso de E-A basado en el trabajo cooperativo y colaborativo, y en el ABP. La intención de esta propuesta es afianzar las destrezas y habilidades propias del perfil del egresado, tanto las específicamente musicales como las generales propias del futuro maestro de Educación Infantil, desde la Pedagogía de la Creación Musical.

Se ha tomado la metodología de Murray Schafer como herramienta para el afianzamiento del lenguaje musical, la creatividad y la interpretación. Con la intención de fomentar el desempeño de roles organizativos y las habilidades necesarias en la resolución de conflictos, la propuesta se ha concretado en el diseño de manera grupal de una aplicación didáctica cuyo núcleo es la creación y recreación (interpretación) de un paisaje sonoro (*soundscape*) y su correspondiente partitura en notación musical no convencional.

La externalización de la propuesta se contempló con la intención de iniciar al alumnado en la adquisición de las destrezas, recursos y habilidades que entran en juego en la planificación, desarrollo y evaluación del proceso de E-A. De este modo, se pone en relación la teoría y la práctica, y se ensayan diferentes formas de gestión del aula al trasladar lo diseñado en el ámbito universitario a la realidad educativa de un centro de Educación Infantil, antes del primer periodo de Prácticas contemplado en el Plan de Estudios de la titulación. La propuesta incluye también la interdisciplinariedad, ya que para la realización de la aplicación didáctica -especialmente de la partitura- se han incorporado la Expresión plástica y las TT. II. CC.

Se analizará la eficacia de la aplicación del trabajo colaborativo y cooperativo en el aula, (especialmente determinante en la concreción de la estructura del paisaje sonoro y en el reparto de responsabilidades en su diseño y recreación en el aula de Infantil), los resultados en la adquisición y desarrollo de los contenidos teórico-prácticos propios de la organización curricular de la asignatura, y se reflexionará sobre la idoneidad de la utilización de la metodología de M. Schafer como herramienta para el desarrollo y afianzamiento de las competencias musicales necesarias propias del futuro maestro en Educación Infantil.

Palabras clave: Paisaje sonoro – Schafer – Innovación – Creación Musical – Lenguaje musical

DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: LA UTILIZACIÓN DEL CUENTO MUSICAL COMO HERRAMIENTA INTERDISCIPLINAR EN EL PRÁCTICUM DEL GRADO MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Gloria Araceli Rodríguez Lorenzo
Universidad de Oviedo
rodriguezgloria@uniovi.es

Esta comunicación se enmarca en el Proyecto de Innovación *La Educación Musical como eje vertebrador en la construcción de espacios educativos interdisciplinares y de buena convivencia*, de la Universidad de Oviedo, enfocado hacia la incorporación de la música como herramienta para mejorar el aprendizaje y la innovación docente en el ámbito universitario, en las asignaturas del Área de Música.

Se estudian y presentan los resultados de la utilización del cuento musical como herramienta interdisciplinar durante el *Practicum IV* perteneciente al Grado Maestro en Educación Infantil. Tanto en la asignatura dedicada específicamente a la didáctica de la música (*Desarrollo de la Expresión Musical*) como en otras en las que se integra la música (*Laboratorio de Expresión*), se aborda la utilización del cuento musical como medio didáctico en las clases universitarias, pero su aplicación real en el aula de Infantil no se contempla como parte de ellas. Con esta propuesta la intención es que los discentes trasladen a la realidad del aula de Infantil los contenidos teórico-prácticos abordados en el aula universitaria, y que de este modo, puedan desarrollar y afianzar sus estrategias metodológicas.

La metodología aplicada se basa en la concepción del profesor como facilitador de aprendizajes, como orientador en el diseño de las actividades que los discentes deben concretar como parte ineludible de su periodo de prácticas. De esta manera, el alumnado desarrolla y afianza las destrezas, recursos y habilidades que entran en juego en la planificación, desarrollo y evaluación del proceso de E-A, fomentado las competencias propias del perfil del egresado.

La integración del cuento musical (creado *ex profeso* o no) permite abordar la interdisciplinariedad, integrando la expresión lingüística, la expresión plástica (al incluir la construcción de los instrumentos denominados como cotidiáfonos), la expresión corporal y la expresión la musical.

Se analizará la eficacia de la propuesta, especialmente en relación con el diseño del cuento musical y su puesta en práctica en el aula, su eficacia en cuanto a la adquisición y desarrollo de los contenidos teórico-prácticos propios de la organización curricular en Educación Infantil, y la eficacia de esta propuesta para el desarrollo y afianzamiento de las competencias musicales necesarias propias del futuro maestro en Educación Infantil.

Palabras clave: Cuento musical – Cotidiáfonos – Innovación – Interdisciplinar – *Practicum*

ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN Y EL RENDIMIENTO ACADÉMICO UTILIZANDO EL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS CON ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA SALUD: TERAPIA OCUPACIONAL

AUTORES

María del Carmen Rodríguez Martínez, Laura Domínguez de la Rosa, Javier Pérez Aranda y
Jesús Molina Gómez

Universidad de Málaga (España)

marrodmr@uma.es, ldominguez@uma.es, jpereza@uma.es y jmolinag@uma.es

El Aprendizaje basado en Problemas (ABP) se caracteriza por desarrollar una serie de habilidades y competencias indispensables en el entorno profesional. Es un método innovador en el cual el aprendizaje es significativo, ya que se centra en el estudiante y fomenta el aprendizaje autónomo. En las disciplinas de ciencias de la salud, se precisan unas estrategias educativas específicas, ya que los estudios de ciencias de la Salud están fragmentados en diferentes especialidades, es por este motivo que el ABP es una herramienta que puede ser muy útil.

El objetivo de este estudio es conocer si la utilización del ABP mejora la motivación de los estudiantes y también si influye en el rendimiento académico de los estudiantes. Para ello, se incorporó en la metodología el uso de actividades que conllevaran ABP en dos asignaturas y dos cursos de la Facultad de Ciencias de la Salud, (Intervención de la Terapia Ocupacional en Salud Mental I y técnicas terapéuticas). Dichas asignaturas fueron impartidas en la titulación de Terapia Ocupacional durante el curso académico 2013/2014. La muestra estuvo compuesta por un total de 106 estudiantes.

Para medir la motivación, se administró el cuestionario de motivación y estrategias de aprendizaje (en sus siglas en inglés, MSLQ) al comienzo de las dos asignaturas para conocer el nivel de motivación del que partían. Cuando finalizaron las dos asignaturas se volvió a administrar a los estudiantes que habían participado en la encuesta inicial.

Concretamente, se presentan las características de la experiencia, así como un análisis descriptivo sobre la relación entre el uso de la ABP y la nota final de las asignaturas. Se compararon también las calificaciones de asignaturas que no habían implementado el ABP en su metodología. Los resultados mostraron de forma general que los niveles de motivación son parecidos en la fase inicial y final, obteniéndose por lo general puntuaciones de 4 en aproximadamente el 50% de los encuestados. En cambio, cabe señalar que al compararse las notas de los estudiantes en las asignaturas que habían implementado ABP y en las que no, los resultados mostraron que en las asignaturas con ABP las calificaciones finales fueron más altas que en aquellas asignaturas que no se implementó. Estos resultados indican que el uso de la metodología basada en ABP contribuye a que los estudiantes mantengan un nivel de motivación durante la asignatura, el cual a su vez influye positivamente en el rendimiento académico de los estudiantes.

Palabras claves: Aprendizaje basado en problemas - Motivación - Rendimiento académico – Ciencias de la Salud

FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO EN LA ÉPOCA DE LA HIPERVISUALIDAD

AUTORES

Luis Rodríguez Morales y Dolly Espínola Frausto

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

luis.rodriguez12@gmail.com y dolly.espinolaf@gmail.com

El desarrollo de las tecnologías digitales produjo un impacto importante en las formas de producción, circulación y consumo de los bienes simbólicos y en la construcción de la cultura contemporánea. En este escenario, el desarrollo de la oferta educativa y la formación de profesionales de la comunicación y el diseño requiere de perspectivas interdisciplinarias afines a la complejidad de los procesos culturales. En el escenario tecnológico actual, la transformación de las prácticas y tradiciones académicas y profesionales obliga a la reflexión sobre los enfoques que orientan el desarrollo de las disciplinas, así como las condiciones y necesidades en la formación de profesionales en el campo de la comunicación y el diseño.

A partir de lo anterior, se presenta una visión general sobre el cambio paradigmático que actualmente se da en el ámbito del diseño y que obliga a revisar las bases teórico-metodológicas para el análisis de la comunicación visual y de sus procesos de producción. Nos interesa discutir algunas de las características que la incorporación de las TIC abrió para el procesamiento de la imagen y sobre todo para la convergencia de lenguajes e hibridación de formatos. Así, en el contexto de la hipervisualidad que caracteriza a la cultura contemporánea, la enseñanza del diseño y la comunicación visual no puede asociarse únicamente al conocimiento de los procesos técnicos y a su materialidad; su carácter interdisciplinario y su impacto comunicativo radica precisamente en su multimodalidad técnica y expresiva, lo que está definiendo nuevos retos para la enseñanza y la práctica profesional.

Palabras clave: Comunicación visual – Diseño – Formación profesional – Hipervisualidad - TIC

NUEVOS ESCENARIOS DE APRENDIZAJE. TIC Y VARIABLES AFECTIVAS EN EL APRENDIZAJE DE IDOMAS

AUTORA

Nieves Rodríguez Pérez
Universidad Oviedo (España)
nirope@uniovi.es

La adecuación del sistema educativo universitario al Espacio Europeo de Educación Superior se está orientando hacia un nuevo formato, plantea nuevos retos en la organización académica, en los recursos didácticos y en nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje de idiomas. Con la incorporación en el aula de las TIC se abandonan las prácticas clásicas en torno a la pizarra y al discurso fundamentado en clases magistrales; los nuevos recursos educativos exigen del profesor y de los egresados un cambio de mentalidad en la forma de llevar a cabo y de enfrentarse a la enseñanza-aprendizaje de una nueva lengua y cultura. Los recursos didácticos en línea han cambiado la forma de relacionarse y socializarse, (Gil-Juárez Vall-llovera, et.al. 2010) y, en el campo de la enseñanza, son un puente entre el individuo y la lengua-cultura objeto de estudio (Pastor, 2004; Salmón, 2004). En la actualidad forman parte de la actividad docente y plantean una nueva revolución en la Enseñanza Superior (Agarwal, 2012).

El objetivo de este trabajo es analizar las prácticas emocionales de los alumnos cuando la adquisición de un idioma se lleva a cabo mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación; arrojar luz sobre el estado de debate, si las TIC abren un nuevo camino hacia el aprendizaje de lenguas extranjeras y si despiertan emociones en los participantes, negativas o positivas que fomenten la motivación por el aprendizaje. Es comúnmente aceptado que un ambiente agradable y distendido estimula a los componentes del grupo a intercambiar opiniones y a tomar decisiones (Pastor, 2004; Salmón, 2004; Palomo, Palmero, y Sánchez 2006).

Esta investigación se plantea con 120 estudiantes familiarizados con herramientas multimedia (Internet, correo electrónico, Chat, foros, páginas Web, etc.), canales de comunicación que permitieron el intercambio de trabajos y de información muy diversa, entre los propios alumnos y entre los alumnos y el profesor. Para la realización del estudio utilizamos un cuestionario construido con doce preguntas. El análisis de los datos cuantitativos y cualitativos lo llevamos a cabo con el programa Excel a partir del cual elaboramos la estadística y con el ATLAS/TI.

Los resultados más destacables son:

1. Las TIC son una herramienta que genera más emociones positivas en los alumnos que en los profesores.
2. Los profesores se refieren con frecuencia a emociones negativas generadas en el aprendizaje de idiomas mediante el uso de recursos online. La causa más citada es la pérdida de control de los alumnos en el aula.
3. Para la mayoría de los egresados las TIC ejercen una influencia positiva en su aprendizaje. La causa más nombrada es que le ayudan en el refuerzo de contenidos y en la comprensión de otra cultura.
4. Las TIC, para algunos alumnos, generan emociones negativas. Especialmente atribuyen sus causas a la distracción en otras tareas.
5. las instituciones educativas deberían implementar estas tecnologías y promover la formación tanto a profesores como a alumnos para que ambos disfruten de las ventajas que ofrecen.

Palabras clave: TIC-emociones - Enseñanza aprendizaje - Idiomas

MOVIMIENTOS DE CÁMARA EN EL CINE DE ACCIÓN: EL CASO AUTORIAL DE JOHN McTIERNAN

AUTORES

José Rodríguez Terceño, David Caldevilla Domínguez y Juan Enrique González Vallés

U. Complutense de Madrid (España) y U. San Pablo CEU (España)

josechavalet@gmail.com; davidcaldevilla@ccinf.ucm.es y juanenrique.gonzalvezvalles@ceu.es

El concepto de sello autorial ha generado varios textos en los últimos años que pueden ser considerados como señeros. Por ello, los autores, como responsables de algunas de las investigaciones caberas, proponen, a partir del reciente trabajo sobre el sello autorial de McTiernan basado en el desarrollo de la tesis doctoral *El sello autorial en el cine de John McTiernan: Estilema, tratamiento del género de acción y espectador ideal* (Universidad Complutense de Madrid, España, 2015) de José Rodríguez Terceño, proponen la siguiente ponencia. A partir de este texto doctoral, y siguiendo siempre una metodología de esencia analítico-textual se distinguirán los dos planos esenciales en la creación discursivo-narrativa cinematográfica (Historia y Discurso) y que abarcan todos los elementos integrantes de lo «narrativo audiovisual» y así se profundizará en el concepto de “narrativa audiovisual cinematográfica”. Se parte de la base de que estudiando los movimientos de cámara y la planificación escénica en la obra de este autor, se definirá su «estilema» ya que éste está conformado por el empleo que hace de forma personal y particular en estos ámbitos, de ciertos recursos iterados, fácilmente identificables y rastreables, y por tanto imitables, que constituyen, según la hipótesis de este texto, uno de los pilares centrales sobre el que se vertebra ese sello de autor o estilema del director estadounidense John McTiernan.

Se explicita también que existen rasgos autoriales que, en algunos casos, no en todos, se constituyen como fundamentadores o basamentos sobre los que se asienta, no ya un sello de autor concreto, sino una forma concreta cinematográfica –definida por un tiempo o un lugar- o todo un género cinematográfico. Estos recursos discursivos y formales son un rasgo definidor -que combinado con otros genera nuevos sentidos y significados-, del «**Sello McTiernan**»; un sello que, asociado a una obra completa y, dependiendo del éxito o fracaso que ésta tenga, puede, al mismo tiempo, acabar definiendo, no de forma completa, pero si en su esencia o en gran parte, todo un género cinematográfico. La aproximación al diseño de nuestra metodología queda instituida desde la fuente generadora de sucesos, a saber, la cinematografía de John McTiernan; por ello, a la hora de aplicarla, penetraremos en las estructuras de cada película definiendo los aspectos que subrayan el carácter invariante en cada uno de los apartados seleccionados del modelo analítico.

Palabras Clave: Sello de autor - John McTiernan - Movimientos de cámara - Planificación cinematográfica - Narrativa

«DRAMANAGEMENT»: NUEVA FÓRMULA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

AUTORES

José Rodríguez Terceño, David Caldevilla Domínguez y Fernando Ramos Fernández
ESERP de Madrid, Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Vigo (España)
josechavalet@gmail.com, davidcaldevilla@ccinf.ucm.es y ferramos@telefonica.net

La crisis económica que no todas las empresas están sufriendo de la misma manera, algunas, las grandes empresas o, por mejor decir, los grandes grupos empresariales -hoy se nombra «holding» a lo que antaño se denominaba ‘monopolio’- apenas la han notado y han conseguido obtener beneficios incluso en los años más difíciles, no ha hecho perder valor al concepto de Responsabilidad Social Corporativa tan prescindible hoy día pese a los recortes en materia económica que dicha rama empresarial ha sufrido en todos los sectores.

Pero, los continuos escándalos en que se han visto metidas algunas de las más prestigiosas y punteras empresas, españolas e internacionales, han hecho dudar, al público objetivo, esto es, cliente y consumidor, de que las verdaderas intenciones detrás de los grandes titulares (eventos, noticias auspiciadas, publirreportajes, etcétera) publicitarios y promocionales asociados indeleble y obligatoriamente a palabras tan grandilocuentes como ‘Desarrollo’, ‘Emprendimiento’, ‘Innovación’ o ‘Sostenibilidad’, no son nada más ni nada menos que artimañas corporativas destinadas a proporcionar un perfecto lavado de imagen de la empresa.

Es por ello que las grandes empresas, pero cada vez más también las pequeñas (hablamos de pymes), recurren a las nuevas fórmulas y a los nuevos contenidos en materia de comunicación con el objetivo de mejorar su Imagen Social Corporativa, y esta vez desde una opción ligada, al menos sobre el papel (que luego puede convertirse en inane papel mojado), a la cultura, al desarrollo e innovación artística. Surge así, de la convergencia de diferentes áreas y materias de expresión y comunicación el denominado «*Dramanagement*», combinación de la práctica cinematográfica (drama) con la dirección y administración de empresas (*‘management’*).

Queremos, a través del presente trabajo, analizar algunas de las prácticas de este nuevo contenido comunicativo asociado a la empresa y muy especialmente a su Responsabilidad Social para poder extraer de dicha observación y análisis las pertinentes conclusiones que ofrezcan una imagen concreta de este tipo de prácticas en nuestro país y que sirva como punto de partida para un estudio más pormenorizado sobre las nuevas fórmulas en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

Palabras clave: *Dramanagement* - Cine - Gestión de empresas - Responsabilidad social - Desarrollo sostenible

REVISIÓN DE LOS DISTINTOS NIVELES DE CONCRECIÓN CURRICULAR TRAS LA LOMCE. DEL PROYECTO EDUCATIVO A LAS UNIDADES DE AULA: ¿NUEVA FORMA DE PROGRAMAR?

AUTORES

Javier Rodríguez Torres y Purificación Cruz Cruz

Universidad de Castilla La Mancha (España)

Javier.rtorres@uclm.es y Purificacion.Cruz@uclm.es

Esta ponencia tiene como objetivo principal revisar los cambios producidos en los documentos programáticos de los centros educativos, tras la sucesión de “reformas de reformas” legislativas. Una vez más, frente a las incertidumbres, esfuerzos acrecentados y urgencias sin ningún referente pedagógico; el profesorado ratifica sus certezas basadas en su profesionalidad y en su hacer cotidiano, para dar la mejor respuesta a su alumnado cuya característica más destacada es la diversidad, fruto de una sociedad en continua evolución y que convierte a los docentes en unos privilegiados observadores, concedores y, en las más de las ocasiones, transformadores anónimos de la sociedad en su conjunto.

Queremos poner en valor que el profesorado, como cualquier otro profesional, planifica su actividad y resulta imprescindible, por un lado, para cumplir con lo estipulado por instancias superiores y contextualizarlo en el entorno, y por otro, para alejarse del intuicionismo y del activismo. Es lo que denominamos planificación didáctica, que incluiría cualquier unidad de programación elaborada por docentes para dar respuesta a la tarea cotidiana.

Partiendo de las últimas publicaciones legislativas, y realizando previamente la investigación del estado de la cuestión, planteamos el estudio de los cambios generales que ha introducido la LOMCE en Educación Primaria: organización de niveles, asignaturas, tiempos y evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje. Seguidamente, analizamos los distintos niveles de concreción, centrándonos en el segundo, donde se hace un estudio comparativo de los documentos que desaparecen o se reestructuran y que forman parte del Proyecto Educativo de centro. Nos referimos, concretamente, a la desaparición del Proyecto Curricular de Ciclo para ser sustituido por la Propuesta Curricular, donde tienen cabida todos los aspectos generales que afectan a la etapa y a las áreas, y las Programaciones de Área donde se concretan la secuencialización de contenidos, criterios de evaluación, estándares de aprendizaje y su relación con las Competencias Clave. Tratando, además, aspectos fundamentales para la organización de cada asignatura como son la metodología, materiales, estrategias e instrumentos de evaluación y criterios de calificación.

Se aborda la programación y elaboración del trabajo de aula, conjugadas en unidades didácticas o trabajos por proyectos. Tratando de, dentro de la libertad del docente a la hora de elegir el formato utilizado para la contextualización de su programación, aclarar cuáles deben ser los elementos a desarrollar acordes con la nueva Ley.

Pretendemos no perder de vista la importancia del semblante didáctico y pedagógico de la labor como maestro, a pesar de los vaivenes legislativos o de los cambios de terminología concreta. Resaltamos la importancia de programar y la necesidad de reflexionar y autoevaluar, más allá de cambios estratégicos o modas asociadas. Programar dentro de los diferentes niveles de concreción debe asegurar el éxito en la construcción del aprendizaje.

Palabras clave: Unidades de programación - Niveles de concreción curricular - Competencias clave - Educación básica

«ESCUELA 2.0» Y «CONECTAR IGUALDAD», ACCIONES PARA LA INCLUSIÓN DE LAS TIC EN LA ESCUELA PÚBLICA: REALIDADES Y PROSPECTIVAS

AUTORES

Javier Rodríguez Torres y Pablo Sánchez Antolín
Universidad de Castilla La Mancha (España)
javier.rtorres@uclm.es y Pablo.Sanchez@uclm.es

La incorporación de diferentes dispositivos digitales individuales para alumnos y docentes de los distintos niveles educativos, se está transformando en una tendencia mayoritaria en las actuales políticas gubernamentales de inclusión digital, inclusión social y de mejoramiento de las oportunidades educativas de los sistemas educativos de Europa e Iberoamérica.

Nuestra experiencia de investigación en distintos proyectos I+D+I sobre «Escuela 2.0» y nuestra estancia en la UBA y contactos con el programa «Conectar igualdad» nos animan a plantear el siguiente trabajo que recoge informaciones de dos países (España y Argentina) actualmente involucrados en programas de dotación masiva de equipamiento a alumnos y docentes, comúnmente denominados “modelos 1 a 1”.

Confrontamos cada uno de los puntos significativos:

- Usos de las TIC en la práctica docente de aula.
- Las TIC en la organización del centro y la comunicación con el entorno.
- Los usos de las TIC por el alumnado.
- Los usos de las TIC por el profesorado y sus demandas de formación.
- La valoración y expectativas de impacto de ambos programas.

Palabras clave: Dispositivos digitales - Políticas educativas - Programas de dotación masiva de TIC - Usos de las TIC

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA Y SIMBÓLICA DEL CONFLICTO EN EL MITO WAYUU

AUTORA

Vivian Rodríguez Uranga

Universidad del Zulia (Venezuela)

vivianuranga@gmail.com

El conflicto ha marcado durante décadas la dinámica cultural del wayuu instituyendo el rito de la negociación como “práctica” en la resolución de conflictos. Esta investigación se propone abordar la construcción de la noción de conflicto en el mito wayuu “Ala’Ala y Juyá” desde la encrucijada de dos aproximaciones teórico-metodológicas: la antropolingüística, el análisis del discurso desde el modelo semántico pragmático (MOLERO, 1985-2003) y la antropología de lo simbólico, desde El Método de Edgar Morin (1998-2003) y las nociones de lo simbólico de Dan Sperber (1988), Paul Ricoeur (1975-2006), Gilbert Durand (1968-1999) como fundamentos de nuestro aporte: un “Modelo Sistémico para el Análisis Simbólico del Mito”.

Se concluye que este modelo sistémico propuesto amplia y enriquece la perspectiva antropolingüística y antroposimbólica; y que el mito como un bucle generativo productor de metalenguajes y de conocimientos representa en el texto de la cultura, la posibilidad; desde sus enseñanzas, de manejar los conflictos y mantener el equilibrio social.

Palabras clave: Mito wayuu - Discurso mítico – Discurso y conflicto – Simbolismo y discurso – Análisis del discurso

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN ‘*EL ALA OESTE DE LA CASA BLANCA*’ Y ‘*HOUSE OF CARDS*’

AUTORA

Yolanda Rodríguez Vidales

Consultora en comunicación (España)

yolandahoo@yahoo.es

Reflexionar sobre la relación entre la ficción y la política es cada vez más ineludible para entender cómo los sistemas democráticos evolucionan hacia la espectacularización total de la realidad. La ficción norteamericana tiene un peso específico en la cultura global. Por eso, los investigadores hemos de tener en cuenta esa ficción para valorar cómo se han ido construyendo los modelos de actuación de los políticos. Analizar la fusión de ambos elementos puede proporcionar claves sobre el funcionamiento de la política y su evolución, tal y como la ficción ha venido reflejando.

¿Es posible aprender política a través de las series de televisión? La respuesta es afirmativa. Las series de televisión reflejan los cambios que la política ha ido operando a lo largo de su historia. Las series tienen un gran poder de seducción sobre los políticos y sobre los votantes a través de sus tramas, sus mensajes y sus personajes, ya que estos se mantienen en nuestra retina a través de distintos episodios y temporadas. Narran mensajes y argumentos concretos, que se asemejan o imitan la realidad que representan.

Las series de televisión tienen la capacidad de moldear nuestros gustos, opiniones y comportamientos, etc., la mayoría de las veces sin que nos demos cuenta y, en muchos otros casos, sin sospecharlo siquiera. Nos presentan la política de una forma más cercana y con un lenguaje mucho más accesible. Sus tramas pueden llegar a ser premonitorias de desarrollos políticos y sociales porque ilustran conceptos que aún no han encontrado un correlato empírico en las ciencias sociales.

Mi objetivo en este artículo es analizar cómo ha evolucionado la imagen de la política a través de dos grandes series. Por un lado, *El ala oeste de la Casa Blanca* (1999-2006) con una estrategia política basada en el idealismo y, por otro lado, *House of Cards* (2012-...), que consolida toda su estrategia política en una ambición ilimitada, donde el idealismo es una simple fachada y la traición y la deslealtad las armas con las que validar su actuación.

En una época de gran convulsión política, de escepticismo y de saturación como la actual, cabe aprovechar la ficción como plataforma para entender la política. Los políticos lo saben: en ellas se representan determinadas intrigas, historias o acontecimientos de la realidad que marcan tendencias. Además, la representación de los roles ficticios sirve para que los votantes conozcan mejor la maquinaria del poder, sus estrategias, su forma de ser. Por ello, la ficción constituye una buena herramienta para comprender la política.

Palabras-clave: Política - Comunicación política - Ficción - Poder

LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO VENEZOLANO

AUTORES

Manuel Luis Rojas Fuenmayor y Jennifer Liseth Quintero Medina

Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela)

manro28@gmail.com y jenniferlisethq@hotmail.com

La incorporación de la TIC en la sociedad ha traído consigo cambio significativo en todos los ámbitos de la sociedad, transformando paradigmáticamente como “la sociedad de la información”, siendo el internet el medio de comunicación que está actualmente conectando a gran parte de la población mundial, en numerosos países, es por ello cada vez más de forma creciente empiezan la interacción de los ciudadanos por el ciberespacio a través del uso de lo que se conocen como Redes Sociales, las cuales hoy en día constituye un entorno virtual que permite tener a la ciudadana al tanto de las noticias más relevantes, así como también la obtención y transacciones de bienes y servicios, e algunos casos como un medio educativo, recreativo, para compartir entre las partes que participan activamente en las mismas, teniendo diversas opciones según las necesidades de las personas que conviven entorno a estas comunidades virtuales. Este fenómeno de las redes sociales ha crecido paulatinamente durante los últimos años, constituyéndose en una herramienta indispensable de comunicación a todos los niveles, tanto en la esfera pública como la privada. Actualmente, se consolidó a través de la plataforma Web 2.0 como uno de los medios de comunicación más utilizados en este mundo globalizado.

Ahora bien, de acuerdo al contexto antes indicado, y aunado a la tendencia de la participación ciudadana como parte del modelo de Democracia participativa imperante, se puede señalar que estas redes sociales constituyen en un mecanismo que permitirá consolidar el sistema de participación de las comunidades con la Administración pública, y de estas entre sí. Es importante destacar, que en Latinoamérica se evidencia uno de los más altos porcentaje en el uso de las redes en todo el mundo. Así mismo, el éxito que ha tenido esas redes sociales en países como que ya ha aplicado con éxito en Estados Unidos, Inglaterra y Japón; en el caso de Venezuela, se ha destacado como uno de los países latinoamericanos con más presencia y uso de redes sociales.

Por ello, la presente investigación aborda el alcance de la implementación de estas redes sociales como estrategias de comunicación en el ámbito sociopolítico venezolano. Metodológicamente, el estudio está enmarcado en el Paradigma de la Postmodernidad, bajo un enfoque cualitativo, aplicando métodos y técnicas de revisión documental. De los resultados obtenidos se puede evidenciar que el uso de estas redes sociales en sistema venezolano permite establecer un escenario propicio para la transición hacia un infogobierno, debido a la avasallante proyección que han tenido las mismas, donde se consideraría a estas como comunidades de participación comunitaria, por lo que se podrían constituir en una herramienta de integración e interacción entre los ciudadanos y la Administración pública, garantizando con ello lo retroalimentación necesaria para garantizar el modelo democracia participativa, consolidando el acercamiento del Estado a los ciudadanos; teniendo a los recursos tecnológicos como los intermediarios entre el gobierno y las comunidades hacia una gestión gubernamental unificada, constituyéndose como una estrategia comunicacional para la participación ciudadana y contraloría social en el sistema sociopolítico venezolano.

Palabras clave: Redes Sociales – Estrategia- Comunicación - Contexto- Sociopolítico

ARTE Y ECOLOGÍA EN EL ÁMBITO VALENCIANO: EL ESPACIO DE ARTE MEDIOAMBIENTAL “BIODIVERS CARRÍCOLA”

AUTORA

María Eugenia Rojo Mas
Universitat de València (España)
M.Eugenia.Rojo@uv.es

Las relaciones entre arte y ecología en la Comunidad Valenciana suponen un campo de investigación aún por cultivar. Recientemente, han surgido en la región asociaciones de artistas y ciudadanos, así como instituciones que desarrollan y fomentan esta línea creativa. Sin embargo, no se ha acometido un estudio pormenorizado sobre el estado actual del arte medioambiental en dicha región. El estudio más completo tiene por autora a Carmen Gracia Beneyto (“Una actitud reverencial: Arte-naturaleza en la Comunidad Valenciana desde la transición a la actualidad”. En: R. de la CALLE [coor.], *Los últimos 30 años del arte valenciano contemporáneo II*. Valencia: Real Academia de Bellas Artes de San Carlos, 2013, p. 221-251) en el que esboza la labor de un número considerable de ecoartistas. Dicha contribución se complementa con las tempranas indagaciones de Juan Ángel Blasco, José L.; Albelda, Carlos D. Marco (*El pulso de la tierra: arte y ecología*. Valencia: Palau de la Música i Congressos de Valencia, 1993) y José Luis Pérez Pont (*Arte y Medio Ambiente*. Valencia: Asociación Universitaria Jurídico Ecológica, 1996). Descollan, asimismo, las publicaciones del Centro de Investigación Arte y Entorno, y del Laboratorio de Creaciones Intermedia, acerca de las intervenciones que promueven el estudio del contexto natural y social y las relaciones autor-receptor y arte-medioambiente.

Permanece inexplorada la actividad y el papel de instituciones y asociaciones de artistas medioambientales dentro del ámbito valenciano. Con la finalidad de aportar conocimiento en este contexto, el presente trabajo de investigación se afana en el análisis del espacio de arte medioambiental “Biodivers Carrícola”, una iniciativa que parte del Ayuntamiento de una pequeña población situada en la comarca del Valle de Albaida, en la Provincia de Valencia. En el mismo convergen arte y entorno natural a través de dos convocatorias celebradas en 2010 y 2015 para la formación de una ruta turística marcada por las intervenciones artísticas instaladas en el poblado y en su entorno natural más próximo. Esta alternativa al museo y a la enseñanza se suma a una serie de políticas medioambientales que, de modo sistemático, se han ido adoptando desde los años 80 en el municipio. Opera como reclamo para el agroturismo y como herramienta para la puesta en valor del patrimonio natural, histórico e inmaterial. De ahí que el proyecto cuente con un gran potencial que añade valor a la comunidad local, como es el factor cultural y repercusión económica en el ámbito comarcal.

La presente investigación analiza las intervenciones artísticas a partir de tres ejes fundamentales. El primero se ocupa de los conceptos arte público y territorio dentro del contexto nacional. El segundo, recoge las teorías de la estética medioambiental para traducir el lenguaje plástico de las piezas. Finalmente, los postulados de la ecología política revelarán el papel de instituciones locales y Universidad como motor de impulso del arte dirigido al fomento de la conciencia ecológica y a la instauración de modelos sostenibles de gestión del patrimonio cultural, social, histórico y, particularmente, natural.

Palabras clave: Arte medioambiental – Comunidad Valenciana – Arte público – Estética medioambiental – Ecología política

LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL DE PERSONAS MAYORES A TRAVÉS DE LA MÚSICA EN LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTOR

Gonzalo Roldán Herencia
Universidad de Jaén (España)
groldanuja@gmail.com

El Seminario de Música del Aula Permanente de Formación Abierta de la Universidad de Granada ha incorporado el trabajo con un blog digital para fomentar la alfabetización digital del alumnado mayor que cursa este programa formativo. Este programa está dirigido a alumnado entre 55 y 99 años, cuyo perfil medio es de usuario limitado de las tecnologías de la información y la comunicación (TT.II.CC.).

Para fomentar la alfabetización digital en este sector de la sociedad se ha diseñado un blog digital concebido no sólo como una herramienta de consulta, sino también de exploración, a partir de la cual se puede tanto revisar el contenido de las sesiones de trabajo presencial como ampliar conocimientos. El aprendizaje en el uso de portales musicales tales como Youtube o Spotify ha abierto un nuevo universo virtual al alumnado, que en las encuestas se declara amante de la música, y por tanto encuentra en estos buscadores un amplio abanico de opciones de búsqueda.

Para valorar la recepción y eficiencia del blog digital con el que se ha trabajado, se ha realizado un análisis estadístico a través de un estudio basado en 120 alumnos del “Seminario de Música”, que han recibido información y formación en el uso del blog digital de la asignatura. Se les ha pasado una encuesta de valoración tanto al comienzo de la asignatura (antes de trabajar con las herramientas digitales descritas) como al final de la misma (una vez desarrollado el proceso de alfabetización digital).

Los resultados de la encuesta revelan un alto porcentaje de alumnado, en torno al 90 %, que se ha sentido atraído por el blog digital. De dicho porcentaje, cerca de la mitad declaró no haber utilizado nunca antes este tipo de herramientas de consulta. Entre los elementos más valorados del blog se encuentran los siguientes:

- Posibilidad de volver a consultar la información suministrada durante las sesiones presenciales de trabajo.
- Poder comunicarse online con sus compañeros y con el profesorado a través del blog, bien para ofrecer su opinión, bien para resolver dudas.
- Fácil acceso a buscadores tales como Youtube o Spotify, con los que un 45 % del alumnado no había trabajado con anterioridad.
- Crecimiento del interés por las TT.II.CC.
- Satisfacción por sentirse hábiles y ganar confianza en el uso de un medio digital.
- Analizar la importancia que se le da hoy en día al uso de herramientas digitales para integrarse en la sociedad tecnológica.

Preguntados por sus intenciones de trabajar en el futuro con este tipo de herramientas, el 100% de los encuestados que hay utilizado el blog repetirían la experiencia, y desearían que se integrasen en otras asignaturas que reciben dentro del programa.

Palabras clave: Educación de mayores - Alfabetización digital - Música - *Blog* - Youtube - Spotify

VIOLENCIA MACHISTA Y TELEVISIÓN: UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS DE INFORMATIVOS SOBRE EL 016

AUTORES

Max Römer Pieretti y Susana Moreno Pachón
Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)
mwalter@ucjc.edu y smoreno@ucjc.edu

El asesinato de una mujer a manos de su pareja en diciembre de 1997 puso, por primera vez en la historia de España, voz y rostro a la violencia machista que hasta entonces había estado encerrada en el ámbito privado. La práctica periodística y la conciencia colectiva empujaron a las instituciones a asumir este problema como una prioridad de sus agendas políticas. Desde entonces, mucho se ha avanzado en materia legislativa y social, lográndose una ley pionera en el mundo y aplicándose numerosas medidas de prevención de la violencia y protección a la víctima. Pero, en la actualidad, la sociedad empieza a asumir cada muerte como “una más” por lo que se hace necesario reflexionar desde los medios de comunicación y sobre todo desde la televisión —como principal altavoz de este tipo de noticias— sobre la idoneidad de los recursos utilizados para informar sobre violencia machista.

La ponencia diserta sobre la necesidad de estudiar la información de la violencia machista reflejada en los medios de comunicación y de cómo estos últimos tratan a este tipo de información. En ese sentido, se propone como hipótesis de partida que si los medios de comunicación reflejan inadecuadamente la información sobre actos de violencia machista como un fenómeno consuetudinario, entonces los telespectadores dejarán de estar sensibilizados ante la problemática.

Se cree, igualmente, que todo este fenómeno social (que incluye a los medios) pasa por una reflexión ética, la búsqueda de sensibilizar a la sociedad y, sobre todo, poner en evidencia que los protocolos de actuación policial existen y son capaces de actuar para prevenir crímenes producto de estas situaciones violentas.

Pero para que exista una verdadera efectividad policial y judicial los medios de comunicación han de actuar como verdadero servicio público, brindando a las víctimas la información necesaria para que puedan poner freno a la violencia que padecen.

Una de esas herramientas de servicio público es el teléfono contra el maltrato 016, que debería aparecer sobrepresionado en todas aquellas noticias que tengan relación con la violencia hacia las mujeres. Así lo acordaron los responsables de las televisiones públicas y privadas, los colectivos de ayuda a la mujer maltratada y responsables de las unidades contra violencia de género, durante una reunión mantenida en el año 2007 con la entonces Vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega. Un acuerdo principal fue el de incluir el teléfono 016 en todas las informaciones relacionadas con el maltrato a la mujer. Sin embargo, han pasado ocho años y dicha premisa no se cumple en el cien por ciento de las noticias. Nos proponemos reflexionar sobre las causas de esta ausencia y las consecuencias que genera en la percepción que la sociedad actual tiene de esta lacra.

Palabras clave: Violencia machista – Televisión – Teléfono de denuncia 016 – Responsabilidad social de los medios de comunicación – Ética Periodística – Sensibilidad social

LA ENSEÑANZA DE LAS TIC EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS WAYUU: INNOVACIÓN EDUCATIVA O RUPTURA DE TRADICIONES ANCESTRALES

AUTORAS

Lilia Cristina Romero Hurtado y Doris Colina de Andrade

Universidad Rafael Belloso Chacín (Venezuela)

gabiemerson@hotmail.com y dmcolina@urbe.edu.ve

La presente investigación tiene como propósito fundamental reflexionar sobre la importancia del uso de las Tecnologías de información y comunicación TIC'S en las comunidades indígenas wayuu, desde una perspectiva intercultural e innovadora asumiendo la presencia de estas herramientas como facilitadoras y orientadoras del quehacer de todos los seres humanos, que posibilite reafirmar la identidad cultural, afianzar las tradiciones culturales, generar seres humanos con capacidades críticas, y dispuestos a mirar hacia el futuro sin desconocer los saberes ancestrales, ello implica orientar el quehacer pedagógico a través de la enseñanza de una cultura de las diferencias y el uso crítico de las herramientas en donde el educador juegue un papel fundamental como orientador y dinamizador en el proceso enseñanza, y el educando en su misión de aprender, es decir una verdadera coparticipación de saberes.

Por tanto, la educación es el pilar estructural del desarrollo social de los pueblos, y en consecuencia, la labor docente dentro de las etnias cobra interés sobre todo cuando se trata de formar tomando en consideración los avances tecnológicos. Aun cuando los wayuu o guajiros como grupos étnicos siguen un modelo de poblamiento disperso y mantienen todavía sus signos de identidad, en especial el idioma y sus ancestrales valores culturales. No obstante, la situación es distinta en el caso de los indígenas que emigran a las grandes ciudades, donde difícilmente consiguen adaptar sus formas de vida al ritmo urbano. De allí la importancia de estudiar esta etnia en la Guajira colombiana, por cuanto en su formación y transformación en los cambios sociales se hace necesario el empleo de tecnologías de comunicación e información vanguardistas, que coadyuven al desarrollo de estas personas de manera adecuada con los cambios socioculturales que involucran la formación o educación formal. No se puede olvidar que la tecnología y la informática han avanzado si se quiere a pasos agigantados, por ende nadie debe quedarse rezagado con respecto a estas herramientas tecnológicas, aun cuando se pueda presentar resistencia a los cambios, es necesario seguir adelante. En ese sentido, es necesario precisar el rol del educador como facilitador de los aprendizajes, aunado al hecho de trabajar la interculturalidad respetando las costumbres étnicas de los sujetos participantes de este trabajo, procurando involucrar en los avances tecnológicos a estas individualidades, para que éstos a su vez repliquen los conocimientos adquiridos en todos aquellos interesados en formarse en esta rama del saber.

El trabajo se apoya para la aproximación teórica en algunos autores entre los cuales se encuentran, Gigli, J. 2005, Martinez, 2001, Paulo Freire, 2001(1972) Giroux 1994, La metodología empleada es la investigación cualitativa bajo el enfoque hermenéutico interpretativo, empleándose como método fundamentalmente la etnográfico, se tomaran como unidades informantes a los docentes que laboran en las escuelas de la raza wayuu en la Guajira colombiana, y los resultados serán expuestos como parte de las conclusiones cooperando de esta manera con el saber científico, en procura de desarrollar en esta población lo que se conoce como la sociedad del conocimiento y la tecnología informatizada.

Palabras Clave: TIC - Pueblos Indígenas Wayuu - Identidad - Innovación educativa

LA RADIO ESCOLAR COMO ESPACIO ALTERNATIVO PARA EL DESARROLLO CURRICULAR DE COMPETENCIAS ARGUMENTATIVAS

AUTORA

Martha C. Romero-Moreno

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

martha.romero17@uac.edu.co

Desde su incorporación en los procesos de desarrollo humano, la educación, entendida en su dimensión de formación integral, ha sido espectadora y protagonista de una serie de cambios positivos especialmente en el proceso de enseñanza aprendizaje; uno de ellos es la inclusión de los medios de comunicación como parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al currículo, no sólo como herramientas didácticas, sino como grandes aliados para el desarrollo de habilidades que privilegien el acceso, análisis y crítica de medios.

En este texto, se pretende mostrar el resultado de un proceso de investigación e intervención que describe las posibilidades que pueden ofrecer los medios de comunicación y específicamente la radio escolar como espacio alternativo para desarrollar competencias argumentativas, las cuales pueden contribuir a un buen desempeño a nivel académico y social del estudiante, al ser partícipe de su propio desarrollo acompañado de la palabra y la acción crítica de su propia realidad.

Verificado con pruebas estandarizadas de estadísticas institucionales y específicas sabemos que una de las dificultades más notorias que los alumnos presentan actualmente hace referencia a las competencias comunicativas, y entre ellas se destaca la poca seguridad para hablar en público y el desarrollo de mensajes argumentativos, siendo un factor común en la comunidad estudiantil que entorpece los procesos comunicativos curriculares y también perjudica el desenvolvimiento de los jóvenes en su vida social. A partir de este problema, se formularon entonces pruebas específicas, se observaron las clases impartidas por los docentes de diferentes áreas y se aplicaron entrevistas a profundidad, determinando así que se requería un mayor estímulo a los estudiantes para que potenciaran en especial su capacidad argumentativa.

Posteriormente se trabajó desde la educomunicación permitiendo así el diseño de estrategias adecuadas para el fortalecimiento de las competencias argumentativas con la interacción estudiante-docente, en un escenario alternativo como fue la radio escolar, siendo determinante en el dominio de la comunicación efectiva: saber escuchar, comprender lo que se dice, ser comprendido, hablar en el momento indicado, actuar de forma oportuna y recursiva.

Palabras clave: Currículo - Competencias argumentativas - Educación básica y media - Educomunicación - Radio escolar

CARACTERÍSTICAS INHERENTES PARA OER'S ACCESIBLES

AUTORES

Audrey Romero Peláez y Juan Carlos Morocho
Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
aeromero2@utpl.edu.ec y jcmorocho@utpl.edu.ec

Las innovaciones tecnológicas han revolucionado la forma de comunicarse, interactuar y compartir información. De igual manera, el movimiento por el acceso abierto, que persigue la difusión libre y gratuita de la información científica, ha aportado de manera significativa, debido a que ha extendido esta filosofía al material educativo.

Existen una gran variedad de recursos educativos sobre diferentes temáticas, que se almacenan en repositorios a los que se puede acceder de forma gratuita por medio de la Web. La accesibilidad es un criterio relevante de la calidad de OER, para el “acceso a todos” al conocimiento. Por esta razón, se han considerado trabajar en las características poder considerar un OER accesible y a la vez cumpla con sus características inherentes de OER (abierto, educativo, objeto/recurso).

A partir del modelo de calidad general de OER del proyecto quality4OER (aún no publicado) se ha identificado las características esenciales para caracterizar un OER accesible, que pueden ser aplicados como un atributo de calidad en los repositorios de recursos educativos abiertos.

Palabras clave: OER – OCW - Recursos educativos abiertos - Calidad - Accesibilidad

EL CINE COMO NUEVA FORMA DOCENTE

AUTORES

Carmen Romero Sánchez-Palencia y Vicente Lozano Díaz

Universidad Francisco de Vitoria (España)

ma.romero@ufv.es y v.lozano@ufv.es

Dado que nuestra sociedad es fundamentalmente audiovisual, se propone el cine como herramienta educativa que ayude a impartir conocimientos y facilite la adquisición de competencias mediante la reflexión y la participación del alumno. Exponiendo el ejemplo práctico de la utilización durante cinco años de la película *Matrix* para analizar la temática del mundo postmoderno en la asignatura de Antropología Filosófica, se realizará a continuación un análisis exhaustivo de la citada película, en el que se comprendan los contenidos fundamentales y las estructuras actuales.

De este modo el aprendizaje pivota sobre el alumno y parte de su propia realidad, la imagen, pero sin renunciar a los contenidos fundamentales que desean transmitirse. *Matrix* es una película de ciencia ficción escrita y dirigida por los hermanos Wachowski en el año 1999, aquí se plantea una realidad virtual en la que la mayor parte de los seres humanos viven como esclavos y tienen como misión principal alimentar a las máquinas que se han apoderado del mundo después de una guerra cruenta. Por otro lado, esa sociedad virtual tiene ciertos paralelismos con el mundo actual en el que el sujeto está disuelto en los procesos sociales de producción y de consumo, e incluso en ocasiones éstos parecen ser más importantes que él.

Palabras clave: Interacción - Libertad - Sincretismo - Reflexión - Cultura

EL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS TECNOLOGÍAS DEL APRENDIZAJE Y LA COMUNICACIÓN (TAC). UNA CONJUNCIÓN NECESARIA EN EL SIGLO XXI

AUTORA

Guadalupe Romero Sánchez
Universidad de Granada (España)
guadalupers@ugr.es

Es un hecho manifiesto que los contenidos patrimonialistas, ya sean de carácter cultural, artístico o natural, están cada vez más presentes en la escuela y particularmente en los últimos cursos de la educación primaria. Los valores que aporta su conocimiento están cada vez más reconocidos por la comunidad académica y su versatilidad para poder utilizarlos a la vez como recursos y como fuente primaria para el tratamiento de los marcos espacio-temporales están ya fuera de toda duda. No obstante, su presencia en la legislación en materia de educación no tiene aún el reflejo que merece y apenas si pueden subrayarse contenidos propios en la LOE o en la LOMCE, aunque en la legislación autonómica de Andalucía sí se contemple como bloque propio. Los itinerarios artísticos y el trabajo didáctico en los monumentos y museos han avanzado mucho en este aspecto y son muy solicitados como salidas extraescolares en los centros, si bien, en el espacio físico del aula, aunque se ha mejorado, aún queda mucho por hacer, pues sin el apoyo de las instituciones y la concienciación de las entidades educativas sobre este aspecto, la enseñanza-aprendizaje del patrimonio casi queda relegado a las voluntades de los maestros. No obstante, sí debemos remarcar la importancia que a nuestro juicio tendría la implantación efectiva del Plan Nacional de Patrimonio y Educación, que consideramos como un gran avance.

Atendiendo al aula, la totalidad de las competencias que figuran en la LOMCE pueden trabajarse desde el patrimonio ayudando a alcanzar los objetivos propios de la etapa y ciclos, además, muchos de los contenidos de bloques temáticos como las Ciencias Sociales pueden abordarse de manera íntegra, siendo transversales en el resto. Hoy día la tecnología ha avanzado significativamente, ayudando al alumnado a adquirir otro tipo de habilidades en una sociedad dominada por las tecnologías de la información y la comunicación, algunas de las cuales han ido perfilándose hasta convertirse en herramientas propias de aprendizaje, haciendo el proceso de enseñanza cada vez más atractivo, lúdico, eficaz y significativo y esta es una realidad a la que no podemos dar la espalda.

En este estudio realizamos un análisis de algunas de estas TAC y de sus posibilidades al servicio y como complemento de contenidos propios del patrimonio cultural en el aula, haciéndolo más comprensible y atractivo para el alumnado. La conjunción entre la tecnología y el conocimiento científico es fundamental en la sociedad del presente y la innovación a la hora de unificarlos una necesidad que irá en beneficio de una mejora en la calidad de la enseñanza y en los resultados del aprendizaje.

Palabras clave: TAC – Patrimonio Cultural – Educación Primaria – Innovación Educativa – Escuela

LAS TEORÍAS IMPLÍCITAS EN EL CONTEXTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORA

Alicia Ros Garrido

Universidad de València (España)

Alicia.Ros@uv.es

Las investigaciones sobre la enseñanza y la función docente se iniciaron con el modelo de caja negra. El abandono del paradigma presagio-producto en los años sesenta y la crítica generalizada al paradigma proceso-producto en la investigación sobre la enseñanza estimuló el auge de modelos mediacionales centrados en el pensamiento del profesorado y en las características del alumnado (Pérez, 1983; Pérez y Gimeno, 1988). El paradigma del pensamiento del profesorado surge como reacción al énfasis en la investigación positivista asociada a la tradición conductista junto a la emergencia del cognitivismo. Esta situación posibilita que a finales de los setenta se iniciara la línea de estudio del pensamiento del profesorado. Se llevan a cabo investigaciones centradas en conocer cuáles son los procesos de razonamiento que ocurren en la mente del profesorado durante su actividad profesional como las recogidas en Marcelo (1988), Villar (1988), Wittrock (1989a, 1989b y 1990), Marcelo (1987), Salinas (1987 y Estebaranz y Sánchez (1992).

El paradigma del pensamiento del profesorado reconoce que el profesorado es capaz de construir teorías según las demandas de la situación y que la síntesis de teorías que construyen dirige sus acciones didácticas. El pensamiento del profesorado constituye la “estructura semántica” (Pérez, 1987, p. 205) del profesorado desde la cual construye y elabora su proyecto de intervención, interpreta las reacciones del alumnado, valora los procesos y evalúa conductas y resultados. En la mayoría de los casos, independientemente de las directrices de las autoridades educativas, lo que el profesorado hace es consecuencia de lo que piensa (Clark y Peterson, 1990; Yinger y Clark, 1988). Se considera que los pensamientos del profesorado guían y orientan su conducta (Shavelson y Stern, 1983).

Nos interesan las investigaciones centradas en las teorías y creencias que el profesorado adquiere, desarrolla y sostiene. Así, la ponencia tiene como objetivo mostrar las características, resultados y conclusiones de algunas investigaciones desarrolladas sobre las teorías implícitas en el contexto de la educación superior. Y, concretamente las investigaciones realizadas bajo el marco de las investigaciones desarrolladas por Marrero (1988) y Rodrigo, Rodríguez y Marrero (1993), tanto del profesorado en activo como del alumnado universitario. Estas investigaciones parten de la diferenciación entre el conocimiento representacional y el conocimiento atribucional. El estudio documental y teórico les permite establecer cinco teorías de enseñanza que, tras las investigaciones realizadas, se constituyen como cinco teorías implícitas.

Los resultados de las investigaciones analizadas apuntan que las teorías implícitas asumidas, por las muestras que han participado en las mismas, tienen cierta estabilidad y también denotan cierta coherencia entre las teorías implícitas y las prácticas. Sorprende que entre el profesorado universitario predomina la teoría activa cuando hubiese sido esperable que primara la teoría emancipatoria.

Palabras clave: Teorías implícitas - Educación superior - Pensamiento del profesorado

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DEL PERIODISMO EN ESPAÑA: CONTENIDOS CURRICULARES Y SU ADAPTACIÓN AL EEES

AUTORA

Gloria Rosique Cedillo

Universidad Carlos III de Madrid (España)

grosique@hum.uc3m.es

Las últimas reformas en materia de educación superior concernientes al Plan Bolonia sumadas a la convulsa situación por la que atraviesa la profesión periodística, abre nuevas interrogantes acerca del futuro de la formación universitaria en Periodismo. La posibilidad de las instituciones de educación superior de reducir los Grados a tres años reaviva la reflexión acerca de la idoneidad de los programas de estudio y de los contenidos curriculares en la formación de los periodistas, y pone sobre la mesa las siguientes cuestiones: ¿Qué contenidos curriculares resultan prioritarios para la enseñanza del periodismo? ¿Cuáles son los contenidos troncales u obligatorios con los que debería contar el alumnado con el fin de garantizar una formación integral y de calidad? ¿Los planes de estudio universitarios de periodismo en España están adaptados a las nuevas exigencias de la profesión periodística? ¿Responden a las directrices del EEES? ¿Cuáles son los perfiles profesionales que demanda el mercado laboral?

Para dar respuesta a estas interrogantes se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica de fuentes secundarias -informes, estudios, encuestas y entrevistas de la mano de sus principales actores: estudiantes, profesorado, instituciones universitarias y gestores educativos, con el objetivo de dilucidar cuáles son los contenidos clave para la actual formación de los periodistas; partiendo de ello este estudio se propone un plan de estudios que comprende las asignaturas y contenidos clave del Grado en Periodismo.

De las técnicas de investigación aplicadas se desprende la necesidad de una mayor especialización en la formación universitaria, una mayor colaboración entre empresa –mundo laboral- y universidad –mundo académico-; así como una mayor formación práctica para el alumnado y medios para llevarla a cabo. La formación del profesorado universitario y la adaptación de la formación universitaria a los cambios que vienen suscitándose en la profesión periodística, son sólo algunas de las claves que permiten dilucidar cuáles son los contenidos curriculares que deberían conformar los actuales programas de estudio de la carrera de Periodismo en consonancia con las directrices del EEES.

Palabras clave: Contenidos curriculares - Formación universitaria - Periodismo - Programas de estudio - Reforma universitaria

***B-LEARNING* EN DOCENCIA UNIVERSITARIA. SITUACION ACTUAL Y RETOS DE FUTURO**

AUTORES

Ana Rosser Limiñana y Raquel Suriá Martínez

Universidad de Alicante (España)

ana.rosser@ua.es y raquel.suria@ua.es

En el marco de la docencia on-line apareció hace algunos años el “*Blended Learning*”, refiriéndose a un tipo de estrategia docente a medio camino entre el modelo tradicional, presencial, y la docencia en línea. Su pretensión era saltar las barreras del primero pero salvando las limitaciones del segundo, propiciando en el alumnado la motivación y recursos tanto para el trabajo autónomo como para el colaborativo.

La aplicación del *B-Learning* ha venido de la mano de la incorporación de las nuevas tecnologías al ámbito universitario con la creación de plataformas que han favorecido entornos virtuales de aprendizaje, mediante herramientas relativas a la comunicación e interacción con y entre el alumnado (chats, debates, tutorías virtuales, etc.), el acceso a contenidos (materiales, sesiones, bibliografías, repositorios, glosarios, enlaces, etc.) y la evaluación (controles, pruebas objetivas, etc.).

Sin embargo, su eficacia va a depender también de que se produzcan cambios en las estrategias y usos de los estudiantes y en que el profesorado interiorice un cambio de rol, asumiendo su papel de tutor virtual, facilitador de esta interacción online entre docentes-discentes y entre los propios discentes, y del acceso a diferentes fuentes de información para el trabajo autónomo.

En este trabajo se analiza el grado de utilización de los diferentes recursos del campus virtual de la universidad por parte del alumnado, su valoración sobre la incorporación de los entornos virtuales de aprendizaje al ámbito universitario y si existen diferencias en función de determinadas variables.

Para ello se analiza la respuesta a un cuestionario de opinión cumplimentado por una muestra de 256 estudiantes universitarios, 59 varones (23%) y 197 mujeres (77%), de entre 19 y 40 años (M=21,8 y DT=3,13), estudiantes de 2º (n=75; 29,3%) y 3º curso de carrera (n=181; 70,7%), todos ellos matriculados en carreras presenciales, pero con incorporación de metodologías *b-learning* en las asignaturas evaluadas.

Los resultados reflejan una valoración positiva por parte de los estudiantes respecto a la incorporación en sus estudios de entornos virtuales de aprendizaje junto a la enseñanza presencial, aunque el sentimiento de autoeficacia en el manejo de estas herramientas es moderado y su uso no está del todo extendido. Se concluye sobre posibles estrategias docentes para la mejora en el uso y manejo de estas herramientas por parte del alumnado.

Palabras clave: Entornos virtuales de aprendizaje – *B-Learning* - Docencia – Estrategias docentes

LA ESCRITURA DE ARTÍCULOS DE REVISIÓN COMO ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA PARA FORTALECER LA COMPETENCIA EN EL MANEJO DE INFORMACIÓN EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTOR

Hugo Alexander Rozo García
Universidad de La Sabana (Colombia)
hugoroga@unisabana.edu.co

Las universidades afrontan dentro de su formación integral un reto relacionado con el avance y los fenómenos causados por la penetración que las tecnologías de la información y comunicación han tenido dentro del modo de vida del ser humano, específicamente en las Sociedades de la Información y el Conocimiento. Sumado a esto varias instituciones a nivel mundial, han realizado un llamado para repensar las prioridades educativas del siglo XXI (UNESCO, 2005; ISTE, 2007 & OECD, 2012). En este sentido Larraz (2012) ha propuesto el desarrollo de la competencia digital para estudiantes universitarios a través de cuatro grandes componentes: Alfabetización informacional, alfabetización tecnológica, alfabetización multimedia y alfabetización comunicativa.

La Universidad de La Sabana, ha venido trabajando desde hace más de dos décadas, en la articulación de las TIC como un elemento principal dentro de la formación integral de los estudiantes, centrándose en una primera etapa en el desarrollo de la competencia en el manejo de información, pero desde el año 2012 propuso el desarrollo de la competencia digital para todos los estudiantes de pregrado de la Universidad. En un primer paso propuso una asignatura denominada competencias básicas digitales, que pretende abordar las cinco dimensiones de la competencia digital (Informacional, Comunicativa, Ciudadanía Digital, Tecnológica y Cognitiva), la cual se desarrolla dentro un momento de apropiación básico, que luego con el apoyo de otras asignaturas y electivas le permiten al estudiante desarrollarse, ser parte y destacarse en la Sociedad del Conocimiento y de la Información.

Esta investigación se desarrolló dentro de una electiva llamada Investigación y TIC más allá de Google, la cual pretende fortalecer la dimensión informacional en un nivel intermedio y avanzado, lógicamente trabajando las otras cuatro dimensiones y en la cual se propone como estrategia de enseñanza la elaboración de un artículo de revisión, simulando una situación del mundo real, donde el estudiante necesita realizar una investigación siguiendo los pasos propuestos por los modelos de búsqueda y recuperación de información dentro de los cuales están el BIG 6, Gavilán, Irving y la propuesta actual que realiza Larraz (2012), para desarrollar la alfabetización informacional. En cada uno de los pasos al estudiante se le entregan herramientas TIC y recursos que le permiten desarrollar cada una de las fases de manera eficiente (Software para mapas mentales, mapas conceptuales, análisis de datos, gestores de referencia, recursos de información, acceso a bases de datos), permitiéndole establecer e identificar una necesidad de información, localizar, evaluar, organizar, sintetizar y transformar la información y producir nuevo conocimiento a través de un artículo de revisión como producto final. Los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en esta investigación fueron cuestionarios y la observación.

Palabras clave: Competencia Digital – Estrategias de enseñanza – Alfabetización informacional – Educación superior – Competencia manejo de información

RELACIÓN ENTRE LAS AUDIENCIAS DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN Y LA ACTIVIDAD DE SU PERFIL EN FACEBOOK

AUTORES

Soledad Ruano López, Rosario Fernández Falero y Indhira Garcés Botacio

Universidad de Extremadura (España)

srualop@alcazaba.unex.es, rferfal@unex.es y indhira@unex.es

La presente ponencia deriva del homónimo proyecto financiado por Gobierno de Extremadura y Fondos Feder.

La ficción, junto con los informativos, es lo que más identifica a una cadena, esto hace que la ficción narrativa, en sus diferentes formatos, constituya *el género estrella* de las programaciones televisivas, pese a sus elevados costes. Las telenovelas, telecomedias, series y largometrajes, convocan grandes audiencias y motivan que los programadores los sitúen en *prime time*.

De entre los géneros que componen la parrilla de cualquier cadena de televisión, sin duda alguna la ficción, en todas sus modalidades, es la que más horas de programación abarca. Las series de ficción es uno de los formatos que mayores condicionamientos estratégicos comportan. Al programador y al equipo ejecutivo de una cadena les interesa encontrar programas que no sólo consigan amortizarse de por sí, sino que también creen unas señas de identidad reconocibles por los espectadores para la emisora. El objetivo es que los televidentes asocien *Cuéntame a TVE...*, *Aquí no hay quien viva* a Antena 3 o *Los Serranos* de Tele 5, sin olvidar *Farmacia de Guardia* con una audiencia media del 48% (Noxvo, 2004) que comenzó a emitirse en septiembre de 1991 y acabó en diciembre de 1995.

El objetivo de este estudio es establecer una relación entre la audiencia de las series de televisión y la actividad de su perfil de Facebook, para ello partimos de estudios anteriores (Tur-Viñes, 2014) que consideran Facebook como un recurso para estimular el *engagement* del espectador y establece que el *community manager* (administrador) planifica estratégicamente las entradas del Facebook. Para realizar este estudio se escogen series de televisión, que se han emitido, en el *prime time* de las cadenas generalistas españolas: La 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, y con gran éxito de audiencias. Para que las series sean lo más homogéneas posible y se pueda realizar un análisis comparativo adecuado, se decide que sean series de reciente emisión y que los perfiles de Facebook sean oficiales y específicos de la serie.

La metodología se basa en el análisis de una serie de parámetros que aparecen en los perfiles de Facebook y nos va a permitir establecer conclusiones válidas. Por ello se definen las siguientes variables de estudio:

1. Proporción de Audiencias por semanas de las series escogidas.
2. Personas a las que les gusta el perfil (Facebook, 2015): para ello se localiza el total de Me gusta (*likes*) del perfil, que muestra el número de personas que han revelado su gusto por la página.
3. Número de publicaciones del *community manager*.
4. *People talking about this* (Vega, 2011): indica el número de personas que han escrito comentarios en el perfil que siguen, de manera que responden a los contenidos (*post*) que incluye el *community manager* y se genera la historia.
5. Nº de seguidores totales. Son los fans de la serie que siguen su perfil de Facebook.

Palabras Clave: Series de televisión – Facebook – Segmentación de públicos en Redes sociales

ESTILOS DE APRENDIZAJE Y ENSEÑANZA DE LA MÚSICA EN ALUMNOS DE PRIMARIA

AUTORAS

Ana María Rubio Arruebo y Reina Castellanos Vega

Universidad de Zaragoza (España)

rvega@unizar.es

Esta investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta que busque dar respuesta a las necesidades de los docentes para fomentar el aprendizaje y la interpretación de obras musicales de manera significativa teniendo en cuenta los estilos de aprendizaje de los alumnos. El trabajo corresponde a un estudio de carácter descriptivo sobre el aprendizaje musical significativo en niños de 8-10 años, para ello, se utilizó el cuestionario CHAEA (Cuestionario Honey Alonso de Estilos de Aprendizaje) y se investigó sobre los estilos de Enseñanza.

Como conclusión, se propone una serie de propuestas y técnicas entre ellas: la técnica Alexander, aprendizaje basado en problemas, el trabajo de música de cámara y otras más, para cada uno de los diferentes estilos de aprendizaje encontrados (reflexivo, activo, teórico, pragmático) que se relacionan con los diferentes estilos de enseñanza (abierto, formal, estructurado, funcional) con el fin de establecer un aprendizaje significativo.

Palabras clave: Estilos de aprendizaje - Estilos de enseñanza - Aprendizaje significativo - Técnicas
- Estrategias

ASPECTOS CONTROVERTIDOS EN TORNO A LA DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS DIARIOS GRATUITOS EN ESPAÑA: EL CASO DE 20 MINUTOS

AUTORA

Ana Virginia Rubio Jordán

Universidad a Distancia de Madrid (España)

anavirginia.rubio@udima.es

Los diarios gratuitos de información general aparecieron en el mercado de la prensa española hace más de una década con el lanzamiento de *20 minutos*, quien ha logrado consolidar durante todo este tiempo su presencia cada mañana en las principales ciudades del país gracias a su innovador modo de distribución, consistente en el reparto de ejemplares de manera gratuita en los principales puntos de acceso de los medios de transporte urbano, como el autobús, el metro o los trenes de cercanías.

La penetración de esta clase de prensa hace ya quince años en los hogares españoles dio lugar a dos planteamientos por parte de los propietarios de la prensa de pago: por un lado, aquel que consideraba a los gratuitos como una grave amenaza para la prensa tradicional y que, por lo tanto, acarrearía una pérdida considerable de lectores dado que por primera vez los ciudadanos tendrían acceso a las noticias en papel sin coste alguno; y por otro, aquel en el cual a los periódicos de pago tendrían acceso nuevos lectores que, si bien antes no eran consumidores de prensa, ahora sí lo serían como consecuencia de la previa adquisición del hábito de lectura creado por los gratuitos.

Ante este nuevo panorama del mercado de la prensa escrita española, no resulta extraño que los editores de los diarios de pago advirtiesen de que los gratuitos eran medios distintos y no comparables, tanto en contenido como en forma, y solicitasen una regulación en la distribución de ejemplares, para que no interfiera en la actividad de los puntos de venta tradicionales. A esto hay que añadir cómo el sector de la prensa escrita ha sido siempre uno de los más castigados por las crisis económicas existentes y, especialmente, por la que aún padecemos en la actualidad, debido sobre todo al descenso de la inversión publicitaria.

Coincidiendo con el decimoquinto aniversario del medio, esta comunicación analiza y profundiza en los aspectos controvertidos surgidos con el nacimiento de la prensa gratuita española en torno a sus modos de distribución de ejemplares, que no fue otra cosa que un innovador sistema de reparto en los principales puntos de acceso a los medios de transporte urbano, y se realiza una comparativa con la distribución realizada por otros gratuitos impresos que surgieron con posterioridad, como el diario *Qué!* o el desaparecido *ADN*.

Efectivamente, los sistemas de difusión y de distribución, junto al objetivo de mejorar, diariamente, el reparto del periódico, han sido la piedra angular de la estrategia empresarial de los diarios gratuitos españoles. El éxito de esta clase de prensa dependía por completo de la calidad y la rapidez de estos dos sistemas. La calidad en la distribución consistía, principalmente, en asegurar que el medio millón de ejemplares que se ponían cada día en la calle llegaban hasta las manos de los lectores.

Palabras clave: Prensa gratuita – Periodismo impreso – Difusión prensa – Distribución prensa

MODELO PEDAGÓGICO EN EDUCACIÓN A DISTANCIA. ACCIONES INSTITUCIONALES PARA SU IMPLEMENTACIÓN

AUTORES

Inidia Rubio Vargas y Juan Abreu Payrol

Instituto de Farmacia y Alimentos de la Universidad de la Habana (Cuba)

irubio122@yahoo.com.br y jabreu@ifal.uh.cu

La experiencia que se presenta en este trabajo se sustenta teórica y metodológicamente en las concepciones pedagógicas del ámbito universitario actual, esta se orienta a incorporar modelos de formación que se correspondan con las necesidades y posibilidades reales del Instituto de Farmacia y Alimentos de la Universidad de La Habana, se hace una propuesta de acciones institucionales para diseñar e implementar cursos por la modalidad de Educación a Distancia, que realmente sea garante de la calidad y pertinencia del proceso de enseñanza aprendizaje, en tal sentido se organizan las etapas para la implementación del modelo considerando los niveles actuales de desarrollo institucional y los objetivos estratégicos identificados por la alta dirección del instituto.

En el modelo se organizan acciones institucionales en los ejes siguientes:

1. Preparación de los docentes y directivos para el uso de las plataformas de comunicación y la generación e implementación de modelos pedagógicos semi presenciales y a distancia atendiendo a las particularidades de los procesos formativos de pregrado y postgrado.
2. Implementación de experiencias en los cursos presenciales, donde se validen diferentes recursos de aprendizaje, sobre todo en la orientación y control del trabajo independiente de los estudiantes utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones, en la aplicación del proceso evaluativo con herramientas informáticas que faciliten la evaluación, auto evaluación y hetero evaluación, el diagnóstico, el aprendizaje por problemas, el aprendizaje por descubrimiento y otros métodos que se orientan al uso de un estilo investigativo en los métodos de estudio.
3. Ajuste de los recursos educativos en la enseñanza frontal, tránsito paulatino del modelo presencial al modelo de educación a distancia o coexistencia de ambos en correspondencia con los niveles de desarrollo que se alcancen por carreras, programas de formación posgraduada.
4. Implementación, evaluación y seguimiento de Modelos de Educación a Distancia en correspondencia con las estrategias institucionales.

En todas las etapas es base el desarrollo de las plataformas de almacenamiento, comunicación y compartición de recursos educativos, de las experiencias que se desarrollan en los diferentes ámbitos educativos de la institución, de los métodos de validación y evaluación de la calidad del proceso formativo, es relevante las acciones que se organizan para propiciar el desarrollo evolutivo de los sistemas de medios de las asignaturas y disciplinas, considerando las condiciones tecnológicas reales de la institución, los niveles de desarrollo que van alcanzando los profesores y los objetivos y concepciones de los planes y programas de formación de pregrado y postgrado.

Palabras claves: Educación a distancia - Gestión institucional - Modelo pedagógico

UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO “*HALAL*” EN NUESTRO TIEMPO. LECTURAS DESDE LA BIOÉTICA Y EL DIÁLOGO INTERCULTURAL

AUTORA

Encarnación Ruiz Callejón

U. de Granada (España)

ruizencarnacion@ugr.es

Esta comunicación tiene como objetivo general contribuir al debate académico sobre el concepto de lo *halal*.

Hasta ahora, la inmensa mayoría de los debates públicos sobre el mundo árabo-islámico han venido centrándose en temas muy concretos y han estado muy focalizados. Sin embargo, hoy está cobrando protagonismo en Occidente el interés por el concepto “halal”. El concepto, que indica lo permitido para el musulmán, evidentemente no es en absoluto nuevo. De hecho, es un vector central, por no decir básico y fundamental, en la vida y sobre todo en la identidad del musulmán. No se entiende además sin su contrapartida: lo que está prohibido (*haram*). Pero con ambas caracterizaciones decimos en realidad aún poco, especialmente si queremos contextualizar ambos conceptos en el mundo de hoy.

Necesitamos explicitar –incluso en el ámbito islámico– qué sea lo permitido, de qué presupuestos se parte y a qué ámbitos de aplicación nos estamos refiriendo. Por otra parte, el concepto *halal* solemos entenderlo en el ámbito occidental asociado a la existencia de ciertas prescripciones alimentarias y a modos específicos del sacrificio de animales para el consumo humano propias de una comunidad religiosa concreta. Y es precisamente en relación a esta cuestión alimentaria por lo que el término *halal* está generando un gran interés en el mundo occidental, en concreto por las posibilidades de mercado y de innovación que supone un mundo de más de 1.500 millones de clientes y además en aumento, según las previsiones.

El objetivo de este trabajo es contribuir a la clarificación del concepto *halal* para dilucidar sus ámbitos de aplicación y sus implicaciones más importantes. Por ejemplo: si se reduce a un perfil religioso o identitario; si tiene solo un componente ritual; si sus ámbitos de aplicación son compatibles entre sí; si es un indicador de islamización; si es un ejemplo de la existencia de sociedades cada vez más complejas y plurales y, en ese sentido, tiene que ser integrado en relación al respeto y a la gestión de la diversidad; si apunta a valores transculturales, a ideales como la salud, la seguridad y el bienestar; si se trata de un estilo más de vida relacionado además con principios y problemas fundamentales de la bioética del siglo XXI.

Desde el punto de vista metodológico, el enfoque utilizado es el del análisis crítico y reflexivo de la literatura específica al respecto con el objeto de llevar a cabo una aproximación al concepto en nuestro tiempo. Para ello, he dividido la intervención en tres bloques: el primero pretende caracterizar el concepto *halal* y abordar los distintos ámbitos de aplicación y sus implicaciones; en el segundo, abordo desde la reflexión de la bioética algunas de sus problemáticas y, finalmente, los retos pendientes.

Palabras clave: *Halal* – *Haram* – Islam globalizado – Bioética – Diálogo entre culturas

LOS PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN QUE TRABAJAN CON PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN CÓRDOBA. ATENCIÓN ESCOLAR A LA DIVERSIDAD Y SÍNDROME DEL QUEMADO POR EL TRABAJO

AUTORA

Inmaculada Ruíz Calzado
Universidad de Córdoba (España)
m62rucai@uco.es

Esta investigación pretende analizar la situación actual de los profesionales de la educación que trabajan con personas con discapacidad en Córdoba (España), atendiendo al nivel de Síndrome de Quemado por el Trabajo (SQT), un síndrome objeto de numerosas investigaciones hoy en día por su elevado impacto en los profesionales de la educación, y avivado principalmente por las elevadas exigencias de formación tanto fuera como dentro del horario laboral. A esto hay que añadir la distinción entre los profesionales especialistas en Educación Especial y los profesionales que no son especialistas en esta materia, dentro del estudio.

Tras una exhaustiva revisión de la literatura científica dentro del contexto nacional e internacional, el objetivo fundamental es conocer el estado actual de los profesionales de la educación que atienden a personas con discapacidad dentro de su ámbito laboral. Para la consecución de esta tarea, en la metodología se va a realizar un estudio de prevalencia, descriptivo y transversal. El instrumento utilizado es un cuestionario formado por varias escalas, de las que se va a extraer información concretamente de la escala sociodemográfica y del MBI, debido a su especificidad sobre el tema. Posteriormente, se van a analizar los datos obtenidos y se analizarán los resultados mediante estadística descriptiva e inferencial a través de pruebas como Pearson, T-Student, Levene, Anova de un factor y comparaciones múltiples Post Hoc (Bonferroni).

Estos resultados revelarán las relaciones existentes entre el SQT y las distintas variables de estudio en función de si los profesionales son especialistas o no en la materia. Esto permite aportar nuevos conocimientos que faciliten la identificación de los problemas con los que se encuentran dentro del aula para atender a la diversidad del alumnado y facilitar futuras propuestas de mejora.

Palabras clave: Atención a la Diversidad – Discapacidad – Educación – Síndrome de Quemado – Profesionales

PREVENCIÓN, PROMOCIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE PROXIMIDAD MUNICIPALES

AUTORES

Mónica Ruiz Franco, Víctor Abella García y Raquel de la Fuente Anuncibay

Universidad de Burgos (España)

mrf0028@alu.ubu.es, vabella@ubu.es y raquelfa@ubu.es

Los Servicios Sociales básicos de Castilla y León cuentan, entre sus funciones, con el desarrollo de servicios y programas de prevención, promoción e inclusión social. Dentro de estos, se integra el Servicio de Animación y Desarrollo Comunitario. Las acciones que se llevan a cabo, responden a actuaciones de prevención primaria (inespecífica) como programas de promoción personal y social dirigidas a toda la población. Del mismo modo, también se desarrollan estrategias de prevención secundaria (específica) para reducir factores de riesgo y potenciar la protección social de sectores específicos de población.

Encontramos como desde el Ayuntamiento de Burgos, se articulan diversos servicios y programas dentro del marco de la prevención social, como por ejemplo, el Programa de Infancia. La función principal de dicho Programa, es contribuir al desarrollo y socialización de los niños y niñas, a través de la educación no formal en un ambiente flexible, contextualizado, participativo, interdisciplinar y multinivel. Las actuaciones están dirigidas a toda la población infantil entre 3 y 17 años, priorizando la entrada a menores que se encuentren en situación de desventaja social, o hayan sido derivados desde algún servicio social específico. El Programa General de Infancia, se lleva a cabo en siete Centros Cívicos y un Centro de Acción Social, los cuales componen la Red de Equipamientos de Proximidad municipales. Se temporaliza en dos momentos diferenciados: curso escolar (octubre-enero; febrero-mayo) y periodos vacacionales. Igualmente, los contenidos, varían según las realidades y momentos de las Zonas de Acción Social (ZAS), manteniendo sin embargo, directrices coordinadas de actuación entre todos los centros.

Las primeras iniciativas de animación comunitaria orquestadas desde algunas de las estructuras municipales, comenzaron a mediados de los años ochenta, y se fueron asentando tras la aprobación de la Ley de Acción Social y Servicios Sociales de Castilla y León en 1988. Treinta años después, estos programas gestionados a través de licitaciones, han avanzado y experimentado grandes cambios, tratando de cubrir las nuevas necesidades sociales emergentes. El objetivo de este trabajo, se centra en analizar el desarrollo de la animación comunitaria en el municipio de Burgos, especialmente el Programa de Infancia. Para ello, y a través de un análisis descriptivo basado en la compilación y estudio de datos obtenidos de fuentes documentales municipales, entrevistas personalizadas y bases de datos, se ha dibujado la evolución de la animación comunitaria en el colectivo de infancia desde el prisma de los servicios sociales de base.

En conclusión, los Programas de Infancia son un pilar fundamental del área de animación comunitaria, consolidándose como un recurso socioeducativo de prevención inespecífica, que completa la educación formal. La detección de necesidades y estrategias de actuación y prevención llevadas a cabo en estos programas, posibilita crear espacios de aprendizaje y socialización para la diversidad de los usuarios. Sin embargo, se comienza a cuestionar hasta qué punto los programas de animación comunitaria en general, se aproximan a actuaciones de inclusión social o a una oferta de servicios de ocio y tiempo libre.

Palabras clave: Servicios Sociales – Prevención – Infancia – Animación comunitaria

EL SEMINARIO REPENSAR LAS MATEMÁTICAS: DIÁLOGOS ENTRE LA INVESTIGACIÓN Y LA DOCENCIA

AUTORAS

Blanca Rosa Ruiz Hernández y Liliana Suárez Téllez

Tecnológico de Monterrey e Instituto Politécnico Nacional (México)

bruiz@itesm.mx y lsuarez@ipn.mx

Desde finales de la década de los 80 diversas investigaciones han dado cuenta del conocimiento profesional que debe tener un profesor de matemáticas. Sin embargo, poco énfasis se ha puesto en la forma de acercar al profesor a una de las fuentes principales del conocimiento profesional que es la investigación educativa. No obstante, en la conciencia colectiva sí existe una preocupación por que los docentes comprendan y usen los resultados de investigación que han surgido en educación y en las didácticas específicas. En diversas investigaciones se ha planteado la existencia de dos propósitos de la investigación en educación matemática igual de importantes, uno puro (ciencia básica) y otro aplicado (ingeniería). En ellas se rescata no sólo la necesidad de sustentar la práctica en resultados teóricos sino también la dualidad necesaria para establecer una sinergia entre los dos tipos de actividad, puesto que la utilidad motiva (o debe hacerlo) el trabajo en investigación.

Sin embargo, aun cuando, de manera general, existe consenso en cuanto al reto que representa esta vinculación, no lo hay en cómo podría llevarse a cabo. El acercamiento que se ha intentado a través de congresos y conferencias en las que el docente participa como escucha y el investigador como conferencista, no han funcionado de manera apropiada. Dentro de los programas de formación y actualización docente tampoco hay un acuerdo sobre el tipo de actividades que favorecerían una convergencia de ambos saberes. Así mismo, mientras muchos investigadores en educación coinciden que debe haber un sano distanciamiento (y clara distinción) entre ambos quehaceres, existen otros investigadores que defienden la postura de un profesor que investigue. Sin embargo, en su mayoría sí hay coincidencia en la necesidad de crear y consolidar colectivos que permitan la interlocución y la cooperación entre colegas e investigadores de distintas instituciones.

De manera ideal, se ha potenciado la formación de redes de intercambio con apoyo de herramientas tecnológicas, pero ante la dificultad que representa el manejo de este tipo de herramientas para muchos profesores de nuestro país (México), así como la necesidad palpable de generar núcleos que trabajen y se comuniquen dentro de una misma institución, se propone una metodología mixta que combine las ventajas de las comunidades virtuales con el trabajo e intercambio presencial.

Así, nuestra intención en este trabajo es analizar el Seminario Repensar las Matemáticas como un modelo de creación de redes para fortalecer la vinculación y comunicación entre la investigación y la docencia a través de la creación de un espacio que propicie la reflexión y la discusión informadas sobre la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas. También ejemplificaremos brevemente su desarrollo a través de la descripción de una de sus sesiones de trabajo. Esto último nos permitirá abordar de manera práctica algunas de sus limitaciones que hemos detectado.

Palabras clave: Comunicación docente investigador – Actualización docente – Matemática educativa

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS. EXPERIENCIAS EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

AUTORAS

María Jesús Ruiz Muñoz e Isabel Ruiz Mora

Universidad de Málaga (España)

mariajesus@uma.es y isabelruiz@uma.es

El trabajo presentado constituye un resultado del proyecto de innovación educativa “PIE13-184: Aprendizaje colaborativo como estrategia de innovación docente”, financiado por el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado de la Universidad de Málaga.

El principal objetivo de propuesta consiste en analizar cómo han repercutido las más recientes transformaciones experimentadas en el ecosistema comunicativo en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y, asimismo, se plantea una reflexión acerca de las metodologías de trabajo para fomentar en el alumnado la adquisición de competencias profesionales a través del aprendizaje colaborativo dentro del nuevo panorama social, comunicativo y educativo.

La metodología empleada para la consecución de los objetivos descritos se basa en la realización de un exhaustivo análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) centrado en las especificidades del contexto social, profesional y pedagógico en España a raíz de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y en la reflexión en torno a las prácticas docentes llevadas a cabo en el marco de las asignaturas Creatividad Publicitaria y Trabajo de Fin de Grado (TFG) del Grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

En las mencionadas asignaturas se ha hecho hincapié en la adquisición competencias profesionales mediante el aprendizaje colaborativo trabajando en la creación de proyectos basados en casos reales y utilizando como apoyo diferentes herramientas disponibles en el campus virtual. También se ha prestado especial atención a fomentar en el alumnado capacidades críticas y analíticas encaminadas a contribuir a su formación como sujetos activos, autónomos y adaptables a los cambios, transformaciones y retos actuales y futuros en el ámbito de la disciplina.

El análisis de las evaluaciones obtenidas de las encuestas realizadas por los estudiantes revela una percepción del diseño metodológico claramente positiva. Por parte de las profesoras que han llevado a cabo las actividades, si bien el balance a tenor de las valoraciones recibidas ha sido satisfactorio, pesa en exceso la frustración porque el esfuerzo pedagógico (y creativo) realizado carece apenas de reconocimiento en un contexto académico cada vez más centrado en la valoración cuantitativa de los resultados docentes y de investigación.

Palabras clave: Competencias profesionales – Aprendizaje colaborativo – Márketing – Creatividad publicitaria – Trabajo de Fin de Grado

LOS FORMATOS AUDIOVISUALES DE LA CRISIS. ESTUDIO DEL DISCURSO DE LOS MEDIOS ESPAÑOLES E ITALIANOS

AUTORA

María-Jesús Ruiz-Muñoz
 Universidad de Málaga (España)
mariajesus@uma.es

Este trabajo constituye un resultado del proyecto “La representación de la crisis española en los medios de comunicación: un estudio comparativo con el caso de Italia”, desarrollado en el Dipartimento di Storia dell’Arte e Spettacolo de La Sapienza -Università di Roma (Italia) y financiado a través del Subprograma Estatal de Movilidad del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, dentro de la Modalidad ‘José Castillejo’ para jóvenes doctores.

Desde 2008 han proliferado numerosos análisis sobre la crisis, tanto a nivel mundial como en el caso concreto de los países más afectados. Sin embargo, la mayor parte de estas investigaciones han estado centradas en abordar sus dimensiones económica y política: Krugman (2012); Stiglitz (2012); Mateos y Penadés (2013); Navarro, Torres y Garzón (2012), entre otros trabajos que han trascendido. En el caso de las Ciencias de la Comunicación, la producción científica en torno a la crisis en España, incluso en los trabajos más recientemente publicados (Francés et al, 2014; Tomé, 2013), ha sido particularmente orientada al análisis de sus repercusiones económicas y estructurales en el sector audiovisual. Respecto a Italia, la lectura resulta bastante similar, ya que las preocupaciones de los investigadores se centran fundamentalmente en el devenir de la industria (Gravvila, 2010; Farinelli, 2009) y, de forma aislada, se encuentran escasos artículos orientados a analizar la obra de un reducido número de cineastas, en la que se reflejan algunas consecuencias de la crisis actual (Antonello, 2012; Benincasa, 2012).

Por todo lo expuesto, con este trabajo se pretende paliar una importante carencia en el estudio de las dimensiones de la crisis desde el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, puesto que no existen precedentes de un estudio cualitativo en profundidad sobre el planteamiento de esta clase de discurso a través de los medios audiovisuales en el ámbito español, ni tampoco ha sido abordada una comparativa similar entre dos países de la Unión Europea, como aquí se propone. La comparación con el caso italiano resulta de especial interés puesto que se trata de un país social y culturalmente próximo a España, que además posee un ecosistema audiovisual igualmente amplio, diverso y complejo.

En cuanto a los resultados obtenidos, cabe destacar un nutrido conjunto de documentales fundamentalmente orientados a explicar las causas de la crisis y sus consecuencias, mientras que el cine de ficción de ambos países se ha centrado en contar historias relacionadas con los dramas humanos vividos. Por su parte, en el medio televisivo, si bien se observan elementos de representación comunes en algunos formatos, también existen diferencias sustanciales. En primer lugar, la ficción española ha quedado notablemente impregnada de referencias a la crisis y sus implicaciones sociales, algo que no ha ocurrido en Italia. Por otro lado, el auge del *charity show* ha tenido lugar en España y no en el caso italiano. Finalmente, se otorga especial consideración a los formatos de debate político y a los modos de aparición en los formatos televisivos por parte de los políticos ambos países.

Palabras clave: Formatos – Audiovisual – Crisis – España – Italia

EL DESARROLLO DE LAS CLASES EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

AUTORAS

Esther Ruiz Palomo y Rosa M^a Santamaría Conde
Universidad de Burgos (España)
erpalomo@ubu.es y rsantamaria@ubu.es

El Espacio Europeo de Educación Superior ha traído consigo un nuevo planteamiento en el desarrollo de las clases en los distintos Grados, adquiriendo un especial protagonismo el trabajo del alumnado, tanto dentro como fuera del aula, en detrimento de la parte expositiva (o magistral) por parte del profesorado.

En esta ocasión presentamos los resultados de un estudio realizado en la Facultad de Educación en la Universidad de Burgos a lo largo del curso 2013-2014, y cuyo seguimiento actualmente está siendo una constante. A través de dicho estudio se analizan aspectos tales como: el porcentaje de presencialidad que se computa en las distintas materias, la participación que puede tener el alumnado en clase, o la información previa requerida para el desarrollo de la clase. Asimismo, se realiza una valoración de la continuidad “virtual” que pueden tener las clases presenciales, y que en ocasiones son un verdadero complemento o que podrían llegar a sustituir a aquéllas. En definitiva, queremos saber si a nuestro alumnado universitario, de las titulaciones de Maestro de los Grados de Educación Infantil y de Educación Primaria, les ha costado adaptarse al modelo de aprendizaje universitario, tomando como referencia en esta ocasión el desarrollo de las clases.

Los resultados que tenemos contrastados hasta ahora se refieren al primer curso de los Grados mencionados, aportando datos reveladores; así por ejemplo: una amplísima mayoría valora positivamente las distintas aportaciones que hacen los compañeros en clase, aunque a algo más del 30% les molesta que en las clases siempre participen los mismos, participación que suele ir acompañada al grado de motivación e implicación que tiene cada uno de ellos. Asimismo, el 60% de los encuestados están de acuerdo con el número de clases presenciales que hay en las distintas asignaturas, al tiempo que al 65% les gustaría saber de antemano qué es lo que se va a tratar en la clase siguiente, que en ocasiones estando disponible en la plataforma virtual tampoco consultan lo suficiente. Respecto a la virtualidad, una amplia mayoría valora positivamente las tutorías on-line, aunque poco más del 40% considera que algunas asignaturas podrían realizarse sólo de modo virtual. En términos generales, se constata que al algo más del 80% no les ha costado adaptarse al modelo de aprendizaje universitario, y eso que es sustancialmente diferente al aplicado en Bachillerato.

A la vista de estos resultados, debemos articular las clases en torno a las distintas tareas que se desarrollan en las mismas, como son la exposición de contenidos, la realización de actividades prácticas y/o trabajos en grupo, la resolución de dudas, etc. En definitiva, las clases en el ámbito universitario han dejado de ser meros espacios expositivos, y en estos momentos la teoría y la práctica se complementan e incluso llegan a fusionarse, adoptándose distintos modelos en función de la tipología de las asignaturas.

Palabras clave: Clase presencial – Aula – Proceso de enseñanza-aprendizaje – Tutoría virtual – Docencia

LA LEGITIMACIÓN DEL ESTUDIO PISA POR LA PRENSA ESCRITA ESPAÑOLA Y SU INFLUENCIA EN LAS POLÍTICAS EDUCATIVAS

AUTORES

Ariadne Runte Geidel
Universidad de Jaén (España)
arunte@ujaen.es

Introducción: Es evidente la importancia de la comunicación y de la información en nuestro mundo cada vez más globalizado.

En la actual sociedad del conocimiento, profundamente afectada por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, es evidente la importancia que los medios de comunicación tienen sobre la formación de la opinión pública. Igualmente es ineludible reconocer la relevancia del estudio PISA a nivel mundial, principalmente en función del incremento en el número de países que participan en él (32 en 2000 y 73 en 2015). Asimismo, es pertinente considerar cómo la publicación de sus resultados ha ido cambiando progresivamente las políticas educativas de diferentes países del mundo.

Objetivos: El presente artículo trata sobre la influencia de los medios de comunicación sobre la formación de opiniones y su relación con las políticas públicas de educación. Consideramos fundamental saber qué imagen la prensa escrita española difunde respecto al sistema educativo nacional en base a los resultados obtenidos en PISA, para comprender los cambios propuestos en las actuales políticas educativas.

Metodología: Se analizan críticamente las noticias de los principales periódicos españoles sobre los resultados obtenidos por España en PISA, en un total de 89 reportajes en los periódicos El País, El Mundo, Público, el Expansión y el Cinco Días. Se ha utilizado mayormente el análisis de contenido para examinar dichas noticias, aunque apoyados por algunos datos cuantitativos.

Resultados: Los resultados indican que la mayoría de las noticias adoptan un tono alarmista y se basan casi exclusivamente en las comparaciones de ranking, difundiendo una imagen exageradamente negativa del sistema educativo español actual, lo que influye directamente sobre la opinión pública y en las decisiones sobre las políticas educativas.

Palabras clave: Estudio PISA - Medios de comunicación - Políticas educativas

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL ESPACIO INTERMEDITERRÁNEO DESDE LA PRENSA EUROPEA: ‘EL PAÍS’, ‘LE MONDE’, ‘LE FIGARO’, ‘IL CORRIERE DELLA SERA’ Y ‘LA REPUBBLICA’

AUTOR

Fernando Sabés Turmo

Universitat Autònoma de Barcelona (España)

fernando.sabes@uab.cat

La importancia de la información que se genera en el ámbito euromediterráneo es cada vez mayor. La visión de los diferentes medios de comunicación es diversa y por este motivo es conveniente abordarla desde una perspectiva en la que se tenga en cuenta los objetivos del Proceso de Barcelona – Unión por el Mediterráneo, la Política Europea de Vecindad de la Comisión Europea y las recomendaciones del Informe del Grupo de Alto Nivel de la Alianza de Civilizaciones, en este caso en lo que hace referencia a los medios de comunicación.

Este trabajo que presentamos se enmarca en el proyecto “La construcción social del espacio intermediterráneo y sus correlaciones en la agenda temática de los medios de comunicación. La información en prensa y televisión” (2013-2015), dirigido por la Dra. Teresa Velázquez García-Talavera y financiado por el Ministerio Español de Economía y Competitividad (CSO2012-35955). Éste es la continuidad de la investigación “La construcción social del espacio euromediterráneo en los medios de comunicación. La información en prensa y televisión” (CSO2008-01579), financiado por el Ministerio español de Ciencia e Innovación (2009-2011).

En este artículo presentamos un análisis de los diarios El País, Le Monde, Le Figaro, Il Corriere della Sera y La Repubblica con los datos extraídos de la primera de las dos semanas de análisis establecidas en el proyecto de investigación, en concreto del 13 al 19 de mayo de 2013. Se aborda desde el impacto de la temática euromediterránea en cada uno de los diarios, a aspectos de formato, género periodístico, ubicación en el diario, uso de la imagen, fuentes y principales temas abordados, entre otros aspectos.

En total son 305 las unidades de análisis que han sido utilizadas para este trabajo, distribuidas de la siguiente manera: El País (97), Le Monde (100), Le Figaro (28), Il Corriere della Sera (24) y La Repubblica (28). Cuatro aspectos principales a destacar:

- 1.- Poca innovación en los géneros periodísticos. La noticia es el género mayoritario.
- 2.- Las secciones de internacional y economía son las prioritarias.
- 3.- Más de la mitad de las informaciones cuentan con acompañamiento icónico.
- 4.- La mayor parte de las informaciones se basan en fuentes propias.

Palabras clave: Comunicación euromediterránea - Prensa - Público - Información - Construcción social

LA RÚBRICA. LA EVALUACIÓN COMO APRENDIZAJE EN LAS TITULACIONES TÉCNICAS

AUTORAS

M^a Paz Sáez Pérez, Almudena Frechilla Alonso y M^a Ascensión Rodríguez Esteban

Universidad de Granada y Universidad de Salamanca (España)

mpsaez@ugr.es, almudena.frechilla@usal.es y mare@usal.es

En la actualidad, la gran transformación de la docencia universitaria como consecuencia de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha cambiado la estructura de las titulaciones universitarias, y ha dado un paso muy importante definiendo los planes de estudios a partir de competencias. Pero si hay que destacar alguno de ellos entre los más relevantes, deberíamos considerar el que ha desplazado el centro de gravedad del proceso de aprendizaje hacia el alumnado y sin duda, vinculado a éste, el paso de una “cultura de examen único” hacia una “cultura de evaluación continua”.

Aunque son habituales en nuestras universidades los grupos de innovación docente y las experiencias en la que la formación del profesorado universitario está generando cambios objetivos y observables, es cierto que todavía no pueden considerarse totalmente generalizados. Por otra parte en el caso de las ingenierías y en concreto en la titulación de Graduado en Edificación se debe ir de la mano de las implicaciones directas que tiene el ámbito profesional que actualmente no pasa por su mejor momento, por lo que se requiere una implicación mayor en conseguir formaciones y capacidades que respondan a la demanda de los nuevos retos que nos pide la sociedad.

El cambio metodológico que se ha diseñado y aplicado mediante el sistema de evaluación continua de acuerdo con el proceso de innovación educativa supone, por un lado, aplicar un sistema de enseñanza-aprendizaje que represente una aproximación práctica a la realidad del entorno profesional y, por otro lado, la utilización de técnicas de trabajo que resulten eficaces para su evaluación.

Por ello y como reto del profesorado se expone en esta ponencia la experiencia llevada a cabo en la asignatura de Mediciones y Presupuestos en la titulación de Grado en Edificación en las Universidades de Granada y Zamora.

Se ha considerado la rúbrica el instrumento de innovación metodológica que facilita la comprensión por parte de los alumnos del sistema de evaluación continua, así como el que fomenta su interés y motivación, aspectos fundamentales que contribuyen decisivamente al éxito del aprendizaje.

En la presente comunicación se explica cómo se han llegado a definir esas rúbricas como instrumentos de evaluación tras un trabajo de equipo. Las rúbricas han sido concebidas para evaluar de forma objetiva la calidad de un trabajo empleándose en un amplio rango de actividades cubriendo así la premisa de que la evaluación ha de tener una finalidad formativa a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Su principal ventaja es que se erigen en instrumentos imprescindibles para contextualizar e implicar a los alumnos/as en estos entornos, por lo que pueden ayudar a reducir la tasa de abandono en este tipo de enseñanza, a la vez que posibilitan una adecuada orientación del proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Palabras clave: Rúbrica – Aprendizaje – Evaluación – Titulaciones técnicas – Asignatura

MODELOS MATEMÁTICOS COMO CATALIZADOR DEL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA INDUSTRIA PETROLERA

AUTORES

Germán A. Salas Ojeda y María del Pilar López
Universidad del Zulia (Venezuela)
germansalas@gmail.com y lopez.mapi@gmail.com

El presente trabajo tuvo por objetivo central, el desarrollo de un modelo matemático como catalizador del cambio tecnológico en la industria petrolera. Su implementación constituye un invaluable apoyo a la gestión tecnológica asociada a los procesos de generación de crudo, específicamente en el área de exploración de nuevos yacimiento de hidrocarburo. Las pruebas fueron realizadas en procesos de trabajo en campos de exploración y producción petrolera a tiempo real.

Se definieron métodos de análisis para la aplicación del modelo y se diseñó una estrategia con base a los requerimientos levantados. Finalmente se entrega el diseño del modelo matemático, el cual fue diseñado de manera específica para luego ser bajado por proceso en cascada, a nivel y a las unidades de Investigación y Desarrollo y la unidad de Asistencia Técnica de la empresa petrolera estatal. Esto último con el fin de establecer la efectividad y el ahorro monetario significativo que el modelo genera al gestionar el cambio tecnológico.

Desde el ámbito del cambio tecnológico, la investigación estuvo fundamentada en los postulados de autores como Morin (2010), Betancur (2011) y Pérez (2013), confirmando como en la praxis, los sistemas tecnológicos emergentes poseen la capacidad intrínseca de modernizar viejos paradigmas de producción, con el consecuente incremento de la misma y la extensión de sus potencialidades. La metodología utilizada es de tipo analítica, descriptiva, con un diseño experimental. Se utilizó como técnica la observación y el proceso de recolección, análisis e interpretación de los datos. Para determinar la confiabilidad se efectuaron pruebas piloto en campo.

Se concluye que el mejoramiento de algoritmos clásicos para el análisis y gestión de los sistemas ha progresado eficientemente en los últimos años producto de la maduración del paradigma tecnológico propuesto por las Tecnologías de Información y Comunicación –TIC- , con la introducción de nuevas estructuras de datos que permiten la disminución dramática de la complejidad y costos de los procesos tradicionales. Según los resultados obtenidos, el modelo alcanza la solución gráfica en un número menor de iteraciones que los modelos clásicos, en virtud de lo cual se afirma que es mucho más eficiente y económico. Los resultados permiten confirmar la teoría del cambio tecnológico en términos de la potencialidad de nuevos sistemas tecnológicos para modernizar los anteriores, logrando su renovación y el aplazamiento de sus tiempos de saturación.

Palabras Claves: Gestión tecnológica - Cambio tecnológico - Modelos matemáticos - Exploración de yacimientos

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN: MINDFULNESS PARA REGULAR EMOCIONES (PROGRAMA INTELIGENCIAL PLENA) EN CASOS DE VIOLENCIA Y VICTIMIZACIÓN ESCOLAR

AUTORAS

Liliana Jazmín Salcido Cibrián y Karla María Urías Aguirre

Universidad Autónoma de Sinaloa (México)

liliana.cibrian@gmail.com y karlaurias@gmail.com

La violencia y victimización escolar ha sido muy trabajando en los últimos años con principal precursor Olweus en los setentas, (Ortega y colaboradores, 2000; Cerezo, 2009). Las condiciones de acoso escolar e intimidación denominadas como “bullying” se refiere al alumno que es agredido repetidamente y durante un tiempo, por medio de acciones negativas llevadas a cabo por otro compañeros o varios de ellos, estas acciones negativas se describen cuando de manera intencional se causa daño, hiere o incomoda a otra persona, lo cual envuelve la definición de conducta agresiva (Olweus, 2004).

Los estudios en México referente a la violencia y victimización escolar han estado enfocados principalmente a nivel de educación secundaria (Castillo & Pacheco, 2008; Valdez, 2008; Aguilera & cols., 2007; Urías & Musitu, 2014), y a partir de las exigencias que demanda el nivel de educación primaria reflejando un mayor número de incidencias en casos de abuso escolar, nos hemos dado a la tarea de indagar dicha problemática en rangos de menor edad. El objetivo de esa investigación además de conocer las particularidades de violencia y victimización escolar en niños de 6 a 12 años es aportar evidencias sobre la validez y eficacia del Programa Inteligencia Emocional Plena (PINEP; Ramos, Recondo y Enríquez, 2012) en niños y niñas víctimas y agresores.

La Inteligencia Emocional (IE; Salovey & Mayer, 1990) da un valor fundamental a las habilidades emocionales que nos permiten procesar la información emocional, y *mindfulness* supone una nueva forma de relacionarnos con las emociones, cuyo componente fundamental es la atención a la experiencia presente junto con una actitud de curiosidad y aceptación (Kabat-Zinn, 1990; 2003). Integrar *mindfulness* en el marco de la IE puede facilitar una adecuada atención, comprensión y regulación de los estados emocionales (Ramos & Hernández, 2008; Ramos, Hernández & Blanca, 2009).

El PINEP incluye el entrenamiento *mindfulness* en un doble sentido. Por un lado, incluiría dinámicas propias de otros programas de entrenamiento básico de *mindfulness* (Kabat-Zinn, 1990; 2003) y por otro lado, afrontar situaciones emocionales haciendo uso de *mindfulness* como la herramienta práctica.

Considerando que las situaciones de violencia y victimización escolar pueden ser explicadas a partir del modelo ecológico de Brofenbrenner (2002), el cual considera que el desarrollo individual se lleva a través de los intercambios que la persona establece con su ecosistema inmediato y otros ambientes distantes. Partiendo de esta línea, encontramos que existe poca evidencia de programas de intervención en niños en México. La inclusión de la educación emocional a través del PINEP, podría beneficiar en la prevención y resolución de conflictos, en la mejora del autoconocimiento y desarrollo de habilidades emocionales, así como también, las relaciones interpersonales, la empatía y la compasión dentro del ambiente educativo.

Palabras clave: Violencia escolar - Victimización escolar - Intervención - *Mindfulness* - Regulación emocional

PASEOS LITERARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA EN CONCIENCIA Y EXPRESIONES CULTURALES EN EL ÁREA DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA

AUTORES

Pedro V. Salido López y José Vicente Salido López

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

PedroVictorio.Salido@uclm.es y JoseVicente.Salido@uclm.es

Desde hace un tiempo, encontramos en el marco legal sobre Educación referencias al enriquecimiento cultural como cauce de acercamiento a otras personas con usos, valores y creencias diferentes a los propios. Así se puso de manifiesto en la ya agonizante *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación* (LOE) con la denominada “competencia cultural y artística”, y lo encontramos recogido en la actual *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa* (LOMCE), texto este en el que se establece la necesidad de desarrollar las habilidades propias de la competencia en “conciencia y expresiones culturales”.

El carácter de esta competencia, a pesar de ser transversal, guarda una relación explícita con el área de Educación artística, una disciplina que, entre otros objetivos, plantea la necesidad de “conocer las manifestaciones artísticas y su evolución [pues] supone (...) enriquecer la historia de la humanidad con la información que estas nos ofrecen para entender en profundidad la evolución psicológica, cognitiva y emocional del hombre integralmente considerado” (Decreto 54/2014).

En este contexto de enriquecimiento cultural y artístico, la literatura de viajes se presenta como un recurso de enorme potencial por la oportunidad que ofrece para conocer los detalles mínimos de la cultura y la realidad de nuestro país en siglos pasados. Los mismos autores de los textos sobre España aluden a las posibilidades que ofrece este tipo de escritos para ilustrar a los “lectores en casa” -a ellos dedicó Richard Ford sus memorias sobre España- o a aquellos que no viajan “más que con el espíritu, yendo de libro en libro”, como decía Victor Hugo.

Retomando esas posibilidades formativas y para el enriquecimiento cultural de los muchos escritos que los viajeros dedicaron a España, el principal objetivo de este trabajo es analizar y presentar las posibilidades de este tipo de literatura como recurso para el desarrollo de las habilidades propias de la competencia en “conciencia y expresiones culturales” que aparece recogida en la actual normativa sobre educación.

En este sentido, haremos uso del carácter formativo propio de este tipo de literatura para realizar un itinerario didáctico por el patrimonio histórico-artístico medieval conservado en Toledo. Este paseo literario es, por tanto, el origen de una metodología de trabajo en el aula que permita apreciar, comprender y valorar de manera crítica la variada gama de manifestaciones culturales y artísticas que nos han sido legadas. Además, las valoraciones sobre el papel social del arte, tan comunes en este tipo de escritos, se presentan como un recurso de enorme interés para iniciar en el aula una reflexión sobre las artes plásticas como cauce para la expresión de ideas, experiencias o sentimientos, aspecto este último en el que hace especial hincapié el área de Educación artística.

Palabras clave: Literatura de viajes - Educación artística - Patrimonio

LA IMPORTANCIA DE UNA EFICAZ COMUNICACIÓN PERSONAL EN LOS BUQUES MERCANTES

AUTOR

Javier Sánchez Beaskoetxea

Universidad del País Vasco (España)

javier.sanchez-beaskoetxea@ehu.eus

Un buque mercante es un centro de trabajo con unas características muy especiales. En ellos, un grupo reducido de personas provenientes de países y culturas diferentes, de estratos sociales variopintos, convive veinticuatro horas al día, durante varios meses, relativamente aislados del mundo y de sus familias y seres queridos.

En todo el mundo hay aproximadamente unos 50.000 buques mercantes que transportan el 90% de todas las mercancías que componen el comercio internacional anual. En la mayoría de estos buques la tripulación está compuesta por apenas dos decenas de personas que deben trabajar en equipo, superando sus barreras idiomáticas y culturales para evitar cualquier tipo de accidente y para poder soportar el relativo aislamiento en las mejores condiciones de trabajo posibles.

A lo largo de la historia de la navegación, no son pocos los accidentes causados indirectamente por problemas de comunicación o convivencia a bordo entre algunos miembros de la tripulación. Uno de los casos paradigmáticos es el del naufragio del petrolero “*Torrey Canyon*”, que en la primavera de 1967 causó una marea negra al chocar contra unas rocas por un error en la navegación y verter al mar las 120.000 toneladas de petróleo que transportaba. Entre las causas del desastre se cita a la nula comunicación entre el capitán y el primer oficial que llevaban un año embarcados y no se dirigían apenas la palabra.

En esta ponencia se pretende hacer un resumen de los problemas más habituales de convivencia a bordo debidos a la inadecuada comunicación entre las personas que componen las tripulaciones multiculturales que hay en la actualidad en la Marina Mercante mundial, así como explorar las posibles herramientas que se pueden utilizar para evitarlos.

Palabras clave: Comunicación personal – Marina Mercante – Buques – Seguridad

REDES SOCIALES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES: USOS SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DEL SÍ-MISMO

AUTORES

Sebastián Sánchez Castillo y Rosanna Mestre Pérez

Universidad de Valencia (España)

sebastian.sanchez@uv.es y rosanna.mestre@uv.es

Las Redes sociales son utilizadas cada vez más por los jóvenes tanto para socializar como para compartir ideas y distintas fuentes de información. Esta investigación analiza los usos habituales de diversas redes y explora la hipótesis de que el concepto que estos jóvenes tienen sobre ellos mismos condiciona uso de estas redes, en una muestra representativa de estudiantes universitarios españoles. Los resultados apuntan a que el concepto de identidad personal en el entorno digital tiene una correlación significativa con alguno de los usos habituales y con el género del usuario.

El concepto de identidad (sí-mismo) ha tenido a lo largo del tiempo numerosas definiciones a partir de profundas investigaciones dentro de la disciplina de la psicología social (Bauman, 2001; Bauman & Vecchi, 2004; Berger, & Kellner, 1974; Berger & Luckmann, 1966; Castells, 1997; Dubar, 2002; Elias, 1991; Erikson, 1968; Escobar, 2011; Gergen, 1991; Giddens, 1991; Goffman, 1959, 1963; Jenkins, 2004; Lash & Friedman, 1992; Mead, 1934; Melucci, 1996; Taylor, 1986; Wagner, 2001).

Según Escobar (2011), pueden concebirse tres formas distintas de considerar la identidad: como un sentimiento de singularidad personal (unicidad), como un reconocimiento de permanencia a lo largo del tiempo (estabilidad) y como un vínculo de asimilación de uno con los otros. La identidad personal es el sentimiento de ser uno mismo, una forma individualizada desde la creación del propio ser. Pero es posible considerar la identidad como colectivo, para lo cual asumiremos conceptos de identidad social como semejanza a ciertos grupos humanos con unos rasgos diferenciados.

Por ello, podría entenderse la identidad como “asimilación, en la medida en que una persona desarrolla una tendencia de progresivo acercamiento a algo –objeto, individuo o grupo– con el fin de equipararse con él o emularle” (Escobar, 2011: 145-146), y nos identificaremos con ese grupo en la medida de nuestras posibilidades. También la identidad como sentimiento, pero en lugar de en términos conductuales, nos encontramos aquí con un “estado emotivo por el que nos reconocemos como iguales tanto con nosotros mismos en el pasado o en el futuro, como con otras personas o grupos con los que nos identificamos” (Escobar, 2011:146).

En definitiva, esta investigación tiene como objeto de estudio la identidad como definición de uno mismo en torno al uso cotidiano de las redes sociales como portal de identidad, entendido este como aquella realidad que posibilita una relación de usuarios, construir la identidad en el ciberespacio y compartir contenidos que modificarán la visión sobre sí-mismo frente a otros cibernavegantes, es decir, como se identifican las personas a través de la red.

Palabras clave: Redes Sociales - Jóvenes universitarios - Usos- Concepto de sí mismo - Identidad digital

RECEPCIÓN EMPÁTICA DE LOS PERSONAJES DE FICCIÓN EN NARRACIONES TRANSMEDIA

AUTOR

Sebastián Sánchez Castillo

Universitat de València (España)

sebastian.sanchez@uv.es

La recepción empática que inicia el proceso de identificación con los personajes protagonistas de la ficción audiovisual constituye uno de los mecanismos principales para explicar los efectos del entretenimiento mediático, sin embargo no existen estudios que correlacionen esta percepción con el uso de las nuevas narrativas crossmedia o transmedia. Esta investigación trata de descubrir si el mayor conocimiento o uso de estas narrativas en multiplataforma puede ser una variable explicativa para poder analizar la escala personal referida a la identificación de los personajes de ficción. Bajo la consideración de una metodología cuantitativa y de análisis inferencial, se ha empleado la escala EDI (Escala de identificación con los personajes de ficción) formada por 17 ítems y valorados en este estudio mediante una escala de intensidad Likert.

La evaluación cognitiva midió el grado de reflexión o elaboración cognitiva que había suscitado la ficción audiovisual durante su visionado mediante cuatro cuestiones de forma retrospectiva. En primer lugar los resultados apuntan a la existencia de una alta y positiva correlación entre el mayor empleo de las propuestas transmedia y multiplataforma y la identificación con los personajes de ficción de la serie analizada aunque solo en algunos aspectos de ese proceso empático. La segunda hipótesis concluye en que la evaluación cognitiva resultante no es superior para aquellos observadores usuarios de la ficción en multiplataforma y con narrativas más complejas.

Palabras clave: Narraciones transmedia - Ficción audiovisual - Entretenimiento mediático - Empatía - Evaluación cognitiva

EL PRÁCTICUM EN LA PRÁCTICA: DIFICULTADES Y ESTRATEGIAS DESDE LA TUTORÍA ACADÉMICA

AUTOR

Juan Patricio Sánchez Claros
Universidad de Málaga (España)
jpsc@uma.es

La incorporación de la formación práctica del alumnado universitario es una actividad innovadora que se ha integrado paulatinamente en los currícula de las carreras universitarias, impulsada por las exigencias de transferencia de conocimiento de las sociedades contemporáneas, por la necesidad de impartir una enseñanza orientada al mercado de trabajo, y por el establecimiento de la suficiente relación de continuidad entre los contenidos teóricos impartidos y el ejercicio de las competencias adquiridas. Así entendida, la formación práctica se constituye como un índice evaluativo capaz de manifestarse en entornos reales de desempeño y que habría de permitir la integración y encuentro de la teoría y la práctica.

El Prácticum en Educación (reuniendo bajo este epígrafe tanto los Grados en Educación Infantil y Primaria como el Máster en Profesorado de Secundaria) presenta lo que puede denominarse como una carácter *bipolar*, pues se mueve entre las exigencias de la sociedad, el discurso sobre su utilidad y necesidad, y las críticas sobre el incumplimiento de los objetivos que se propone, por una parte, y las expectativas depositadas sobre la bondad del período de prácticas, expresadas a través de un discurso optimista y esperanzador dentro de la formación de los futuros egresados. Tales expectativas tienden sin embargo a verse frustradas pues existe una importante diferencia entre las finalidades que se esperan del Prácticum y su ejercicio en la realidad, teniendo su origen en factores organizativos, de coordinación entre agentes y de variedad de culturas docentes a las que los estudiantes se ven expuestos. Además de estos componentes, la dimensión real del mencionado desfase no puede comprenderse sin tener en cuenta la actividad de todos los agentes implicados que se sitúan en el centro de este dilema: alumnos, tutores profesionales, tutores académicos y Universidad como institución.

En la práctica pues, el Prácticum en Educación se enfrenta a una serie de dificultades de implementación, relacionadas con los criterios de selección de centros, las culturas docentes en ejercicio, la ausencia de un corpus teórico de referencia, su dinámica exterior al recinto universitario, y un sistema de evaluación en el que resultan privilegiados los componentes emotivos y observacionales, entre otros aspectos. A todo ello hay que sumar los problemas inherentes a la estructura de coordinación de los distintos agentes e instituciones, con la interposición de múltiples escollos organizativos.

En este trabajo, a partir de una revisión de la literatura, se perfilan los componentes de esta situación, se categorizan las distintas dificultades mencionadas y se atiende con detenimiento al papel concreto que juega en esta dinámica la figura del tutor académico, precisando las diferencias entre la acción tutorial genérica con la que se ejercita en el contexto del Prácticum, se atiende a distintas estrategias de gestión de los seminarios en este contexto y a las nuevas competencias relacionales y curriculares que permitan una actividad evaluadora más allá de la memoria o informe de prácticas, y se considera la integración en este nuevo modelo de la tutoría entre iguales como escenario de aprendizaje.

Palabras clave: Docencia universitaria - *Prácticum* - Tutoría

LA PRESENCIA RETÓRICA DE GÉNEROS DE AUTORREPRESENTACIÓN EN EL AULA UNIVERSITARIA

AUTORES

Margarita Esther Sánchez Cuervo y Francisco Alonso Almeida

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

margaritaesther.sanchez@ulpgc.es y francisco.alonso@ulpgc.es

Este trabajo analiza la presencia retórica en un conjunto de autorretratos en la práctica del aula universitaria. Se ha definido la presencia como una estrategia retórica que implica la elección deliberada de un elemento sobre otro con el fin de afectar al auditorio (Perelman and Olbrechts-Tyteca 1969: 115-120). Además de la selección de determinados componentes, la presencia es una actividad que se asocia con la manera en que estos se presentan, es decir, con cómo se amplifican ciertos términos a lo largo de la argumentación para captar la atención de dicho auditorio. El autorretrato, que se enmarca dentro del género de autorrepresentación, tiene como fin darse a conocer ante el profesor. En este estudio, se analizan las estrategias retóricas más utilizadas por los estudiantes para saber los mecanismos que seleccionan y cuáles prefieren omitir durante la presentación de su retrato. Una vez concluido el análisis, se puede identificar la presencia a partir de la combinación de la selección y presentación de estos elementos que permiten la caracterización retórica de este discurso (Gross y Dearin, 2003).

El estudio se ha propuesto para estudiantes de primer curso del Grado de Educación Infantil de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España), en el marco de la asignatura *Comunicación oral y escrita en lengua inglesa para el desarrollo profesional*. El nivel de inglés se corresponde con un B1 según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL). El corpus para realizar este trabajo consta de ochenta ensayos de alrededor de cien palabras que contienen autorretratos, donde los estudiantes escriben, entre otros temas, sobre sus datos personales, sus aficiones y la vestimenta que prefieren. La metodología ha sido cuantitativa y cualitativa, basada en el análisis manual de corpus pequeños de textos. Se ha seguido la formulación de microactos de retórica desarrollada por Kaufer, Ishizaki, Butler y Collin (2004) para comparar elementos de selección y omisión en los textos estudiados.

En las conclusiones preliminares predomina una imagen positiva de los estudiantes, caracterizada por el uso de la primera persona y la autorrevelación de datos en expresiones como “I think”, “I like”, “I prefer”; también destacan la interactividad con el lector y las expresiones de sentimientos y de afecto a través de intensificadores como “really” y “very”. Puesto que es el profesor quien evalúa estos ejercicios, se cuestiona hasta qué punto el alumnado plasma una versión sincera de sí mismo, o si selecciona y/o elimina elementos importantes de su personalidad y su experiencia con el fin de satisfacer las expectativas del lector. Se ofrecen también futuras propuestas de trabajo a través de la comparación de la presencia retórica en otros tipos de género de autorrepresentación, como el ensayo de opinión, el diario y la carta de presentación.

Palabras clave: Presencia retórica – Géneros de autorrepresentación – Argumentación – Enseñanza del inglés – Enseñanza superior

AVANZANDO EN LA IGUALDAD DE GÉNERO: EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA INTERCULTURAL A TRAVÉS DEL ENSAYO LITERARIO

AUTORA

Margarita Esther Sánchez Cuervo

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

margaritaesther.sanchez@ulpgc.es

Este trabajo presenta una propuesta didáctica para el aula de inglés de Bachillerato, con la que se pretende trabajar la igualdad de sexo en el ámbito laboral a partir del ensayo de Virginia Woolf *Professions for Women* (1942). En este texto, la autora se refiere a la dificultad que padece la mujer a la hora de desempeñar el oficio de la literatura, ya que cada vez que se dispone a escribir se le aparece el Ángel de la casa, un espíritu que trata de disuadirla de tal tarea. En su larga producción ensayística, Woolf reflejó, desde un contexto modernista, el papel que mujeres y hombres han desempeñado a lo largo de la historia y la literatura. La escritora demuestra una sensibilidad especial hacia cuestiones de índole feminista en relación a las obras y circunstancias de escritoras, tanto de las célebres como de las poco conocidas.

La inclusión del texto literario en el aula de idiomas permite al alumnado conocer no solo la lengua extranjera sino también su cultura. Se trata de un material valioso y auténtico que no se ha elaborado con un propósito didáctico. A través de la metodología AICLE (Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lenguas Extranjeras), los estudiantes van a desarrollar su competencia intercultural mediante la lectura de *Professions for Women*. Esta metodología resulta adecuada al permitir al profesorado el diseño y aplicación de actividades que fomenten la adquisición no solo de la lengua inglesa, sino también de las destrezas comunicativas e interculturales. En este sentido, la comunicación en inglés se convierte en el fin principal por encima de la adquisición de la gramática.

El enfoque didáctico AICLE promueve la consciencia cultural y la fluidez en una segunda lengua. Además, la utilización de temas actuales como la igualdad de género desde la perspectiva de una escritora británica refuerza el potencial para combinar el aprendizaje lingüístico y el intercultural. La importancia de este enfoque reside en el aprendizaje de contenidos en otra lengua que puede afectar nuestro mapa conceptual, modifica nuestra manera de pensar y ensancha nuestro horizonte cultural (Marsh, 2011). Resulta también un soporte válido para investigar la manera en que los textos literarios pueden integrarse en la programación de la asignatura.

Se trabajarán extractos del ensayo a través de una serie de actividades de introducción, desarrollo y conclusión, donde se fomenta la reflexión sobre valores y actitudes sexistas que aún predominan en la sociedad, se analizan los sentimientos de los personajes del ensayo, y se estudian los estereotipos en una cultura patriarcal. Asimismo, se han incluido actividades que favorecen la tolerancia del alumnado hacia cuestiones de género, como *role-plays*, la escritura creativa de ensayos o la exposición de proyectos sobre la situación laboral de las mujeres en países menos desarrollados que el nuestro.

Palabras clave: AICLE - Competencia intercultural - Enseñanza de una segunda lengua - Igualdad de género - Textos literarios

CULTURA, RELIGIÓN Y MARKETING, APROXIMACIÓN A UNA NUEVA REALIDAD EMPRESARIAL: CASO TURISMO HALAL EN ESPAÑA Y PERÚ

AUTORA

Pilar Sánchez González

ESIC, Business & Marketing School de Madrid (España)

pilar.sanchez@esic.edu

Cuando se piensa en Marketing se hace partiendo de la diferenciación. En la actualidad, se trata de buscar nuevas estrategias, de ser más competitivos, de microsegmentar, de realizar acciones *one to one* y de ser emprendedores en la búsqueda de nuevos mercados. Se buscan nuevas variables o al menos nuevas valoraciones de antiguas variables, que consigan cambios en los comportamientos del consumidor y fidelizarlos.

En este caso se trata de analizar la relación que tiene el Marketing con la Cultura y la Religión en un sector empresarial concreto: el Turismo. Y específicamente con el Islam, es decir Turismo Halal. La relación entre Turismo e Islam es clara, el Islam supone una forma de vida y el Turismo forma parte de ella, de hecho uno de los 5 pilares, en los que se sustenta dicha religión, es la peregrinación a los santos lugares.

El turista musulmán viaja por el mundo necesitando unas características específicas en los establecimientos que utiliza. El Marketing se ha percatado de ello y elabora estrategias ad-hoc para este microsegmento, al fin y al cabo *se compra y se viaja como se reza*.

Este trabajo trata de analizar el Turismo Halal en dos países concretos, España y Perú. Ambos con trayectoria histórica empresarial del sector turístico en auge. Por otro lado les diferencia los entornos continentales, étnicos, culturales, religiosos y de desarrollo económico. Un país emergente frente a la *vieja Europa*. Dos mundos, dos realidades y una microsegmentación glocal: el turista musulmán como objetivo empresarial.

Palabras clave: Marketing - Cultura - Religión - Islam - Turismo *Halal*

LA REPRESENTACIÓN DEL MACHISMO Y DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL CINE ESPAÑOL DE ICÍAR BOLLAÍN, JAVIER BALAGUER, ISABEL COIXET Y BENITO ZAMBRANO

AUTORES

María F. Sánchez Hernández y Carlos Oliva Marañón

Universidad Rey Juan Carlos (España)

maria.sanchez.hernandez@urjc.es y carlos.oliva.maranon@urjc.es

En la actualidad, una de las temáticas más representadas en el cine es la violencia de género contra la mujer, auspiciada por la presión mediática y las reivindicaciones que han realizado, entre otros, diversas asociaciones feministas, profesionales del cine y organismos que abogan por la Defensa de los Derechos Humanos.

En España, en los últimos años, se han producido películas, con gran éxito comercial, en las que se denuncian el machismo y la violencia de género, propiciando un cambio en la sensibilidad social.

El objetivo de esta investigación es verificar la representación del machismo y la violencia de género en el cine español. Se ha realizado una metodología de análisis de contenido de las películas *Te doy mis ojos*, de Icíar Bollaín; *Solo Mía*, de Javier Balaguer; *La vida secreta de las palabras*, de Isabel Coixet; y *Solas*, de Benito Zambrano.

Los resultados constatan tanto la gran visibilidad del machismo y la violencia de género en los filmes analizados como el reflejo documental de la situación que la mujer ha sufrido durante décadas, quedando muchas veces en segundo plano o protagonizando solamente personajes de compañera, novia o amante.

Palabras clave: Cine Español – Mujer – Machismo – Violencia de Género – Derechos Humanos

LOS TIPOS DE MÚSICA COMO MEDIO DE PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD

AUTORA

María José Sánchez-Porras
Universidad de Granada (España)
mjsporras@gmail.com

Conocemos la capacidad de atracción que tiene la música. Hay productos cuya imagen se complementa con un tipo determinado de música para dirigirse a un sector concreto de la sociedad occidental actual o para conseguir unos efectos determinados sobre la sociedad. Pero, más específicamente, los expertos en publicidad utilizan la música para imprimirle al spot un valor añadido que en muchas ocasiones sería imposible hacerlos de otro modo y en el breve periodo de tiempo que se tiene en publicidad. Es la persuasión publicitaria a través de la música en el siglo XXI.

Partiendo del análisis de una muestra de spots en concreto de la marca Coca-Cola, comprobaremos la importancia que se da a determinados tipos de música en esta publicidad. Analizaremos el tipo de música que utiliza la marca para conseguir sus objetivos y llegar y permanecer junto a un máximo de público.

A través de la ejemplificación de un caso concreto se va a ofrecer una nueva perspectiva de la publicidad audiovisual. El enfoque proporcionado en este spot nos situará en una doble vertiente del mensaje publicitario. Así, seremos testigos de una concepción concisa y diferente de una publicidad que, partiendo de una estabilidad consolidada, se considera suficientemente fuerte como para acompañar una segunda publicidad sin llegar a participar de ella directamente. Claramente se deja ver de esta manera la persuasión.

Además, el estudio de la música en relación con el texto escrito y narrado nos hará ver una correlatividad estética y estilista entre el formato del spot, el público y aquello que es anunciado. La orientación del trabajo publicitario en definitiva deja clara la actitud persuasiva del mismo empleando un lenguaje sencillo y directo.

Esta comunicación mostrará, en definitiva, como el tipo música no es elegido arbitrariamente y la importancia que puede tener para hacer llegar el mensaje publicitario al público. La música, la persuasión, y la publicidad se dan la mano en un trabajo publicitario que es símbolo de una comunicación muy cercana y bien enfocada.

Palabras clave: Música - Publicidad audiovisual - Persuasión

MÚSICA PREEXISTENTE PARA UN CINE ESPAÑOL DE VANGUARDIA: LA BANDA SONORA MUSICAL DE ‘*VIRIDIANA*’ (1961, LUIS BUÑUEL)

AUTORA

Virginia Sánchez Rodríguez

Universidad Alfonso X el Sabio de Madrid (España)

virginiasanchezrodriguez@gmail.com

Viridiana, la célebre película de Luis Buñuel, es uno de los exponentes fílmicos que ha generado mayor controversia en la historia del cine español y uno de los que más páginas ha acaparado en los últimos años dentro del ámbito académico. La representatividad de la cinta como un ejemplo significativo de la estética cinematográfica más vanguardista de los años sesenta, opuesta a los rasgos estéticos e ideológicos del cine comercial, así como el hecho de que *Viridiana* puede ser comprendida como el comienzo de un cambio estilístico en la obra de Buñuel, son solo algunas de las razones de su interés. Sin embargo, uno de los elementos considerados menos vanguardistas suele ser su música.

Frente a un discurso visual vinculado con algunas de las corrientes artísticas más novedosas, la Banda Sonora Musical de *Viridiana* está formada, de forma exclusiva, por música preexistente. Gustavo Pittaluga (1906-1975), compositor vinculado a las vanguardias musicales del llamado «Grupo de los 8», en este caso no se ocupa de la composición de música incidental sino de la ambientación y de los arreglos precisos de las obras preexistentes, de acuerdo con la necesidad de sincronía. De este modo Pittaluga parece anticiparse a un concepto novedoso dirigido hacia la figura de ambientador musical tal como hoy en día se concibe. Por otra parte, la selección de música preexistente de grandes compositores y de canciones pertenecientes a la vertiente más popular en la obra de Buñuel responde a un interés simbólico e ideológico. En ese sentido Jaume Radigales concibe *Viridiana* como “una blasfemia audiovisual” (Radigales, 2002:88) en relación con el valor simbólico derivado del modo de empleo de la música.

Por todo ello, y con la intención de solventar las erróneas atribuciones musicales de las obras preexistentes insertas en *Viridiana* y recogidas en algunos antecedentes bibliográficos (Becerro Viñas, 2005: 485-495), en el presente estudio proponemos un análisis de la Banda Sonora Musical de la citada película desde una perspectiva formal y semántica. Esto se debe a que la música no solo tiene relevancia por su presencia sino, especialmente, de acuerdo con su función ideológica como reflejo de los intereses del director, algo en lo que *Viridiana* es un exponente único.

Para llevar a cabo esta investigación utilizaremos una metodología basada en el análisis músico-audiovisual a partir de bloques musicales, atendiendo a la diversidad estilística, recreada a través de la convivencia de música sacra y música popular, tanto en su vertiente tradicional como urbana, siendo el sonido popular más contemporáneo el que acompaña los últimos segundos de la película. Y es que, en ese sentido, la evolución musical presentada en la Banda Sonora Musical se produce de forma paralela a la metamorfosis de la joven *Viridiana* a lo largo de toda la cinta de Buñuel.

Palabras clave: Franquismo – Luis Buñuel – Banda Sonora Musical – Ambientación musical – Función ideológica

LA ARQUITECTURA DEL AZÚCAR EN ANDALUCÍA ORIENTAL

AUTOR

Francisco José Sánchez Sánchez
Universidad de Granada (España)
francisco63@telefonica.net

La comunicación supone un resumen de un trabajo de investigación presentado ante el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada (España), mi Tesis Doctoral, titulada “La arquitectura del azúcar en Andalucía Oriental” (1749 páginas). La investigación que fundamentalmente es documental, profundiza en el conocimiento de la arquitectura generada por la industria azucarera en las provincias orientales de Andalucía -es decir, Málaga, Granada y Almería-, y en un marco cronológico que abarca desde mediados del siglo XIX hasta finales del siglo XX.

El estudio se centra en la arquitectura que surge como consecuencia del desarrollo de la producción de azúcar de caña o de remolacha, así como de la fabricación de alcohol, nacida al amparo de aquellas. Desbordando el marco puramente arquitectónico, puesto que esta tesis analiza no sólo las principales tipologías fabriles o residenciales asociadas a esta industria, o el actual estado de conservación de los edificios, su desaparición o sus nuevos usos, sino que también recoge documentación inédita sobre muchos otros aspectos contextuales, como los relacionados con el transporte marítimo o ferroviario.

Los objetivos propuestos han sido:

1. Establecer las diferentes tipologías arquitectónicas de estas industrias.
2. Determinar la existencia de edificios no industriales que aparecen en estas fábricas, sobre todo viviendas.
3. Observar las influencias autóctonas y foráneas en estas construcciones. 4. Estudiar los estilos arquitectónicos dominantes.
4. Subrayar los materiales constructivos empleados.
5. Destacar el papel que juega el mecenazgo como motor del levantamiento de los recintos fabriles y sus intereses en la propiedad rústica y urbana.
6. Investigar los perfiles biográficos de los proyectistas constructores así como de los principales promotores.
7. Conocer mejor la legislación urbanística y de vivienda aplicable a estos núcleos industriales.
8. Estudiar el espacio urbano en el que se insertan las fábricas, sus modificaciones y creaciones ex novo.
9. Analizar las alteraciones estéticas en el paisaje.
10. Reivindicar la conservación de este patrimonio arquitectónico industrial.

Palabras clave: Arquitectura industrial - Patrimonio - Fábricas azucareras

PODER Y MECENAZGO EN LA ARQUITECTURA DEL AZÚCAR EN ANDALUCÍA ORIENTAL. EL DUQUE DE SAN PEDRO DE GALATINO Y LA FÁBRICA AZUCARERA DE LÁCHAR (GRANADA)

AUTOR

Francisco José Sánchez Sánchez
Universidad de Granada (España)
francisco63@telefonica.net

La comunicación estudia la vida y obra del propietario, empresario y político granadino, Julio Quesada Cañaveral y Piédrola que fue Señor de Láchar, Conde de Benalúa y de las Villas, Duque de San Pedro de Galatino y Grande de España.

El estudio se centrará en la arquitectura del azúcar generada en la Vega de Granada después del año 1882, analizando con máximo detalle la historia y las tipologías funcionales constructivas que se manifiestan en la azucarera por él levantada, la denominada fábrica de azúcar “Conde de Benalúa” en dicha localidad de Láchar (Granada), que era de su propiedad.

Nació el Conde de Benalúa en Madrid, el 30 de octubre de 1857. Perteneció al partido conservador, siendo Diputado a Cortes por Huelva y Granada. Fue Senador por Granada, convirtiéndose en vitalicio como Grande de España, a partir del año 1905. Se casaría con María de la Concepción Miró, enviudando en 1900 y contrayendo un segundo matrimonio con Fernanda Salabert y Arteaga, Marquesa de Valdeolmos y viuda del Conde de Villagonzalo, no tuvo descendencia, y por tanto, los títulos pasaron a los descendientes de su hermana María Angustias, y la mayor parte de lo que quedaba de su fortuna, a su segunda esposa que le sobrevivió hasta 1945. Construyó en el año 1890 en Láchar una fábrica de azúcar nombrada Fábrica Conde de Benalúa, además de otra de electricidad y una línea de ferrocarril privada que unía la azucarera de remolacha con la estación de Íllora (Granada).

El Conde siempre tuvo problemas económicos o mejor dicho financieros, debido a las numerosas dificultades derivadas del desarrollo de sus iniciativas o proyectos empresariales. Le ayudarían siempre sus amigos, la Banca Rodríguez-Acosta, mediante tres procedimientos: el préstamo hipotecario, el pagaré avalado por dos firmas y la pignoración del azúcar producido en su fábrica de Láchar. Falleció en Madrid el 15 de julio de 1936 siendo trasladado su cadáver a Granada.

Palabras clave: Arquitectura, Paisaje industrial, Patrimonio azucarero.

EL APRENDIZAJE DE LA VIOLA EN DISCAPACITADOS VISUALES. RECURSOS Y TÉCNICAS PARA FAVORECER UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA

AUTOR

Luis Sánchez Sánchez

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

luissanchezbis@hotmail.com

En España, si bien actualmente especialidades como la guitarra, el piano o el canto tienen mayor demanda entre los discapacitados visuales, los instrumentos de cuerda-frotada (el violín, la viola, el violoncelo y el contrabajo) presentan un número muy escaso de alumnado, dándose por ello la situación de que el profesor de esta especialidad puede encontrarse a lo largo de su carrera profesional con algún caso aislado de alumno de estas características sin haber tenido la oportunidad de haber recibido anteriormente una formación concreta y/o poseer experiencia en este campo.

Es por ello muy interesante que el profesor de esta especialidad pueda tener a su alcance recursos y/o técnicas que, llegado el caso, le ayuden en su labor docente, con el fin de que no tenga dificultades a la hora de guiar al alumno invidente por el aprendizaje de este bonito instrumento, y a la vez que pueda encontrar respuestas a posibles cuestiones fundamentales, por ejemplo cómo ayudar al niño a corregir y/o adquirir movimientos de las distintas articulaciones necesarios en la técnica del instrumento (los cuales se realizan esencialmente con el apoyo visual) o qué procedimientos y estrategias debe indicar al profesor de orquesta y música de cámara, para favorecer así la plena inclusión del alumno en estos grupos en los cuales la vista y las señales por este medio son básicas.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es exponer diversos recursos y técnicas para el aprendizaje de la viola en alumnos con discapacidad visual, con el propósito de generar una red visible de las buenas prácticas entre los participantes, en este caso profesorado, alumnado invidente o no (fomentando así la alteridad) e instituciones de apoyo (como la ONCE, y otras a nivel internacional), para favorecer así la inclusión de este alumnado en particular, y del resto en general, logrando así una efectiva educación inclusiva.

Nuestro método de investigación se ha apoyado en la etnografía (entrevistas, observaciones participantes y diálogos de saberes), intercambiando información en distintos escenarios y con los principales actores que en esta área tienen una conexión directa: alumnos invidentes y sus familiares, especialistas de la ONCE y profesores y directores de música que han trabajado y/o trabajan con músicos discapacitados.

Los resultados son fruto de la etnografía reflexiva desde la revisión de estas buenas prácticas y saberes, así como posibilidades de transformación y propuestas didácticas.

En definitiva, pretendemos contribuir en la enseñanza de los discapacitados visuales, aportando estos recursos y técnicas, que si bien se han concretado para esta disciplina que nos ocupa que es el aprendizaje de la viola, algunos de ellos son igualmente trasladables a las especialidades afines de cuerda-frotada como el violín, el violoncelo y el contrabajo, y como no, también para los profesionales de la música en general.

Palabras clave: Viola - Educación inclusiva - Invidente - Técnicas educativas - Buenas prácticas

COMPARATIVA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN *SPOTS*, *VIDEOCLIPS* Y *FILMS*

AUTORES

Eva Santana López, Josep Rom, Joan Francesc Fondevila Gascón y Pedro Mir Bernal

U. San Pablo CEU, U. Ramon Llull, U. Pompeu Fabra, Escola Universitària Mediterrani de la U. de Girona y U. de Navarra (España)

santana3@uao.es, josepRR@blanquerna.url.edu, fondevila@upf.edu y pmir@unav.es

El objetivo del presente artículo es establecer una comparativa de los estereotipos de género femenino en tres medios distintos: la publicidad (para ello se han seleccionado bloques de anuncios del canal de televisión Antena3 y Telecinco, en la franja horaria *Day Time* y *Prime Time*); los videoclips musicales (responden a una selección de varias de las producciones creadas en los últimos años en las que los géneros y las letras de las canciones van dirigidas a jóvenes, pero especialmente a mujeres, mediante el canal *YouTube* y la revista *Rolling Stones* con su lista de los cantantes más influyentes) y en los films (se eligen los géneros dirigidos a mujeres y, en menos intensidad, a jóvenes. Esta selección se hace a través de la web *El Confidencial* y de la revista *Fotogramas* eligiendo las películas más taquilleras durante determinados años en España.)

Por otro lado, se complementa el trabajo de campo con entrevistas a profesionales de la publicidad, del periodismo y de la sociología y un marco teórico sobre estereotipos de género, en especial en los medios que nos ocupan.

Se concluye que no es cierto el tópico de la publicidad como principal generadora de clichés sexistas ya que hay una mayor presencia de estereotipos de género en la industria musical y del cine que en la publicidad.

Palabras clave: Estereotipo – Tópico – Sexismo– Género – Publicidad – Film – Película – *Spot* – Anuncio – Videoclip

MEDIACIÓN PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA PARA LA CIUDADANÍA ACTIVA: INTERCULTURALIDAD Y DERECHOS HUMANOS

AUTORA

Clara Janneth Santos Martínez

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

janneths@hotmail.com

Esta ponencia se inspira en una línea de trabajo que tiene como eje la creación de escenarios de comunicación y de formación en el aula virtual de aprendizaje, AVA, explorando las posibilidades de mediación comunicacional, pedagógica, y tecnológica con ayuda de las TIC. El modelo a emplear aplicado al contexto colombiano, toma como marco teórico principal los estándares de competencias en TIC para docentes (ECD-TIC). De los tres enfoques formulados por la UNESCO, a saber: Enfoque de Nociones Básicas en TIC; Enfoque de Profundización del Conocimiento y Enfoque de Generación de Conocimiento, se aplicará el enfoque relativo a ‘la profundización del conocimiento’, cuyo objetivo consiste en “incrementar la capacidad de estudiantes, ciudadanos y trabajadores para agregar valor a la sociedad y a la economía, aplicando conocimientos de las disciplinas escolares a fin de resolver problemas complejos y prioritarios con los que se encuentran en situaciones reales en el trabajo, la sociedad y la vida.” (UNESCO; 2008: 12).

No se trata aquí de un simple trasvase de formas o estructuras del mencionado modelo sino de un análisis del contexto colombiano que se apoya en el uso pedagógico de las TIC (incluyendo aquí los ‘*mass media*’ y las nuevas tecnologías derivadas de Internet), ante la especial necesidad, en Colombia, de brindar vías formativas para crear una cultura de paz y ofrecer desde la educomunicación alternativas a la solución del conflicto o posconflicto en el panorama de una situación beligerante que se ha desarrollado en todos los sectores y esferas del país, por más de un siglo, mediante diferentes manifestaciones de la violencia representadas a través de diferentes grupos y subgrupos que han emergido ininterrumpidamente a lo largo del siglo XX y XXI.

El planteamiento de esta actividad docente tendrá en cuenta experiencias anteriores (se mencionan aquí dos referentes: PIMCD-UCM 2013 y 2014) con desarrollos sobre el trabajo colaborativo y el fortalecimiento de una actitud autónoma de los estudiantes, además de la aplicación de buenas prácticas en ambientes virtuales y, por supuesto, la promoción de la interculturalidad y/o valores democráticos y de respeto por los derechos humanos como elementos clave para el crecimiento de ciudadanos activos en las Sociedades del Conocimiento. Se utilizará el LMS Moodle y se considerarán las posibilidades multiplataforma como instrumento eficaz para desarrollar el trabajo académico dentro del marco de Apoyo al Aprendizaje Presencial que tiene la Universidad Autónoma del Caribe.

Palabras clave: Mediación social – Derechos Humanos – Interculturalidad – Trabajo Colaborativo – Ciudadanía activa

DEBATE Y CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO ‘MOOC’ EN 140 CARACTERES

AUTORA

Sonia Santoveña Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

ssantovena@edu.uned.es

Es obvio que el debate sobre los *Massive Open Online Course* (MOOC), en español, Curso Online Abierto Masivo, está abierto en el ámbito académico y, sobre todo, entre los profesionales relacionados con el área de conocimiento. El interés se ve reflejado en el aumento de la oferta de cursos, la multitud de debates desarrollados en la web y en la blogosfera, el creciente número de investigaciones realizadas en los últimos años y publicadas en revistas de impacto (Chiappe-Laverde, Hine y Martínez-Silva, 2015; Selwyn, 2014), como se refleja en el hecho de que, después de la aparición de los primeros cursos, Google Alerts identifica más de 400 recursos en red relacionados con los MOOCs (Baggaley, 2013).

Desde diferentes perspectivas y orientaciones se discute sobre qué se entiende por ‘MOOC’, qué significa y cuáles son sus implicaciones, si es posible considerarlo un forma innovadora de enseñanza, relevante, de interés y eficaz.

El objetivo general de investigación es estudiar si ha tenido lugar un debate público en Twitter que haya contribuido a la construcción del concepto ‘MOOC’. Se estudió el concepto de ‘MOOC’, haciendo una búsqueda, a través de la herramienta Twitter Archiving Google Spreadsheet (TAGS), de los tweets enviados en dos periodos temporales: del día 03/09/2014 al 09/09/2014 y del día 07/04/2015 al 13/04/2015. Se obtiene una población de: 13,183 tweets, de los cuales 9,227 son mensajes directos.

Por otra parte, se ha llevado a cabo un análisis descriptivo y un análisis de contenidos. El análisis descriptivo, pretende responder a la pregunta ¿cómo se ha desarrollado el proceso de comunicación? Y el análisis de contenidos busca responder a la pregunta ¿qué tipo de debate se ha llevado a cabo?

En líneas generales, es posible concluir que no se ha registrado un debate en Twitter, durante el periodo de tiempo estudiado, relativo a lo que significa el concepto MOOC o su implicación en la educación. La mayor parte de los mensajes han sido enviados por instituciones implicadas en el desarrollo de estos cursos, haciendo referencia a los contenidos de sus cursos, destinatarios y características básicas, proporcionando el enlace para ampliar información y/o registrarse en el curso. Sin embargo, aunque no hay debate en Twitter, se observan algunos mensajes concernientes a la evolución, el futuro y su repercusión en la educación de los MOOC.

Palabras clave: Redes sociales - MOOC - Debate

DISEÑO FLEXIBLE DE APRENDIZAJE EN REDES SOCIALES: VALORACIÓN DE UNA EXPERIENCIA DE FORMACIÓN DE PROFESORADO

AUTORA

Sonia Santoveña Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

ssantoveña@edu.uned.es

Dentro de la **formación de profesorado** se hace evidente la necesidad de fomentar nuevas formas de enseñar, más ágiles y abiertas, adaptadas a las características de la Sociedad del conocimiento, ofertas innovadoras que puedan dar respuesta a demandas concretas. El curso "Diseño, Gestión e Integración de Redes Sociales en el aula" se ha basado en estos principios. Se ha fundamentado en un **diseño flexible** del proceso de aprendizaje, donde los contenidos tratados y espacios de interacción han sido tan amplios como el estudiante ha decidido. Con el objetivo de mostrar de manera práctica aquello que los estudiantes iban a aprender, la propuesta formativa ha presentado una metodología innovadora de formación en su totalidad a distancia, fundamentada en el uso de diferentes recursos de aprendizaje virtuales, gratuitos y espacios abiertos de comunicación, como son las redes sociales. El principal objetivo del curso ha sido la formación teórico-práctica del profesorado en la comprensión y aplicación de los nuevos alfabetismos, desarrollados a través de las redes sociales, en sus aulas.

En definitiva, en estas líneas, se describe la **experiencia didáctica en redes sociales**, desarrollada dentro del marco del programa de formación de profesorado, durante el curso académico 2014-2015, en el que participaron 10 estudiantes. La experiencia se describe desde tres perspectivas principales. En primer lugar, se detalla la metodología didáctica desarrollada en el curso. En segundo lugar, se analizan los resultados obtenidos de la valoración de cada una de las actividades didácticas propuestas, así como la valoración global realizada por parte de los estudiantes. Y, en tercer lugar, se presentan un conjunto de conclusiones y reflexiones personales de mejora para la enseñanza relativa a redes sociales. El valor añadido de este estudio no es la representatividad de la muestra, sino la profundidad del análisis realizado, así como la descripción del diseño metodológico.

Los **resultados** indican que los estudiantes consideran una propuesta de alta utilidad a nivel personal y laboral, aunque sugieren fomentar en un mayor grado la interacción entre los estudiantes, por medio del debate en foros y por propuestas de trabajo colaborativo.

Se **concluye** que en la Sociedad del conocimiento, se está imponiendo el desarrollo de nuevos diseños didácticos, más flexibles que se puedan actualizar de manera constante en función de la propia experiencia en la relación estudiante-profesor. Esta es la principal aportación que realizan las redes sociales, nos facilitan modificar, no solo nuestra forma de comunicarnos, la metodología utilizada, sino también los contenidos del programa. Evidentemente, dentro de los límites que establece las diferentes reglamentos y legislaciones.

Palabras clave: Redes sociales – Diseño flexible – Metodología didáctica – Formación de profesorado

EFFECTOS DE LA DESINDIVIDUALIZACIÓN: ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA

María Eugenia Sanz Aniceto
Universidad de Burgos (España)
mesaniceto@ubu.es

Los medios de comunicación han ejercido y ejercen en la actualidad una poderosa influencia sobre la sociedad, generando diversas opiniones públicas sobre cualquiera de los temas considerados relevantes como para ser expuestos ante el gran público.

Con la llegada de Internet y las nuevas tecnología de la información y la comunicación (TIC), con independencia del cambio de soporte, existe un bloque de información que sigue proviniendo de los filtros establecidos por los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo dicha información convive en la actualidad con la generada por el propio público consumidor, ya sea un individuo, un grupo, o un colectivo el que crea y comparte los mensajes que considera relevantes.

Uno de los medios de comunicación social más utilizados (con 300 millones de usuarios) es Twitter. Esta plataforma de comunicación permite, una vez registrado, estar en contacto en tiempo real con personas de interés para el usuario, así como interactuar con la información mediante comentarios o compartiendo la misma a su círculo de seguidores. Ofrece, entre otras ventajas: su simplicidad de manejo, sencillez para usar la aplicación desde diversos dispositivos, brevedad en los comentarios (sólo permite 140 caracteres) e información actualizada en todo momento, pero también conlleva una serie de características no tan ventajosas, como pueden ser el anonimato (perfiles falsos) y la facilidad para manifestar sin censura opiniones, dejando de lado la deseabilidad social cuando se da la pérdida del anonimato y se favorecen los procesos de desindividualización.

El uso de estos medios para la difusión de mensajes ideológicos es evidente y totalmente necesario para hacerlo llegar a la sociedad. Los diferentes grupos sociales conscientes de la importancia de este hecho, ponen de manifiesto sus ideales a través de estos medios.

Para poder, en muchos casos, llegar a influir en un número elevado de personas, se innova constantemente en estrategias que faciliten el conocimiento por parte de la sociedad de determinado movimiento y de sus ideales. Así, las integrantes del movimiento FEMEN usan como soporte para sus lemas sus tornos desnudos con el fin de poder acceder a los diferentes medios de comunicación para dar a conocer a la sociedad su ideología reivindicativa sobre la continuidad del dominio masculino y su lucha por la igualdad de las mujeres.

Desde el análisis de los diferentes comentarios vertidos en la cuenta de Twitter de Femen España se tratará de analizar si el fenómeno de la desindividualización fomenta los comentarios estereotipados y discriminatorios hacia las mujeres y si persisten sentimientos negativos residuales en función del género.

Palabras clave: Estereotipo – Desindividualización – Prejuicio – Sexismo

INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA: UN ARTE REALMENTE ÚTIL

AUTORA

Ángeles Saura Pérez

Universidad Autónoma de Madrid (España)

angeles.saura@uam.es

“Un ARTE realmente útil” es el título de una exposición colectiva, internacional e itinerante inaugurada en la Facultad de Formación del Profesorado y Educación de la Universidad Autónoma de Madrid. Patrocinada por la Comisión Nacional Española de Cooperación con la UNESCO para celebrar la IV Semana de la Educación Artística (mayo, 2015); hace referencia, en la ambigüedad de su título, a la relación con la faceta investigadora del profesorado de enseñanzas artísticas.

La investigación artística usa el dibujo, la fotografía y el vídeo como principales herramientas de indagación. En el campo de la Educación artística nos interesa especialmente pues, como se demostrará con un estudio de caso, proporciona otra perspectiva y modos alternativos de conocimiento de la realidad. Más allá de la experiencia de expresión plástica, visual o audiovisual, genera un conocimiento susceptible de ser transferido mediante la elaboración de un discurso teórico específico y usando originales sistemas de visualización de datos. El sector de las artes visuales se esfuerza por explicar a la comunidad educativa e investigadora la importancia de cuidar la cadena de valor de la creación artística (formación, investigación, producción y difusión) para que su potencial como lecho de innovación no se pierda, a valorar el proceso creativo como un acto reflexivo e investigador. Los principales referentes españoles en este campo son Fernando Hernández (Bases para un debate sobre investigación artística, 2008) y Ricardo Marín (La investigación en Educación artística, 2011).

Desde la Universidad Autónoma de Madrid nos planteamos la necesidad de manifestarnos contra la desaparición de las enseñanzas artísticas del currículum (LOMCE, 2013). Preguntamos a docentes de todo el mundo si consideraban que el ARTE es realmente útil y para qué creían que servía. Utilizamos la investigación artística: les pedimos que su respuesta fuera una imagen, que diseñaran un cartel con el lema que consideraran oportuno.

La respuesta tomó la forma de la exposición colectiva e internacional mencionada. Tiene dos formatos virtual (http://cort.as/TI_9) y real. Se ha convertido en itinerante y será presentada en julio de 2015 en Lisboa en el marco del Congreso Regional de InSEA (International Society for Education through Art: <http://www.insea.org/>). A partir de ahí tiene previsto un recorrido por 25 ciudades de 14 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, EEUU, España, Japón, México, Portugal, Uruguay, Venezuela, Francia y Alemania. Nuestro objetivo es usar el arte para llevar un importante mensaje a toda la comunidad educativa: El ARTE es realmente útil porque sirve para visualizar, representar, explorar, hacer las cosas necesarias más bellas, crear, expresarse, conocerse, investigar, abrir la mente, denunciar, relajar, alegrar, motivar, nutrir el alma, trascender, desarrollar el oído, entender nuestro pasado, ayudar a crecer, revelar otras miradas, pensar la educación desde la base, hacerlo todo más fácil, desarrollar la empatía, desarrollar la justicia social, abrir los ojos, para la arquitectura y otras muchas profesiones y oficios, para desarrollar el sentido del gusto, hacernos soñar y transformar la realidad, para alimentar el espíritu y regenerar el mundo, entre otras cosas.

Palabras clave: Arte – Educación – Investigación – TIC – Exposiciones

EDUCACIÓN ARTÍSTICA PARA LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Ángeles Saura Pérez

Universidad Autónoma de Madrid

angeles.saura@uam.es

Se presenta la línea de investigación creada en 2014, en el contexto de GICE (Grupo de Investigación Cambio Educativo para la Justicia Social: www.gice-uam.es/). La Educación artística (plástica y visual) para la justicia social (Garber, 2004), promueve una acción docente fundamentada en la pedagogía crítica (McLaren, 1984; Giroux, 1997,2003; Kincheloe, 2008). Trabaja para la igualdad de género y desde un enfoque multicultural, por el logro de una educación intercultural y el respeto por una ciudadanía construida por y para todos y todas (Apple y Beane, 1997). Además promueve la accesibilidad a sus recursos en formato digital (Saura, 2009), se interesa por el ejercicio del arte desde la observación y el respeto a la naturaleza y desarrolla proyectos ecológicos y sostenibles de interés comunitario.

El arte (ámbito plástico y visual), entendido como una de las manifestaciones profundamente arraigadas en la expresión de los pueblos, usa el lenguaje de la imagen como vehículo de comunicación. Su carácter universal, confiere a la Educación artística, en todos sus estilos y niveles de impartición, un espacio idóneo para generar oportunidades de participación social, de igualdad y de libertad, usando el lenguaje de la imagen (Jiménez, Aguirre y Pimentel, 2009).

El grupo indaga (y crea) propuestas de educación artística de calidad para un desarrollo integral de todos y cada uno de los docentes y estudiantes de enseñanzas artísticas, teniendo en cuenta su rendimiento y sus condiciones de partida. La investigación está abierta, a través de una red social propia (www.arteweb.ning.com), a la colaboración de investigadores, docentes y artistas, provenientes de diversos ámbitos artísticos, de la enseñanza reglada y no reglada, para el desarrollo de una triple vertiente de trabajo en: el campo de las artes visuales, la docencia artística y la investigación en relación con la Justicia Social. Pretende desarrollar en cada persona su propia identidad y potenciar sus propias capacidades (Nussbaum, 2012). Su investigación-acción pretende:

- a) Una mejor distribución de recursos didáctico-artísticos que otorguen mayores posibilidades de desarrollo profesional a los docentes y estudiantes en general (en particular a los que tienen menos).
- b) Un reconocimiento y una valoración de la diversidad del profesorado y alumnado identificando las estructuras, culturas, actitudes y opresiones que provocan desigualdades sociales.
- c) Una mayor participación y representación del profesorado y alumnado de enseñanzas artísticas en las esferas públicas y en los centros escolares, para conocer sus necesidades de aprendizaje artístico y contribuir a su desarrollo.

El carácter universal de la imagen supone un instrumento de comunicación que permite interactuar a personas de diferentes culturas, género, edad o condición social. Desde el grupo se organizan anualmente dos tipos de eventos para dar visibilidad a sus dos líneas de acción:

- Educación artística (plástica y visual) y Justicia Social: Jornadas de Educación Artística en clave 2.0 (Ejemplo: <http://sextajornadaeducacionartistica.blogspot.com.es/>)
- Arte y Justicia social: Se organizan exposiciones colectivas e internacionales en dos formatos, real y virtual (Numerosos ejemplos en: <http://exposicionesenredadas.blogspot.com.es/>)

Palabras clave: Arte – Educación – Investigación – TIC

LEER EN EL AULA: PROPUESTA PARA MEJORAR LA LECTURA EN SECUNDARIA

AUTORA

Marlén Sedano Fernández
Universidad de Oviedo (España)
marlensedanofdez@gmail.com

La motivación hacia la lectura es un tema muy presente en nuestra sociedad y en nuestra educación hoy en día. Sin embargo, parece que a pesar de todos los estudios que se realizan, el alumnado en general presenta cada vez más características de aborrecer la lectura por distintas causas. Para la mayoría de los jóvenes leer supone “mucho sacrificio” y no ven más allá de que es una actividad muy tediosa y una obligación al mismo tiempo. El carácter de imposición de la lectura por parte del profesorado es quizás una de las bazas de por qué los y las estudiantes no aprecian los textos que se les presentan y que, en muchas ocasiones, retratan cosas de la vida real que vemos habitualmente.

En este artículo abordamos la competencia lectora, muy bien definida por Mata (2008) como un requisito básico para que la lectura no se convierta en un obstáculo o una rémora a la hora de abordar objetivos más ambiciosos.

Lo que se va a intentar es motivar a los y las estudiantes a que lean, no solo en el centro educativo, sino también en casa, dedicando unos pocos minutos a mejorar su nivel. Un buen comienzo es la visualización de un cortometraje, ganador del Oscar al mejor corto de animación en el año 2012, titulado “The fantastic flying books of Mr Morris Lessmore” de William Joyce y Brandon Oldenburg. Un pequeño corto de cine sin diálogo con una bonita historia sobre libros que puede servirles de mucha ayuda para cambiar su impresión sobre estos.

La motivación tiene un papel fundamental en la creación del hábito lector, puesto que el proceso siempre se basa en el material impreso, lo cual implica la existencia de un alumno interesado por lo que está leyendo, capaz de disfrutar del texto objeto de la lectura y de aplicar posteriormente los conocimientos adquiridos mediante la misma en su vida cotidiana.

La problemática de esta innovación será abordada en dos fases: la primera y más importante, se centrará en la falta de motivación hacia la lectura, y en la segunda, trataremos la cuestión del desarrollo de estrategias de comprensión lectora. Las causas de esta problemática pueden ser muchas y muy diversas: poca concentración, pobreza de vocabulario, bajo nivel académico, nivel social, falta de hábito de estudio y lectura en casa...

El objetivo final de esta innovación es motivar hacia la lectura al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. Los cambios no pueden realizarse de un día para otro, así pues el referente de esta innovación sería motivar al alumnado para que lea diariamente por voluntad propia y no por obligación, aunque sea una lectura pequeña.

Se propondrán una serie de objetivos específicos y actividades como herramientas pedagógicas para motivar a los y las estudiantes hacia la adquisición del conocimiento a través de la lectura.

Palabras clave: Lectura – Secundaria – Comprensión – Motivación lectora

LA EXPERIMENTACIÓN DEL VIDEOCLIP MUSICAL POSTELEVISIVO: NUEVAS FÓRMULAS CREATIVAS DEL VIDEOCLIP DIGITAL

AUTORA

Ana María Sedeño Valdellós
Universidad de Málaga (España)
valdellos@uma.es

La experimentación del videoclip musical se ha acentuado con la aparición de Internet, por el volumen de producción y porque las experimentaciones con software y la variedad de formatos que permite la web han disparado las propuestas de videoclip, más allá de lo que se conoce como videoclip musical oficial. Tras una etapa donde los usuarios han sabido aprovechar la capacidad de las nuevas tecnologías en torno a la edición audiovisual, el remix y la subida de contenidos reeditados y paródicos, la industria musical intenta dirigir este potencial y convertir el formato videoclip en un terreno de experimentación constante. No son pocas la problemáticas también, los web-based video vuelven muchas de sus propuestas muy volátiles (webs que desaparecen, problemas de navegador o falta de *codecs* o scripts necesarios para su visualización...). Por otro lado, se puede acceder a algunas bases de datos con información sobre la producción (nombre de productora, director...) y la recepción del videoclip (canales, número de visualizaciones, número de *likes*...), que pueden servir al investigador para un análisis comparativo de tendencias.

El texto tendrá como objetivo exponer los resultados de la observación sistemática de algunas *sites* especializadas en experimentación audiovisual, diseño y videocreación para detectar tendencias de creación en el videoclip musical actual.

El texto se estructura con una primera parte donde se exponen los precedentes básicos del videoclip en la red (las fases de su implantación y la aportación, para la investigación en este formato, de *sites*, páginas y blogs con acceso a datos relevantes sobre el mismo). En segundo lugar, se describirán los detalles de la metodología (elección de *sites*, relevancia...) y del corpus de trabajo. Se describirán las tendencias creativas detectadas y se reflexionará sobre su futuro. Finalmente, las conclusiones apuntarán algunas líneas de investigación en prospectiva, necesarias de abordar para consolidar al videoclip como centro de la vanguardia de experimentación del audiovisual contemporáneo.

Palabras clave: Videoclip musical - Experimentación audiovisual - Realización publicitaria - Videoclip postelevisivo

COLISIONES TEMPORALES Y ESPACIALES EN LA CREACIÓN AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA: EL CASO DE JANET CARDIFF Y DE GREGORY CHATONSKY

AUTORES

Jesús Segura Cabañero y Toni Simó Mulet
Universidad de Murcia (España)
jesusegu@um.es y simo@um.es

Este texto se enmarca en el conjunto de investigaciones desarrolladas en el proyecto de investigación “Temporalidades de la imagen: heterocronía y anacronismo en la cultura visual contemporánea”, dentro de la modalidad de proyectos I+D+I del ministerio de Economía y Competitividad (HAR-2012-39322).

El presente texto analiza la recepción de la visualidad contemporánea a través de la temporalidad, la espacialidad, la memoria y la historia de la imagen proyectada en movimiento sobre las obras de los artistas Janet Cardiff y Gregory Chatonsky. El análisis se fundamenta en las características específicas del tipo de producción artística de los nuevos medios, basados en el tiempo, el espacio y la memoria, es decir, aquellas obras de arte que dependen de la tecnología, la duración temporal y su emplazamiento narrativo en el espacio como dimensión interpretativa, así como en sus modelos de persuasión comunicativa.

El problema de entender la contemporaneidad en la obra de arte se basa precisamente en esa colisión de los espacios y los tiempos, que son alterados debido a sus contextos y a sus prácticas procesuales.

Analizaremos las anacronías espacio-temporales de las intervenciones artísticas de Janet Cardiff. Sus obras decodifican la obsolescencia de un espacio para articular modelos espacio-temporales que dialogan entre pasado-presente. La obra de Cardiff se analizará teniendo en cuenta a autores como Andreas Huyssen y Dylan Trigg que han aportado el estudio de los palimpsestos urbanos y los discursos de la memoria del lugar.

Analizaremos también las heterocronías espacio-temporales en las prácticas artísticas del artista Gregory Chatonsky que modifican el estatuto espacial del lugar y que incorporan una hibridación de lo local y lo global. La obra de Chatonsky se contrastará con autores como García Canclini y Henri Lefebvre que han estudiado el proceso de transformación etnográfico de los espacios urbanos.

Palabras clave: Recepción - Audiovisual - Temporalidad - Memoria - Experiencia

EVOLUCIÓN Y EFECTIVIDAD DE LOS SPOTS DE LA DGT

AUTORA

Rosario Segura García
Universidad de Granada (España)
rosariosegura@ugr.es

La importancia de la seguridad vial ha sido una constante en los últimos 50 años. Desde que comenzó su existencia, la Dirección general de Tráfico y su publicidad ha sido consecuente con dicho objetivo. Desde el principio se establecieron planes de prevención, a través de diversos medios como carteles en las carreteras y calles, la radio y la televisión. En los últimos años, dicha política de prevención se ha insertado en la web de la entidad y han ido apareciendo los diversos perfiles oficiales en redes sociales. Se produce un cambio significativo de estrategia desde la recomendación de la Unión Europea a los Estados miembros, en el año 2003, de la elaboración de planes estratégicos de prevención a medio y largo plazo. Como consecuencia de esta recomendación la DGT hace más exhaustivos los estudios de la siniestralidad.

En España, el primer plan estratégico de prevención data del año 2005 y estaba previsto que se extendiera hasta el 2008, alargándose en la práctica hasta el año 2010 por motivos de cambio de gobierno. El segundo plan se elabora en el 2011 y su duración está proyectada hasta el 2020. La publicidad que se elabora tiene en cuenta estos objetivos marco, y se hace partícipe al espectador de los resultados obtenidos.

La mortalidad debida a accidentes de tráfico en España ha descendido vertiginosamente desde el 2001 situándose nuestro país entre uno de los más seguros de Europa. Los fallecimientos han descendido en números absolutos desde esa fecha hasta 2014, y llega a un número inferior a los de 1960 (fecha de la primera estadística) en el caso de vías interurbanas. Teniendo en cuenta que el parque móvil y el número de conductores han ido aumentando, son datos alentadores. Desde 2007 desciende además, no solo el número de fallecidos, sino el de víctimas en total. Sin embargo el número de accidentes no ha descendido como se deseaba, por lo que la bajada en número de fallecimientos no es debida a este factor sino a otros como el aumento de mecanismos de seguridad en el propio coche y la mejora de infraestructuras. No obstante, estos factores no son ajenos a la publicidad institucional ya que parte de la prevención tiene como objeto el uso de mecanismos de seguridad como el cinturón o las sillas de retención infantil.

En este trabajo se pretende analizar la publicidad institucional de la DGT desde el año 1998 hasta la actualidad (2014), centrandó la atención en los spots emitidos. El motivo de elegir esta fecha es la existencia de trabajos que analizan épocas anteriores, que los últimos datos a nivel global disponibles son de 2014. El objetivo que se pretende conseguir es el siguiente: realizar una clasificación de diversas épocas de la publicidad de la DGT y detallar las características principales de cada una, teniendo en cuenta los trabajos ya realizados hasta el año 1997, y proponiendo una nueva clasificación hasta la actualidad.

Palabras clave: Publicidad institucional – Seguridad vial – Dirección General de Tráfico (DGT) – comunicación audiovisual – Spot

LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE LOS PERIODISTAS EN EL CONTEXTO DE LA PROPUESTA DE CURRÍCULUM DE UNESCO

AUTORES

José Carlos Sendín Gutiérrez y Juan Francisco Torregrosa Carmona

Universidad Rey Juan Carlos (España)

josecarlos.sendin@urjc.es y juanfrancisco.torregrosa@urjc.es

La formación universitaria de los periodistas es un asunto de interés general para la sociedad, como demuestra la propuesta de currículum lanzada por Unesco (2007, 2013).

Sin negar la necesidad del trabajo tecnológico y multimedia, la práctica docente viene detectando sistemáticamente la carencia en el ámbito de la competencia comunicativa tradicional, de la capacidad de los alumnos para la expresión tanto oral como escrita. Por tanto, es ahí donde habría que reforzar la formación reglada de los futuros profesionales de la información.

La institución de referencia advierte sobre la conveniencia de capacitar a los estudiantes en el tratamiento de los aspectos informativos de la actualidad y en la cobertura de los hechos relevantes de la sociedad. Antes que pensar en una especialización en determinada clase o soporte de medios de comunicación. Incluso la especialización por áreas temáticas resultaría poco práctica en esta etapa inicial ante un mercado laboral que demanda un profesional polivalente y al que sólo le cabe esta opción tras un cierto recorrido profesional.

Desde la existencia de la formación universitaria en España en el ámbito de la Comunicación (aunque con precedentes, iniciada en los años setenta de forma equiparable al resto de carreras) ha sido puesta en valor la ineludible combinación de conocimientos teóricos y enseñanza práctica para alcanzar una formación de calidad. En ese debate se sigue, actualmente en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Ante la posibilidad cierta de un nuevo cambio en la estructura de los grados y máster universitarios, parece un buen momento para profundizar en esta cuestión. Todo ello con el ánimo de mejorar una formación reglada que pese a los avances experimentados cuenta todavía con un amplio margen de mejora. No olvidemos que contar con periodistas bien formados es una premisa para poder tener una sociedad igualmente bien formada e informada. Con visión crítica y democrática. Para lo cual la función de intermediación de la prensa y la comunicación en general - con sus notables cambios- sigue siendo un puntal considerable del sistema democrático en el que se asientan, a su vez, la libertad de expresión y la de comunicación pública de información.

Palabras clave: Currículum – Enseñanza universitaria – Formación – Periodistas – UNESCO

DE ANIMAL RACIONAL A ANIMAL SENTIMENTAL: O CONTRIBUTO DAS NEUROCIÊNCIAS PARA UMA REDEFINIÇÃO DO HUMANO

AUTORA

Ana Leonor Serra Morais dos Santos

Universidade da Beira Interior e LabCom.IFP em Covilhã (Portugal)

moraissantos.ana@gmail.com

Na resposta à pergunta pelo Homem, as emoções foram tradicionalmente pensadas, no mundo ocidental, segundo os registos ou de antagonismo ou de submissão relativamente à superior faculdade da razão. Sob a égide da *ataraxia*, com os estóicos, da *razão pura*, com Kant, e de outras versões de cada uma destas figuras, a história do pensamento mostra maioritariamente a tentativa de desprendimento do corpo e o combate às paixões como forma de elevação antropológica. O conceito de *animal racional* é paradigmático desta conceptualização. Ora, fazendo uso dos princípios epistemológicos da interdisciplinaridade e da *integração vertical* (respeitante à obrigatoriedade de coerência interdisciplinar e à necessidade de justificar eventuais incompatibilidades), consideramos que devemos atender à inclusão das emoções e dos sentimentos na prática e no discurso científico, que teve uma maior expressividade a partir da última década do século XX, para, desse modo, aferirmos da sustentabilidade da ideia de animal racional.

Na verdade, a referida inclusão, pela qual António Damásio foi um dos principais responsáveis, culminou numa rejeição do dualismo antropológico, por via da intersecção entre emoções, sentimentos e razão. Assim, partindo da hipótese de que o elemento estruturante do humano são os sentimentos, o nosso objectivo é sustentar a tese de que o Homem pode ser definido como *animal sentimental*, encontrando-se nessa expressão uma circunscrição antropológicamente adequada.

O enquadramento teórico da nossa reflexão terá por base a investigação neurocientífica, particularmente o trabalho desenvolvido por Damásio, cuja teorização acerca das emoções e dos sentimentos, bem como o mais recente trabalho acerca da consciência, será objecto de análise. Por um lado, trabalharemos a ideia de que os sentimentos estão no limiar que separa o ser do conhecer; por outro, e em articulação com o referido, analisaremos a relação entre os sentimentos e a consciência.

O nosso intuito não é, como se compreenderá, reduzir o humano à neurobiologia. Simplesmente, acompanhamos Kathinka Evers na consideração de que as neurociências nos permitem compreender melhor “quem somos” e “como funcionamos”, e pretendemos destacar que o *homem neuronal* (expressão que dá título a uma obra do importante neurocientista francês Jean-Pierre Changeux, também ele impulsor da interdisciplinaridade) não coincide com o homem racional, principalmente se pensarmos a racionalidade apartada das emoções e dos sentimentos.

Palavras-chave: Consciência – Emoções – Neurociências – Racionalidade – Sentimentos

LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FAMILIA: RETOS PARA LA INTEGRACIÓN

AUTORES

José Francisco Serrano Oceja y María Solano Altaba

Universidad CEU San Pablo (España)

pserrano@ceu.es y msolano@ceu.es

El desarrollo masivo de los medios de comunicación en la última parte del siglo XX y en el siglo XXI ha supuesto un significativo cambio en la manera en la que se consume el producto emanado por los medios de comunicación en los entornos familiares. Las consecuencias de estas transformaciones se perciben en aspectos relacionados con la forma de vinculación entre los miembros de la unidad familiar y el proceso socializador connatural a esta célula primigenia.

Se hace necesaria una aproximación multidisciplinar al estudio pormenorizado de los cambios que está suponiendo la comunicación para comprender cómo afectan a la persona desde el punto de vista antropológico. El presente trabajo reflexiona sobre esas transformaciones y plantea los conflictos más habituales en el fenómeno integrador de los medios en el entorno familiar.

Al mismo tiempo, las familias también necesitan llevar a cabo esa reflexión para comprender el nuevo ecosistema de medios de comunicación en el que se desarrollan ellos y sus hijos. En este sentido, ahondamos en la cuestión de la brecha generacional que se está produciendo por la diferenciación entre los nacidos en la era digital y los que proceden de formatos de comunicación analógicos.

En ese proceso de análisis, las familias tienen que asimilar cómo se produce el nuevo fenómeno comunicativo y que respuestas van a proporcionar a las situaciones que se generan en el entorno familiar provocadas, entre otras razones, por el entorno multipantalla y multitarea que ha modificado la forma en la que se llevan a cabo los procesos cognitivos.

Planteamos una batería de cuestiones de relevancia que tener en cuenta para entender la transformación que se está experimentando y, al mismo tiempo, una serie de propuestas de actuación en el seno familiar.

Palabras clave: Medios de comunicación – Familia – Socialización – TIC – Paradigma relacional

LA ENSEÑANZA DEL FARSI: UNA PROPUESTA INTERDISCIPLINAR

AUTORA

Najmeh Shobeiri

Universidad Allameh Tabatabai (Irán)

njshobeiri81@gmail.com

El farsi, al igual que cualquier otro idioma no puede olvidar que las raíces de su expresión y contenido, se encuentran en el hecho lingüístico. La Lingüística de Saussure, en su relación Lenguaje-Lengua-habla, así como la Semiología, “estudio de los signos en el seno de la vida social”, con Roland Barthes -entre otros-, se han ocupado de ello. Siempre que hablamos estamos comunicando con signos que nos permiten representar una concepción del mundo, una cosmovisión, un concepto de nosotros mismos o de lo que se circunscribe a nuestro alrededor, una idea, una duda, una metáfora, en fin... una representación simbólica que configura un proceso cognitivo que nos permite comunicar.

Al hablar de la enseñanza de una lengua, independientemente de la forma en que se estructuren sus contenidos, o la metodología que se emplee, se debe tener en cuenta que el proceso educativo sea constructivo e inclusivo para dicha cultura. Esto implica, que se contemple el contexto, las interacciones comunicacionales y los significados culturales que se producen como elementos importantes dentro del hecho pedagógico. La enseñanza de la lengua farsi debe partir, entonces, de incrustar elementos culturales –a medida- y al servicio del hecho educativo. Así, productos culturales como la literatura, el teatro o el cine, deben servir, y de hecho han servido, de ejes de articulación para la enseñanza de la lengua.

Lo “educativo” constituye entonces un factor importante que modifica e incluso transforma el proceso enseñanza-aprendizaje haciendo que educación, comunicación y cultura no sean, simplemente, elementos transversales, sino que constituyan elementos que articulen de manera integral el proceso y constituyan un todo metodológico e instruccional convergiendo interdisciplinariamente en la mediación pedagógica. Tal y como señala Mar Fontcuberta: “*La relación entre comunicación y educación se da desde el origen mismo de ambos conceptos: no puede entenderse la tarea educativa sin una acción comunicativa*” (2001; 141). De otro lado, en el momento en que se integran los medios de comunicación y con ello sus productos culturales (programas de televisión, podcasts, fragmentos de noticias, vídeos, literatura, etc.), se puede afirmar que se generan múltiples interacciones que permiten el aprendizaje, pero también la construcción del sentido con el eje cultural.

En la literatura o en el cine iraní se evidencia la cultura, la tradición, lo urbano, lo rural, el mito, la leyenda y la poesía, entre otros símbolos que, como un palimpsesto se instalan como herederos transmisores de una cultura milenaria. El uso del cine y la literatura, para enseñar farsi permiten evidenciar las intersecciones entre lenguaje, lengua y el habla en el seno de la cultura. Así, este trabajo reflexiona sobre la forma como se instalan nuevos saberes, convergen nuevos medios, se integran acciones metodológicas extendiendo el ámbito de la educación fuera de las aulas y fuera del libro de texto, integrando los marcos de referencia de la cultura, la comunicación y la pedagogía en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras Clave: Enseñanza del farsi - Educomunicación - Lengua y Cultura

LA FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL ANTE LA CONVERGENCIA DE BOLONIA

AUTORES

Javier Sierra Sánchez y Sheila Liberal Ormaechea
ESNE y Universidad Francisco de Vitoria (España)
javier.sierra@esne.es y s.liberal.prof@ufv.es

En España los videojuegos alcanzan su madurez y se les otorga el estatus que les corresponden cuando en el año 2009 la Comisión de Cultura del Congreso de los Diputados aprobó por unanimidad una proposición no de ley del Grupo Parlamentario Socialista para la promoción y el respaldo a la industria cultural del videojuego. En ese momento, los videojuegos pasan a formar parte de las industrias creativas de este país.

Según el Estudio de la Economía Digital: Los contenidos y servicios digitales (2013) el sector de los videojuegos en España contribuyó a la industria de los contenidos digitales en 890 millones de

Euros. Otro informe realizado por PwC (PricewaterhouseCoopers) denominado *Entertainment and Media Outlook 2014-2018 (España)* concluye que la industria del videojuego podría alcanzar en España ingresos de 995 millones de euros en 2018. Podemos afirmar que se trata de una industria en continuo crecimiento, y con perspectivas, a medio y largo plazo, de crecimiento. Esa industria precisa de profesionales adecuadamente formados en las diversas fases de la creación de un videojuego – desde la ideación hasta la comercialización y promoción del mismo.

La adaptación del Plan Bolonia en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales empezaba en España una reforma del sistema educativo universitario, permite, entre otras muchas cosas, diseñar planes de estudios abiertos y flexibles así como un acercamiento entre la Empresa (tejido productivo) y la Universidad. Este ha sido el marco ideal para que grados tan innovadores como el de Diseño y Desarrollo de Videojuegos entren a formar parte del catálogo de títulos. De este modo las universidades se han configurado en el lugar idóneo para formar en competencias a los futuros profesionales de la industria del videojuego.

En este artículo pretendemos analizar la oferta formativa relacionada con el objeto de estudios de los videojuegos (grados y másteres) con el fin de analizar una serie de variables (materias, asignaturas, competencias, salidas profesionales) para obtener las primeras conclusiones del incipiente proceso de convergencia europea relacionada con la formación e investigación del videojuego.

Palabras clave: Videojuegos - EEES - Formación universitaria - Salidas profesionales - Industria creativa

PROPUESTA DE MEJORA EN LA PRONUNCIACIÓN EN LENGUA INGLESA PARA FINES COMUNICATIVOS: ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES DE INNOVACION DOCENTE Y CURRICULAR

AUTORA

Concetta Maria Sigona
Universidad de Burgos (España)
cmsigona@ubu.es

La adecuación comunicativa es de fundamental importancia en los estudios sobre el aprendizaje de una lengua extranjera ya que el objetivo principal de la mayoría de los estudiantes de un segundo idioma es, hoy en día, comunicarse con éxito en situaciones reales. Es igualmente importante alcanzar una comunicación fluida y bien articulada que permita una buena comprensión por parte del interlocutor, bien sea hablante nativo o de otra nacionalidad cuyo idioma vehicular sea el inglés. Para ello se ha implementado una metodología cuyo enfoque, activo y reflexivo, está orientado al desarrollo de la estrategia del *Problem solving*.

Este estudio de caso se ha llevado a cabo en la clase de la asignatura de Fonética inglesa para futuros maestros de Educación Primaria. Se ha trabajado con 75 alumnos. Al comienzo de las clases prácticas se detectó que, pese a tener un nivel medio alto (B1/B2), la mayoría de los estudiantes mostraba dificultades en distintos aspectos fonéticos de la lengua inglesa, entre los que cabe destacar: la correcta producción de algunos sonidos, el *word stress*, el *stress timing*, etc.. Antes de proceder a la elaboración de una estrategia para la mejora de su pronunciación se programaron una serie de actividades de producción oral para facilitar la detección y tipificación de los errores cometidos y se realizó una recopilación de los más frecuentes. Se procedió a la grabación de dichas actividades y después de haber analizado los datos se buscó una forma práctica que ayudara a los estudiantes en el reconocimiento y reflexión sobre sus errores de pronunciación para evitar que se volvieran a presentar. En un segundo momento se seleccionaron algunas actividades específicas para la superación de dichos errores y se realizó una evaluación final.

Los resultados finales indican que, tras estas intervenciones, los alumnos son conscientes de sus errores, han adquirido cierta autonomía en la corrección y además son capaces de prever y, por consiguiente, evitar que estos mismos errores se repitan.

Palabras clave: Adecuación Comunicativa - Errores - Reflexión - Actividades - Autocorrección

DISPOSICIÓN A PAGAR POR LA METODOLOGÍA DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

AUTORES

Waleska Sigüenza Tamayo y Ainara Arsuaga Uriarte

Universidad del País Vasco (España)

waleska.siguenza@ehu.eus y ainara.arsuaga@ehu.eus

El objetivo de este trabajo es analizar el grado de satisfacción del alumnado, de la asignatura Contabilidad Financiera en la E.U.E. Empresariales de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), al que se ha aplicado la metodología de aprendizaje basado en problemas (ABP). En dicha metodología se incorporan nuevas estrategias y técnicas de enseñanza que favorecen un aprendizaje más inductivo y se acerca al alumno a situaciones profesionales reales en las que debe resolver en equipo los problemas que se planteen. Finalizada la fase de implantación se estudia la satisfacción de los participantes y se cuestiona la disposición a pagar por consolidar esta metodología activa de aprendizaje.

La metodología ha sido cuidadosamente diseñada a través del programa Eragin, programa utilizado por la UPV/EHU para impulsar la implantación del ABP. Así, se ha desarrollado una guía de aplicación que persigue una actitud activa del alumno. Se procura que sea el propio alumno el que lleve la iniciativa del proceso de aprendizaje. En la guía se incorporan actividades como el "puzle" que consigue implicar a todos los miembros de un equipo en la consecución de un objetivo final. También se incorporan ejercicios de autoevaluación, evaluación individual y evaluación grupal que ofrece a los alumnos el *feed-back* necesario para corregir desviaciones en el proceso de aprendizaje o para reforzar la autoestima por el conocimiento adquirido gracias al esfuerzo individual y grupal. La guía incorpora como elemento innovador documentos reales (facturas, contratos, documentación bancaria, etc.) con los que desarrollar las actividades y poder solucionar los problemas planteados.

Al finalizar la aplicación de esta metodología activa se recogieron las impresiones del alumnado para conocer su grado de satisfacción con respecto al desarrollo del proceso de aprendizaje con esta metodología. Se esperaba una respuesta positiva al ABP puesto que se considera una interesante alternativa a la metodología tradicional, que permite evaluar la capacidad del alumno para resolver situaciones equiparables a las que tendrá que afrontar en su vida profesional. Sin embargo genera un gran volumen de trabajo que hace prácticamente inviable su aplicación en grupos con un elevado número de alumnos. Por ello, se planteó a los alumnos la posibilidad de un incremento del 10% del precio de la matrícula de las asignaturas impartidas con esta metodología para conseguir recursos que aseguren su correcta implantación.

Los resultados indican un alto grado de satisfacción con el trabajo realizado a nivel individual y grupal. También se constata la gran aceptación de la metodología puesto que una amplia mayoría de los participantes desearían trabajar en los próximos cursos con la misma metodología. Además, pese a la reticencias que existen a afrontar un mayor coste en las matrículas, prácticamente la mitad de los alumnos estarían dispuestos a pagar por asegurarse una formación basada en ABP.

Palabras clave: Disposición a Pagar – Satisfacción – Metodología ABP

REPRESENTACIÓN DE LAS MARCAS PUBLICITARIAS EN *LOS SIMPSONS*

AUTORAS

Esther Simancas González y Alba García Hidalgo

Universidad de Cádiz (España)

esther.simancas@uca.es y alba.garciahidalgo@alum.uca.es

Más allá de ser una serie de culto, *Los Simpsons* han llegado a convertirse en un fenómeno social. Seguida tanto por público infantil como por público adulto, la serie de animación estadounidense con más entregas de la historia (25 temporadas completas, con un total 574 capítulos y 61 extras) cuenta con más de 40 millones de televidentes semanales en más de 25 países (Marta y Tovar, 2011).

Su repercusión y éxito a nivel mundial así como su peculiar manera de retratar, a partir del humor ácido y la ironía, la cultura occidental y en concreto la norteamericana (Grandío, 2008) han hecho que se haya convertido en objeto de estudio de multitud de investigaciones, interesadas en diferentes aspectos de la misma: influencia de la serie en los telespectadores de temprana edad, comportamiento y estereotipos sociales de los personajes, representación de la sociedad,...Pero hasta ahora, la serie no había sido abordada científicamente desde una perspectiva publicitaria.

Si en *Los Simpsons* se alude y refleja la realidad social, no es de extrañar que la publicidad, uno de los elementos cotidianos más característicos de nuestra sociedad, esté presente en la serie. Esta investigación pone el foco en las marcas publicitarias, al ser uno de los elementos cruciales del universo publicitario descrito en *Los Simpsons*, y se pregunta: ¿cuál es la finalidad u objetivo de la representación de las marcas publicitarias en *Los Simpsons*?, ¿se hace alusión a marcas reales?, ¿se pretende hacer publicidad de las marcas o, al contrario, criticarlas?

Para responder estas preguntas, se ha empleado el análisis de contenido, teniéndose en cuenta un conjunto de variables destinadas a analizar la identidad visual corporativa de las marcas que aparecen en la serie y a averiguar qué tipo de técnicas publicitarias se emplean. Además, también se han tenido en cuenta otras variables que contribuyen a una mayor contextualización de las mismas, como por ejemplo, el uso que se hace de una marca determinada o los comentarios de los personajes relacionados con dicha marca.

Los resultados y las conclusiones apuntan a que las marcas que aparecen en *Los Simpsons* son representaciones de marcas reales, a las que se le hacen pequeñas variaciones en algún elemento de la identidad visual corporativa para ser criticadas en alguno de sus elementos esenciales o más reconocibles. La mayoría de las representaciones de marcas se hacen de forma indirecta y sutil, a través de la técnica publicitaria del *product placement*, con el objetivo de que esta crítica sea aún más mordaz, ya que de esta forma la marca forma parte de la trama y de la vida cotidiana de los personajes.

Palabras clave: Publicidad – Los Simpsons - Crítica – Contrapublicidad – Marca publicitaria

DIAGNÓSTICO DE LA ARTESANÍA DE TÁNGER. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DEL SECTOR

AUTORES

Esther Simancas González, María García García, Carmen Silva Robles, Said Balhadj y Driss Ferhane

Universidad de Cádiz, Universidad de Extremadura y Université Abdelmalek Essaâdi (Marruecos)
esther.simancas@uca.es, mgargar@alcazaba.unex.es, carmensilva.robles@uca.es y sbalhadj@yahoo.fr

El proyecto ha sido desarrollado por investigadores pertenecientes a las universidades las Universidad de Cádiz y Universidad Abdelmalek Essaâdi de Tánger-Tetuán y financiado por el Aula del Estrecho.

La cooperación entre los territorios situados a ambos lados del Estrecho es una realidad apremiante. De acuerdo con Sánchez de las Heras (2006) puede decirse que el sur de España y el norte de Marruecos comparten un pasado histórico común y la pertenencia a un espacio geográfico de características ecológicas muy similares. Relaciones económicas, sociales, culturales que convierten la cooperación entre ambos países en un objetivo prioritario tanto para la Unión Europea como para los gobiernos de ambos países.

Asimismo, la artesanía es un sector debilitado a ambos lados del Estrecho en gran medida por los profundos cambios en los sistemas de producción y en las pautas de consumo (Sánchez de las Heras, 2006). Es por esto que la promoción de la artesanía local y su valor económico en la región transfronteriza Andalucía-Norte de Marruecos ha ocupado un lugar destacado para la Junta de Andalucía en los últimos años (Valencia y Agudo, 2011).

El principal objetivo de este trabajo es conocer los puntos fuertes y débiles de la artesanía de la región Tánger-Tetuán para sentar las bases de planes de comunicación y promoción sólidos que reflejen su identidad y sean coherentes con la realidad del sector y pueda ayudar al reposicionamiento del mismo. La correcta promoción y difusión de la artesanía podría suponer un acicate para un sector en horas bajas ya que según Blay Arraez et al. (2014:21) la competitividad y el futuro de los sectores tradicionales, como es el caso de la artesanía, pasa por “la instalación de la cultura de la comunicación en estos sectores, la oportuna cooperación entre las distintas empresas para construir marcas territorio potentes y la fijación de una relación de confianza y eficacia entre agencias y organizaciones”.

Ante la inexistencia de literatura previa que aborden la cuestión de la difusión y la comunicación del sector, se ha llevado a cabo una aproximación exploratoria al objeto de estudio con una doble dimensión: conocer la imagen interna y la imagen que el sector tiene en Andalucía.

Para ello, se han realizado entrevistas con actores andaluces (9 maestros artesanos y 3 instituciones) implicados en el sector artesanal y grupos de discusión con (9) artesanos tangerinos con el fin de realizar una primera radiografía del estado de la cuestión. El resultado de estas entrevistas y de los grupos de expertos se refleja en un análisis DAFO que revela un sector artesanal con una identidad muy diluida e indiferenciada así como reticente a la innovación y a las nuevas tecnologías.

Palabras clave: Sur de España - Norte de África - Cooperación - Artesanía - Fortalezas y debilidades

ABORDANDO EL ESTIGMA SOCIAL DESDE EL APRENDIZAJE SERVICIO, LA COMUNICACIÓN Y LA INNOVACIÓN SOCIAL

AUTOR

Salvador Simó Algado
Universitat de Vic (España)
Salvador.simo@uvic.cat

El aprendizaje servicio universitario (ApS-U) integra la educación en la excelencia con prestar un servicio a la comunidad. Esta comunicación presenta el proyecto de ApS-U POTENCIAL desarrollado desde el grupo de investigación Salud Mental e Innovación Social (SAMIS) de la Universitat de Vic (UVic); con la colaboración del Laboratorio de Innovación Social y Desarrollo Regional (LIDER) del Instituto Politécnico de Porto y de la Fundació Centre Mèdic Psicopedagògic d'Osona (FCMPPO). Se trata de un proyecto docente de colaboración internacional e interdisciplinar, con la participación de terapeutas ocupacionales, psicólogos, profesionales de la comunicación y de las artes dramáticas.

El proyecto se ha enmarcado dentro de la asignatura *Autonomía para la autonomía personal en el adulto* de 3er año del grado de Terapia Ocupacional de la UVic. El proyecto será también implementado desde el grado de Terapia Ocupacional del Instituto Politécnico de Porto.

El estigma social conlleva el rechazo de ciertos grupos sociales, como las personas con enfermedad mental. Los prejuicios sociales hace que emitamos juicios en relación colectivos antes de poder conocerlos. Ante estas realidad es básico establecer puentes de comunicación entre los colectivos estigmatizados y la sociedad para poder trascender dichos prejuicios de-construyendo el estigma social. En el proyecto Potencial estudiantes de Terapia Ocupacional han trabajado conjuntamente con personas con enfermedad mental usuarias de la FCMPPO, en el desarrollo de una campaña de comunicación para mostrar a la sociedad el potencial de las personas con enfermedad mental y denunciar los estigmas sociales. Con tal fin, en el marco de la asignatura, los estudiantes conjuntamente con los usuarios de la FCMPPO han recibido una capacitación en técnicas de comunicación audiovisual (fotografía y video), desde el servicio de audiovisuales de la Universidad de Vic; y una capacitación en técnicas teatrales. A partir de estos conocimientos han creado narrativas audiovisuales que denuncian el estigma social.

La innovación social del proyecto radica en el trabajo compartido con las personas con enfermedad mental desde un marco de empoderamiento y aprendizaje mutuo; el desarrollo de una educación basada en la realidad sensible a las problemáticas sociales; y el abordaje internacional e interdisciplinar del proyecto.

Como resultado se ha creado la exposición Potencial formada por los videos creados y el seguimiento fotográfico del proyecto. Ésta será mostrada en ambos países coincidiendo con la Jornada de la Salud Mental, y será la base de campañas de comunicación y concienciación social; así como la capacitación y empoderamiento de los estudiantes y de las personas con enfermedad mental.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Comunicación - Enfermedad mental - Innovación social

IMPLEMENTACIÓN DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS A TRAVÉS DE *WORKSHOPS* INTERDISCIPLINARES

AUTORES

Águeda Simó, Sílvia Ferreira y Pedro Ortuño

Universidad de Beira Interior, Quarta Parede (Portugal) y Universidad de Murcia (España)

aguedasimo@gmail.com, rsilvia@gmail.com y pedrortu@gmail.com

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) es un modelo educativo que busca acercar la enseñanza académica al contexto socio-laboral a la vez que desarrollar un enfoque instructivo centrado en el alumno. Se trata de una metodología didáctica que integra la teoría y la práctica –el saber qué y el saber hacer– y fomenta el trabajo en equipo colaborativo –tanto entre los estudiantes como entre éstos y los docentes– desde perspectivas interdisciplinares. El ABP es, por lo tanto, coherente con el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que insta a las instituciones europeas de enseñanza superior a sustituir los modelos basados en la educación memorística y las clases magistrales por otros modelos menos centrados en el profesor y más en el alumno, y destaca la importancia de promover el desarrollo de “competencias capaces de integrar conocimiento, habilidad, aptitud y destreza”.

En este artículo, proponemos y reflexionamos sobre la implementación de esta estrategia educativa en la forma de *workshops* –una modalidad pedagógica de aprender haciendo– en los cuales los estudiantes, organizados en pequeños grupos de aprendizaje, aprenden mediante la resolución de problemas y realización de proyectos.

Presentamos dos *workshops* en los cuales se implementa el modelo educativo ABP, desarrollado en la Universidad de Beira Interior, Portugal, con la participación de docentes externos a esta institución. Ambos *workshops* se caracterizan por tener una naturaleza distinta: el primero es un *workshop* curricular del programa del Máster de Diseño Multimedia titulado Arqueología del Presente en el que los estudiantes crearon y publicaron, *on-line*, *webdocs* en torno a la desaparición de la industria de la lana en la región de Beira; el segundo es un *workshop* extra curricular titulado *Empowerment Lab* sobre la igualdad de género, desarrollado dentro del proyecto NÓS de acción social y artística en el marco de las EEA-grants, en el cual, estudiantes con diversas formaciones académicas crearon un espectáculo teatral presentado en el Teatro de las Beiras.

Pensamos que es importante articular un espacio educativo en torno al desarrollo de proyectos, de manera que los estudiantes puedan realizar un aprendizaje completo que incluya no sólo planificar y realizar proyectos, sino también su exhibición pública. Asimismo, es fundamental que los estudiantes adquieran un grado de autonomía que les permita aplicar metodologías de investigación específicas en sus proyectos, y que esta investigación sea visible en la presentación pública de los proyectos. Ambos *workshops*, Arqueología del Presente y *Empowerment Lab*, si bien de naturaleza distinta, comparten el contexto universitario y el desarrollo y evolución de procesos de aprendizaje activos y colaborativos que implican la planificación y desarrollo de proyectos y su posterior exhibición pública.

Palabras clave: Aprendizaje Basado en Proyectos - Contenidos y Metodologías de Enseñanza - Innovación Docente - *Workshops*

PENSAMIENTO CREATIVO EN UNA BOTELLA: UNA FORMA DISRUPTIVA EN *E-LEARNING*

AUTORA

Silvia Sivera Bello

Universitat Oberta de Catalunya (España)

ssivera@uoc.edu

Una de las asignaturas básicas del Grado en Comunicación que ofrece la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) es Pensamiento creativo. Tanto por la propia naturaleza de la universidad – totalmente virtual– como por la de la materia a impartir, el desafío a la hora de diseñar la asignatura y sus recursos docentes fue notable. Sin embargo, lejos abordarse desde las limitaciones, se entendió como una oportunidad para la disrupción y la práctica de nuevas metodologías docentes.

Dado que la asignatura debía contemplar el aprendizaje de técnicas creativas para diferentes perfiles de comunicadores (futuros periodistas, publicitarios, relaciones públicas, creadores audiovisuales, etcétera), se requería que el planteamiento metodológico permitiera transitar con fluidez por todas las especialidades. Paradójicamente, esta condición se materializó en un objeto físico, en las antípodas de los recursos de aprendizaje habituales en un entorno de *e-learning* (normalmente, en formato digitalizado o en papel, pero nunca en algo que pudiera romperse). Así, junto con unos módulos didácticos y el libro de referencia del padre del pensamiento lateral, Edward De Bono, los estudiantes recibirían a inicios de semestre en sus domicilios una botella de cristal transparente, vacía y con un sencillo tapón de corcho.

Esta botella vehicularía todos y cada uno de los ejercicios que los estudiantes debían resolver para practicar las diferentes técnicas creativas expuestas en los materiales, de tal manera que pudieran obtener finalmente productos comunicativos de índole diversa: un reportaje sobre la historia de una botella, la campaña publicitaria de lanzamiento de un nuevo producto embotellado, el guion para un cortometraje sobre una botella rota, el diseño de un evento para una marca de bebidas espirituosas o un microrelato, por poner solamente unos ejemplos de cada ámbito.

Desde el segundo semestre del curso 2009-10, con este acercamiento docente similar al *tinkering*, los estudiantes han ido aprendiendo que es posible utilizar cualquier objeto cotidiano como detonante de su creatividad y, en concreto, se implican en la innovación a través de la combinación de ideas surgidas a partir de la botella.

Aunque se pensó inicialmente que el uso de un mismo objeto implicaría un desgaste del equipo docente y un menoscabo del efecto sorpresa en los estudiantes, la práctica continua durante once semestres no ha evidenciado síntomas de agotamiento en unos u otros. Los resultados de las encuestas de satisfacción que realiza sistemáticamente la universidad así lo avalan. Pero también se constata a partir de cuestionarios que el equipo docente de la asignatura envía a sus aulas, con el fin de profundizar en dimensiones más cognitivas, afectivas y conductuales.

Palabras clave: Pensamiento creativo – Comunicación – *E-learning* – *Tinkering* – Recursos docentes

EL PORTAFOLIO, UNA EXPERIENCIA ADAPTADA A LAS LIMITACIONES DE LA DOCENCIA EN GRUPOS NUMEROSOS

AUTORA

Maritza Sobrados León
Universidad de Sevilla (España)
sobrados@us.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha supuesto un cambio de paradigma en la aplicación de metodologías docentes universitarias. Trasladada la atención de la enseñanza del profesor al auto aprendizaje del alumno, ambos -profesorado y alumnado- ejercen nuevos roles y deben enfrentarse a diversos obstáculos en este proceso. Uno de ellos es tamaño de los grupos, lo que muchas veces lleva al profesor a desarrollar la docencia de forma tradicional, es decir la clase magistral. ¿Pero cómo aplicar metodologías activas cuando el número de alumnos supera los 50?

En esta situación, que se repite en muchas titulaciones, el profesor se ve obligado a organizar procesos de aprendizaje en el que el alumnado asuma mayor responsabilidad y autonomía, algo que les resulta complicado de asimilar, acostumbrados a un papel secundario en el proceso. Muchos estudiantes siguen prefiriendo una metodología basada en las clases magistrales y una evaluación final y, por lo tanto, manifiestan un rechazo inicial cuando se les plantea desarrollar metodologías activas de aprendizaje que les requieren un trabajo continuado a lo largo del curso (Angurel, Castro, Mora y Roso, 2009).

La asignatura Periodismo Especializado del Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla tiene cuatro grupos de al menos 80 alumnos cada uno. Nos planteamos combinar métodos de aprendizaje, por un lado la clase magistral para la explicación de los conceptos principales de la materia y actividades prácticas para complementar los contenidos desarrollados de forma teórica. Por otro, se propuso al alumnado la realización de un Portafolio, con un máximo de cuatro por cada clase e integrado, por un máximo de cuatro alumnos. Para el resto de los estudiantes se programó un trabajo en grupo – de hasta 5 alumnos- tutorizado en cada una de sus fases de desarrollo. Esta experiencia se ha realizado en los cursos 2013-2014 y 2014-2015 con tres grupos de docencia.

Una de las grandes ventajas que tiene el Portafolio es que favorece el desarrollo del nuevo rol del estudiante, pues permite la autonomía, la gestión del conocimiento y la reflexión. El Portafolio, a su vez, propicia la responsabilidad individual del alumno, de su trabajo depende el éxito o el fracaso del grupo, lo cual genera una interdependencia positiva, en cada miembro del grupo recae la misma responsabilidad.

Evaluamos, a través de un cuestionario y entrevistas, el grado de satisfacción del aprendizaje y las competencias adquiridas por los grupos que desarrollaron el Portafolio. Los resultados son favorables al método; los alumnos valoraron de forma especialmente positiva el aprendizaje de la búsqueda de información, la comprensión de los conocimientos, la capacidad de establecer relaciones entre conceptos, la soltura adquirida en la exposición de los resultados de sus trabajos ante el resto de la clase y la capacidad para generar el debate.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Grupos de docencia numerosos - Portafolio - Nuevos roles - Auto aprendizaje

LA EMPRESA DEL SIGLO XXI ACEPTADA COMO CIUDADANO CORPORATIVO

AUTOR

Luis Felipe Solano Santos

Universidad Complutense de Madrid (España)

lfsolano@ucm.es

El presente estudio aborda como la empresa actual ha sido aceptada finalmente como ciudadano corporativo al que se le exige una serie de contraprestaciones más allá de las jurídicamente exigibles.

Dicha conversión sólo ha sido posible a través de las técnicas modernas de Relaciones Públicas, que garantizan la aceptación social, así como la proyección de una imagen corporativa positiva.

Superadas todas las expectativas, las multinacionales, o mejor dicho transnacionales, han pasado de ser una mera anécdota a convertirse en las auténticas protagonistas del acontecer humano en un momento en el que la comunicación entre la corporación y sus públicos es imprescindible.

Una comunicación permanente y dirigida a satisfacer las necesidades de la sociedad, por un lado; y los intereses de la empresa económica, por otro.

Palabras clave: Ciudadano corporativo - Relaciones Públicas - Comunicación - Reputación

APRENDER A PROVOCAR EMOCIÓN CON LA ARQUITECTURA

AUTORA

Laura Sordo Ibáñez

Universidad Europea Miguel de Cervantes (España)

lsordo@uemc.es

Determinadas arquitecturas pueden provocar una sensación que va más allá de la impresión estética, se convierte en una alteración física, una vivencia, donde el espacio afecta a la emotividad. Para ello es necesario conjugar una base teórica con un desarrollo visual. Las ideas surgen a partir de una alimentación de conceptos incorporados de otras disciplinas que enriquecen y complementan el hecho proyectual.

La arquitectura no es un objeto de contemplación, tiene que transmitir ideas e interactuar con todo aquello que está a su alrededor para provocar una respuesta emocional con conceptos que la sociedad demande. Un proceso de comunicación entre el objeto arquitectónico y el individuo a través de un intercambio de experiencias que enriquezcan interiormente, que hagan que en el individuo algo haya cambiado.

Una buena comunicación atrapa al escuchante, fomenta el recuerdo, provoca la ilusión, el entusiasmo y genera sentimientos. Cada forma de comunicación tiene unas determinadas estrategias y recursos. En arquitectura parte de la funcionalidad, de la estética, de la sensibilidad. Los arquitectos, del mismo modo que los poetas, los ingenieros, los compositores, etc., sufren un desplazamiento respecto de la realidad material de su disciplina, y como consecuencia, se ven obligados a materializar de alguna forma sus ideas.

La arquitectura se puede entender como una experiencia individual o colectiva, un acontecimiento. Hay que aprender a buscar en nuestro mundo interior para poder enfrentarnos a los procesos creativos. Una vez que hemos crecido interiormente, es preciso interactuar con los parámetros exteriores para conjugar ambos elementos. Todos los estímulos que nos llegan a través del exterior nos transforman. La arquitectura trata de buscar esa mirada íntima que nos hace enfrentarnos hacia lo imaginario. Hay que encontrar un trayecto interior de un espacio exterior secundario. Lo verdaderamente importante es la sensación que producen los espacios, comunicar con la arquitectura. Los lugares nos provocan sensaciones, las cuales forman parte de las personas que los recorren. Aparecen nuevos mundos en los que inmiscuirse. La arquitectura nos hace soñar, recordar, nos emociona y nos apasiona.

Es necesario buscar conceptos, herramientas, que los arquitectos utilizan para comunicar sensaciones a través de los espacios, para transformar la realidad. Para proyectar acontecimientos espaciales es necesario excitar la sensibilidad del espectador. La arquitectura puede transformar la realidad utilizando una serie de estrategias presentes en el proyecto arquitectónico. Hay que trabajar con otras disciplinas que la relacionen con la multiplicidad de conocimientos especializados.

Se puede aprender, a través de una metodología de proyectos arquitectónicos, la comprensión de los mecanismos que hacen que esta disciplina pueda mover registros emocionales. Algunas de esas estrategias pueden ser: la paradoja, el camuflaje, el uso de la escala y la proporción, la metamorfosis. A través de ellas vamos a analizar proyectos arquitectónicos que nos aporten sutileza, emoción, imaginación, reflexión y pausa.

Palabras clave: Arquitectura - Comunicación - Estrategia - Sensación - Emoción

UNIDAD EDITORIAL Y VOCENTO: ¿MATRIMONIO DE CONVENIENCIA?

AUTOR

Joaquín Sotelo González

Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

Las dificultades económicas que atraviesa, en general, todo el sector de los medios de comunicación en España han generado un escenario en el que son más que frecuentes las especulaciones sobre el futuro inmediato de las principales empresas que en España operan en este sector. El descenso de las ventas de ejemplares en los quioscos parece no tener fin y, paralelamente, continúa la demoledora crisis de inversión publicitaria, cuyo tímido crecimiento –según InfoAdex– en 2014, no ha resuelto en absoluto los problemas económicos que desde 2008, especialmente, acucian a los grupos de comunicación españoles, y más aún a los medios impresos. En este contexto, hemos asistido durante los últimos cinco años en España a profundos cambios en los principales conglomerados mediáticos: los redimensionamientos empresariales, las nuevas estructuras de propiedad, la refinanciación de deudas, la reorientación de estrategias, las desinversiones, las transferencias de activos y las fusiones se han convertido, entre otras operaciones, en noticias casi habituales en el sector de los medios españoles.

Aunque el ecosistema de medios mundial se asemeja cada vez más a un “oligopolio global” dominado por un puñado de gigantes corporaciones transnacionales, como NBC Universal, Time Warner, CBS, Sony, Vivendi, Viacom, News Corporation, Bertelsmann, Walt Disney, Facebook o Google, aún existen también empresas de orden y magnitud notablemente inferiores, centradas principalmente en la explotación de mercados nacionales, como es el caso en España, donde podemos identificar ese modelo de coexistencia de empresas de comunicación más o menos nacionales que operan en distintos segmentos del mercado –impresión y audiovisual– en forma de grupos de comunicación, entre los que constarían los dos que en este caso son objeto de nuestro interés: Unidad Editorial y Vocento.

Unidad Editorial es el único de los grandes grupos multimedia con fuerte implantación en España controlado prácticamente en su totalidad por una empresa extranjera: la italiana RCS Mediagroup, propietaria de los históricos periódicos *Il Corriere della Sera* y *Gazzetta dello Sport*. Por su parte, el actual Grupo Vocento es producto de la fusión que, en 2001, iniciaron, por una parte, Prensa Española –propietaria del diario *ABC* y controlada por las familias Ybarra y Luca de Tena– y, por otra, el Grupo Correo de Comunicación, dueño de una docena de rotativos regionales, entre ellos, *El Diario Vasco*, y controlado por las familias Bergareche y Urrutia. Al igual que el resto de grupos de su sector, Unidad Editorial y Vocento han tenido que hacer frente a notables dificultades económicas durante los últimos ejercicios, lo que acabó suscitando, en 2014, la idea de una posible fusión de ambos o alguna forma de acuerdo entre ellos para la creación de un conglomerado más sólido y en mejor disposición de obtener beneficios a corto plazo. Aunque nada de ello aún se ha sustanciado, continúan las especulaciones sobre el futuro de estos dos grupos (¿juntos?).

Palabras clave: Unidad Editorial - Vocento - Fusión - Medios en España

REGULACIÓN Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN AMÉRICA LATINA: UN DIFÍCIL EQUILIBRIO

AUTOR

Joaquín Sotelo González

Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

En diciembre de 2013, el Centro de Estudios para el Desarrollo de las Telecomunicaciones y el Acceso a la Sociedad de la Información en América Latina (CERTAL), en el marco de su *Congreso 6LII (Six Liberty II Summit)*, abordó el asunto de la trascendencia y el alcance de los desafíos que afronta América Latina en relación con el mercado de las telecomunicaciones. Durante dos jornadas, celebradas en la sede del Congreso de Estados Unidos (Washington DC), congresistas y senadores de diferentes ideologías del continente americano y responsables de medios de comunicación y de la industria debatieron, entre otras cuestiones, sobre la amenaza que para el libre flujo de la información y de la opinión suponen las distintas regulaciones de las telecomunicaciones que se han aprobado en los últimos años en América Latina, en especial, en algunos países, como Venezuela, Argentina y Ecuador. Para Pablo Scotellaro, presidente de CERTAL, las normas de Venezuela, Argentina y Ecuador son leyes políticas diseñadas para asegurarse de que la comunicación queda en manos de sistemas y grupos afines a determinadas corrientes: “un verdadero atentado a la libertad de expresión”, en palabras del propio Scotellaro. En el mismo foro, Carlos Moltini, consejero delegado de Cablevisión Argentina, perteneciente al grupo Clarín, también se mostró especialmente crítico con la Ley de Medios de su país, impulsada por el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en 2009 y definida por Moltini como “un instrumento político para desgazar y partir a la principal voz independiente del país” (en referencia a su empresa, el grupo Clarín).

Los líderes y expertos reunidos en las jornadas de CERTAL fueron unánimes al destacar la importancia de que las regulaciones protejan de manera esencial la libertad de expresión y de prensa y se ajusten a los principios internacionales recogidos en la Carta de Derechos de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y en las resoluciones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Y también se puso de manifiesto que, frente a determinadas legislaciones de dudosa imparcialidad, hay otros países, como Chile o Uruguay, con regulaciones orientadas básica y simplemente a ordenar el mercado.

Aunque las reflexiones en torno al ámbito de los medios tradicionales centraron gran parte de las antedichas jornadas, fueron también notables las alusiones a las nuevas realidades comunicativas. La tecnología ha cambiado muchos paradigmas preexistentes y han surgido nuevas plataformas de comunicación. Los usuarios acceden ahora a los contenidos y a la información en distintos dispositivos siguiendo (nuevos) patrones o modelos de consumo. Las regulaciones no se deberían ceñir, por tanto, únicamente a los medios tradicionales, sino también al nuevo mercado o ecosistema comunicativo que se ha creado, de modo que la legislación vaya adecuándose a todos esos cambios tecnológicos y al entorno derivado de ellos.

Palabras clave: América Latina - Regulación - Legislación - Mercado de medios

LA IMPORTANCIA DE LAS EMOCIONES EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

AUTORES

Mar Souto Romero, Teresa Torres-Coronas y Mario Arias Oliva

Universitat Rovira i Virgili (España)

mar.souto@urv.cat, teresa.torres@urv.cat y mario.arias@urv.cat

Para el hombre actual, la educación es un fin en sí mismo. Parece como si hubiera triunfado el motto de la Ilustración: *sapere aude* (“atrévete a saber”). Entre los diferentes niveles educativos la educación superior suscita un interés especial pues se percibe como un elemento decisivo para que los individuos mejoren sus oportunidades en la vida.

La creación del EEES contempla como eje fundamental del planteamiento educativo común a toda la Unión Europea, el énfasis en una educación centrada en el aprendizaje a una educación centrada en la enseñanza. Al contraponer enseñanza y aprendizaje se pretende resaltar la importancia que en el nuevo paradigma educativo debe tener la educación en términos de adquisición por parte del estudiante de capacidades, habilidades, **competencias** y valores que le permitan una progresiva actualización de los conocimientos a lo largo de toda su vida. Si el desarrollo intelectual de nuestros alumnos nos debe preocupar y hacemos lo posible por mejorar su nivel de aprendizaje, conviene recordar que, aun cuando el intelecto puede estar excelentemente desarrollado, el sistema de control emocional puede no estar maduro y en ocasiones logra sabotear los logros de una persona altamente inteligente. La emoción es más fuerte que el pensamiento, incluso puede llegar a anularlo.

Entonces podemos preguntarnos: **¿Qué estamos haciendo para desarrollar las habilidades de madurez emocional de nuestros alumnos que les permitirán potenciar su formación académica y elevar su nivel de aptitud social y emocional?** En la medida que las universidades preparan a su alumnado para su futuro profesional el sistema educativo necesitará modificar su oferta y adaptarse a los nuevos requerimientos. La empleabilidad por tanto dependerá de las meta-competencias de carrera que serán las responsables de la adquisición de las competencias que facilitan la empleabilidad, como las competencias emocionales. Del planteamiento realizado y de la literatura revisada, parece razonable asumir que el desarrollo de competencias emocionales de las futuras tituladas y titulados es un factor determinante de la empleabilidad y, en consecuencia, un factor decisivo para la mejora de su inserción laboral y de su capacidad para aprender a lo largo de la vida. Estudiando la relación entre estos conceptos, será posible comprender el papel que las instituciones universitarias, a través de sus programas de grado, master y doctorado, deben asumir para la correcta puesta en práctica de los principios que rigen el proceso de Bolonia. Y ésta es la razón por la que se ha llevado a cabo el presente trabajo.

Palabras clave: Educación superior - Aprendizaje - Empleabilidad - Competencias - Emoción

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN SUSTENTABLE EN UNA INDUSTRIA CEMENTERA DEL ESTADO ZULIA-VENEZUELA

AUTORAS

Sofía Elena Storey Contreras y Belinda Elena Colina Arenas

PDVSA de Maracaibo (Venezuela)

sofiastoreycontreras@gmail.com y belicolina@gmail.com

El origen de los problemas de escasez de agua, contaminación atmosférica, afectación de los suelos y la precariedad del estado de los bosques en el mundo, está relacionado con la ética con la cual el hombre ha tomado las decisiones sobre el uso de los recursos naturales a lo largo de la historia de la humanidad. La aceleración en la escasez de los recursos naturales en el mundo impone nuevas dinámicas en la gestión de los mismos no sólo para la vida, sino para garantizar el desarrollo humano. Un ejemplo de ello es que, un aspecto medular de estos recursos lo constituye el agua y su adecuada gestión. Aunque las estadísticas relacionadas con el uso de este preciado líquido a nivel mundial reflejan, que el consumo de agua por parte de la industria sólo representa alrededor del 3%, las empresas deberán comprometerse realmente en la búsqueda de soluciones.

Esto exige el diseño y ejecución de agendas en las naciones para la revisión de las políticas ambientales, de ciencia y tecnología dirigidas al establecimiento de mecanismos de control, al tiempo que obliga a definir las políticas internas de las compañías y de las organizaciones a fin de que realicen innovaciones no solo para ser competitivos técnico económicamente, sino que se innove para ser sustentables, y para garantizar estándares de ecoeficiencia.

La presente ponencia tiene como objetivo general analizar la gestión de la innovación sustentable en una industria cementera del estado Zulia-Venezuela, con la finalidad de validar en qué medida el nivel gerencial toma decisiones acertadas con el propósito de generar innovaciones sustentables. Se empleó el método de estudio de caso, sustentado en un trabajo de campo, entrevistas e investigación documental de textos especializados y consultas a internet.

Entre sus resultados se destaca que:

1. La gerencia está altamente comprometida con la visión de administración sustentable de los recursos naturales, evidenciada en la inversión en tecnología para el control de emisiones atmosféricas, la obtención de certificaciones ambientales, la selección de personal con altos niveles de formación en el tema ambiental, desarrollo de una cultura en pro del ambiente que involucra al personal y la comunidad.
2. Dispone de una cartera de proyectos orientados a la protección del ambiente.
3. Mantiene relaciones estrechas con la comunidad dirigidos al desarrollo humano, y con el Estado relacionados a la mejora continua de los procesos ambientales. Como conclusión puede afirmarse que esta empresa posee características idóneas para la administración de recursos bajo estándares de ecoeficiencia. Sin embargo, un aspecto a mejorar es que es preciso revisar de qué manera el Estado articula sus mecanismos de control con las empresas con el propósito de acelerar la implementación de más y mejores medidas de prevención, cónsonas con las políticas de preservación y resguardo del ambiente implementados por esta empresa y con sus proyectos de innovación sustentable.

Palabras clave: Gestión de la Innovación Sustentable - Ecoeficiencia - Desarrollo Humano - Políticas Ambientales - Industria de Cemento

LA HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMO HERRAMIENTA PARA LA DOCENCIA PROFESIONAL EN MATEMÁTICAS

AUTORAS

Liliana Suárez Téllez y Blanca Rosa Ruiz Hernández
Instituto Politécnico Nacional y Tecnológico de Monterrey (México)
lsuarez@ipn.mx y bruiz@itesm.mx

La Historia de la Actividad (HA) es una de las herramientas para el docente diseñada especialmente para que se apoye en el trabajo de una comunidad profesional para lograr que la diversidad de estudiantes que conforman su grupo comprenda las matemáticas y aprenda a usarlas. La HA comprende la caracterización de la actividad de aprendizaje, las soluciones posibles y un comentario didáctico. Como parte de los Paquetes Didácticos de Matemáticas se diseñaron unos Materiales Auxiliares para la Organización del Aprendizaje (MAPOA) que constituyen marcos de referencia compartidos, que se usan y comentan constantemente durante las experiencias de aprendizaje. En la medida en que docente y discente se familiaricen con ellos pueden llegar a constituir un lenguaje común, en el que se pueden expresar algunas de las dimensiones de aprendizaje más importantes.

En términos generales, estos auxiliares concretan la expresión 'responsabilizarse de su aprendizaje' y contribuyen al logro de la autonomía del discente en la organización de su propio aprendizaje. La HA toma como objeto de trabajo las actividades de aprendizaje propuesta en estos PDM. La HA es abierta y acumulativa, aunque en determinados momentos se hacen cortes para organizar las experiencias y facilitar su consulta para la planeación de las sesiones que incluyan la actividad. Las HA se robustecerán cada vez que un profesor las trabaje en clase y registre en un blog colectivo los resultados de su experiencia. La HA también puede como objeto de aprendizaje comprende, además de los metadatos generales, objetivos de aprendizaje, en este caso para el ejercicio profesional de la docencia, un contenido, el conocimiento de la disciplina desde una perspectiva pedagógica, unas actividades, la elaboración de la HA y criterios para evaluar si se han logrado los objetivos. Ilustramos esta propuesta con un ejemplo.

Palabras clave: Comunidad profesional – Actividades de aprendizaje – Nuevas fórmulas docentes

EL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN LA TRANSICIÓN DIGITAL. ESTUDIO DE CASO ECUADOR

AUTOR

Abel Suing

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

arsuing@utpl.edu.ec

Ecuador implementa el sistema ISDB-T para Televisión Digital Terrestre (TDT) que permite la interactividad. Esta circunstancia implica posibilidades y limitaciones en la producción audiovisual que además ocurre en un entorno de cambios dinámicos motivados por nuevas formas de consumo en la sociedad informacional. En este marco se han desplegado iniciativas de grupos de investigación de las universidades de país que elaboran aplicaciones para TDT a través de las cuales evaluar el proceso.

El Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja coordinó un proyecto de investigación aplicada que permitió la realización de dos capítulos para un programa de deportes denominado: “Aventura-T” que incluyen aplicaciones interactivas en Ginga – NCL, sobre la base de estas experiencias que fueron visionadas por jóvenes se pretende responder a:

- ¿Cuál es el proceso de generación de contenidos para la TDT?
- ¿Cuál es el entorno de la transición a la TDT en Ecuador?
- ¿Qué cambios ocurren en el consumo de televisión?

Los objetivos de la investigación son: Establecer los instrumentos y dinámica de trabajo para la producción de contenidos interactivos para TDT; evaluar las experiencias de realizadores y televidentes en la producción y recepción de contenidos deportivos de TDT; y conocer los cambios en las formas de consumo. La metodología empleada es cualitativa a través de entrevistas a expertos, grupo focales y encuestas a jóvenes de entre 18 y 24 años de edad de la región sur de Ecuador.

La investigación permite concluir que el middleware Ginga – NCL es utilizado en aplicaciones vinculadas a eventos de interés general y dirigidas a públicos jóvenes. Los expertos ven con agrado la introducción de la TDT en tanto signifique nuevos contenidos. La dinámica de trabajo demanda la integración de equipos multidisciplinarios, particularmente del equipo de profesionales de comunicación, además los jóvenes se muestran dispuestos a recibir contenidos para TDT con aplicaciones de calidad.

Palabras clave: Televisión digital – Deporte - Contenidos televisivos – Interactividad – Producción audiovisual

PERTINENCIA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

AUTOR

Abel Suing

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

arsuing@utpl.edu.ec

La Ley Orgánica de Educación Superior de Ecuador (LOES) a través del Reglamento de Régimen Académico dispone el rediseño de todas las carreras universitarias vigentes para cumplir con lo señalado en el artículo 350 de la Constitución de la República de Ecuador: El “sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional [...] en relación a los objetivos del régimen de desarrollo”. Los rediseños de las carreras deben considerar las expectativas y necesidades de la sociedad, la planificación nacional, el régimen de desarrollo, la prospectiva científica, humanística y tecnológica mundial; y, la diversidad cultural, según el artículo 107 de la LOES, y atender una complejidad sistémica para ser pertinentes. La presente investigación expone el proceso de rediseño de la carrera de comunicación de la universidad ecuatoriana; a partir de la experiencia de la Universidad Técnica Particular de Loja se responde a las preguntas:

- ¿Cuáles son los problemas y necesidades de los contextos y objetivos del Plan Nacional del Desarrollo de Ecuador que abordará la profesión?
- ¿Cuáles son los horizontes epistemológicos que están presentes en la profesión?
- ¿Cuáles son los núcleos básicos de las disciplinas que sustentan la profesión?
- ¿Cómo están vinculadas las tecnologías de punta a los aprendizajes profesionales para garantizar la respuesta a los problemas que resolverá la profesión en los sectores estratégicos y de interés público?
- ¿Qué problemas de la realidad (actores y sectores vinculados a la profesión) integran el objeto de estudio de la profesión?
- ¿Cuáles son las tendencias de desarrollo local y regional que están incluidas en los campos de estudio y de actuación de la profesión?
- ¿Cuáles son los aportes que realizará el currículo a las necesidades de formación del talento humano, incluyendo el análisis de demanda ocupacional?
- ¿Cuáles son las funciones y roles de los escenarios laborales en los que actuarán los futuros profesionales?

La metodología empleada es cuantitativa y cualitativa a partir de estudios de necesidad social en la zona geográfica y socioeconómica sur de Ecuador, entrevistas a representantes institucionales de facultades de comunicación del país y grupos focales con estudiantes, ex alumnos y empleadores. Se concluye que el análisis de pertinencia permite orientar y coordinar la formación en comunicación, potenciar el trabajo en red e identificar elementos para consolidar agendas de investigación a ejecutarse en los próximos cinco años.

Palabras clave: Demandas educativas - Desarrollo local - Educación en comunicación - Educación superior - Formación integral

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS CON DISCAPACIDAD: ANÁLISIS DE SUS EXPECTATIVAS LABORALES

AUTORAS

Raquel Suriá Martínez, Esher Villegas Castrillo y Ana Rosser Limiñana

Universidad de Alicante (España)

raquel.suria@ua.es, esther.villegas@ua.es y ana.rosser@ua.es

El acceso a estudios universitarios durante muchos años, ha supuesto la puerta de entrada a un futuro profesional exitoso. No obstante, estas circunstancias han ido dificultando la inserción laboral, debido a las transformaciones socioeconómicas acaecidas en España en los últimos años.

Esta situación puede generar expectativas negativas en los estudiantes, y aún, se puede acentuar e mayor medida en otro sector, como es el de los estudiantes que tienen alguna discapacidad.

Este estudio tiene como objetivo específico conocer y comparar las expectativas laborales de los estudiantes con y sin discapacidad. La muestra fue seleccionada por conveniencia, y la formaron 1316 alumnos procedentes de la universidad de Alicante. De ellos, 123 indicaron tener discapacidad.

Se ha utilizado un cuestionario elaborado para el estudio, el cual está formado por dos bloques. En el primero aparecen los datos referentes a los datos sociodemográficos del alumnado, como son, el sexo, el curso y la titulación. La segunda parte del instrumento consta de preguntas en escala tipo Likert de 1 a 5 (1= Totalmente en desacuerdo, 5= Totalmente de acuerdo) relacionadas con las creencias y expectativas de los estudiantes hacia la carrera y hacia su futuro laboral.

El contraste de medias mediante la prueba t para muestras independientes indica diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de ítems. Los estudiantes con discapacidad se decantan prioritariamente por expectativas materiales (son fáciles, más cortos o más asequible económicamente....) y muestran mayor desencanto por los estudios, por el contrario, aparecen otras expectativas sociales (prestigio, imitar a otros significativos, etc.).

Estos resultados reflejan una mayor concienciación de la realidad social imperante. Sin embargo, vemos que esta toma de conciencia se acompaña de un mayor desencanto y desmotivación cuando se plantean las posibilidades futuras con los estudios elegidos por parte de los estudiantes universitarios con discapacidad.

Palabras clave: Universidad - Alumnado - Discapacidad -Expectativas - Mercado laboral

INGENIERÍA INFORMÁTICA EN LENGUA INGLESA: UNA EXPERIENCIA EN LA ASIGNATURA SISTEMAS OPERATIVOS

AUTOR

Antonio J. Tallón Ballesteros
Universidad de Sevilla (España)
atallon@us.es

La llegada del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) trajo consigo algunos cambios en la forma de enseñar, entre los que se encuentra la impartición de docencia en lengua extranjera. Los idiomas juegan un papel fundamental en la sociedad actual. Actualmente, en el mundo se hablan entre 6.000 y 7.000 lenguas distintas. Las cinco más habladas son: chino, español, inglés, hindi y árabe, que totalizan dos mil cuatrocientos veintinueve millones de hablantes que es aproximadamente un tercio de la población mundial en 2015. En relación al inglés, las dos peculiaridades más importantes son: i) el inglés en la tercera lengua más hablada en el mundo después del chino y del español; ii) su impacto global es evidente, dado que es hablado en más países que ningún otro idioma. Además, el inglés podría ser considerado el lenguaje de la ciencia. Probablemente, esto ha sido provocado por la presencia en ránkines internacionales en posiciones destacadas de institutos de investigación y universidades de países angloparlantes. El término CLIL (*Content-Language Integrated Learning*, que se traduce por aprendizaje integrado de contenidos y lengua extranjera) fue acuñado en 1994 en Europa por David Marsh y hace referencia a las situaciones donde asignaturas o partes de las mismas, son impartidas en un idioma extranjero con un doble foco, a saber, el aprendizaje de contenido y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera.

Desde el curso 2010/2011, en el que empezaron los nuevos grados adaptados al EESS, Universidad de Sevilla (US) lanzó una iniciativa de innovación docente en el Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (ETSII) consistente en ofertar un conjunto amplio de asignaturas para ser impartidas completamente en inglés. En la ETSII se creó un número de plazas limitado a 24 estudiantes interesados en estudiar casi todo el grado en lengua inglesa. En este trabajo explicamos la experiencia llevada a cabo en la en el marco del Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera en inglés en el área de Informática en las clases de Sistemas Operativos, una asignatura obligatoria de segundo curso del grado de Informática en el periodo comprendido desde curso el 2011/2012, comienzo de impartición, hasta el curso actual. Realizamos un análisis descriptivo del perfil de los estudiantes basándonos en los resultados de la evaluación continua, de la evaluación oficial y de los trabajos voluntarios. Entre las principales conclusiones se halla un rendimiento global del alumnado muy alto comparado con los grupos habituales impartidos en lengua castellana, dado que el número de alumnos que no supera la asignatura es muy escaso.

Palabras clave: Ingeniería Informática – Lengua inglesa – Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera – Sistemas Operativos – Espacio Europeo de Educación Superior

LA IMPLANTACIÓN DE LA LENGUA INGLESA EN LOS GRADOS DE INFORMÁTICA DE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS

AUTOR

Antonio J. Tallón Ballesteros
Universidad de Sevilla (España)
atallon@us.es

El Plan Bolonia ha promovido el uso de una lengua extranjera para impartir materias universitarias. Habitualmente, un grado en Informática tiene 240 créditos ECTS (*European Credit Transfer System*, que significa Sistema Europeo de Transferencia de Crédito) con asignaturas desde 6 hasta 12 créditos, repartidas en 4 cursos académicos. Las universidades andaluzas están introduciendo gradualmente un buen número de asignaturas parcial o totalmente en inglés, tanto para alumnos nacionales como para extranjeros. Según la legislación vigente, para obtener un grado el estudiante debe poseer un conocimiento en lengua extranjera equivalente al nivel B1 del CEFR (*Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*, que se traduce por Marco Común Europeo para los idiomas: aprendizaje, docencia y evaluación). Los planes de estudios definen con frecuencia competencias para promover el aprendizaje de un segundo idioma.

En el contexto de Andalucía, según la universidad, algunas asignaturas pueden ofertarse en español y/o inglés o exclusivamente en inglés. Otras veces, el empleo de un segundo idioma está incluido como una parte de la asignatura como, por ejemplo, para trabajos opcionales con exposiciones o presentaciones escritas en inglés.

En este trabajo describimos la oferta educativa de las posibilidades proporcionadas por cada una de las nueve universidades públicas de la comunidad autónoma de Andalucía (España) para estudiar algunas asignaturas en inglés en grados de Informática por medio del Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera. Por una parte, presentamos una taxonomía en varias categorías de las diferentes universidades según el número de créditos que ofrecen al alumnado para ser cursados en inglés. Por otra parte, realizamos un análisis cuantitativo pormenorizado universidad por universidad en términos de número de asignaturas y créditos que se ofrecen. Merece ser destacado que el hecho de ofrecer un mayor número de asignaturas en inglés no guarda una clara relación con el tamaño de las universidades, atendiendo al número de alumnos matriculados o a la antigüedad de las mismas.

Como conclusión, se observa que algunas universidades muy jóvenes están haciendo una apuesta claramente decidida por formar al alumnado y prepararlo para los nuevos tiempos donde la internalización de las empresas es un aspecto cada vez más tangible en la sociedad actual. Por ahora, sólo dos universidades andaluzas ofrecen un número de asignaturas que cubre una cantidad de créditos ECTS igual o superior a la mitad del grado de Ingeniería Informática.

Palabras clave: Enseñanza universitaria – Grado en Ingeniería Informática – Lengua inglesa – Plan Bolonia – Universidades andaluzas

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO COMO HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS Y LA PRODUCCIÓN CREATIVA EN EL DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

AUTORA

Martha Tappan Velázquez

Universidad Anáhuac México Norte (México)

mtappan@anahuac.mx

Este artículo presenta las exploraciones teóricas y prácticas del curso *Análisis creativo* impartido a lo largo de una década en la Maestría en Diseño de la Información de la Universidad Anáhuac México Norte.

La escritura es la forma de la expresión que media la relación entre el análisis y la producción discursiva. Por escritura entendemos un sistema semiológico integral que comprende no sólo el análisis de textos sino del contexto de su emisión, producción y recepción (Harris, 1999). De acuerdo a esta propuesta, los formatos en los que se materializa la escritura son parte constitutiva del sistema integral de comunicación. Este hecho es relevante cuando el horizonte de enunciación del discurso es el diseño de la información.

Lo anterior se asienta a través de la reformulación del signo saussureano propuesta por el lingüista Lois Hjelmlev en donde el modelo de signo se concibe como una entidad integrada por una sustancia que adquiere una forma material, la *expresión*; y una sustancia que adquiere una forma conceptual, el *contenido*.

Siguiendo la lógica de la corriente estructuralista, se parte de la identificación de las unidades mínimas de sentido y su articulación en unidades más complejas a través del análisis de una selección de piezas literarias cuyo común denominador es una clara alteración del discurso que subvierte alguno de sus niveles (morfosintáctico, semántico o pragmático). El estudio de estos ejemplos revela cómo en esa desviación de la norma se genera la experiencia estética de la sorpresa, rasgo esencial de las producciones creativas (Koestler, 1998).

Si hasta aquí se ha establecido el juego poético que nace del correlato *forma de la expresión / forma del contenido*, avanzamos a un nivel superior de análisis al introducir el modelo de las *funciones del lenguaje* propuesto por el lingüista Roman Jakobson. Este modelo permite comprender cómo se articula la intención de un mensaje y esclarece el sentido de categorías teóricas como *género* y *estilo*. Asimismo, permite explorar las posibilidades creativas que tienen las funciones metalingüísticas y fática en la producción discursiva. Por otro lado, este modelo permite introducir la dimensión denotativa y connotativa del significado y considerar la naturaleza de las producciones creativas desde la exploración de las tensiones generadas entre la función referencial y la función poética (Beristáin, 1992).

Finalmente, se presenta el modelo que describe el entramado textual a través de las categorías de adecuación, coherencia y cohesión (Halliday, 1976) a modo de recapitulación de los modelos anteriores y punto de partida de una serie de ejercicios de exploración discursiva (es decir, la generación de producciones creativas por parte de los alumnos) cuyos resultados entran en el amplio rango de posibilidades del universo llamado diseño de la información.

Palabras clave: Semiología integracional – Funciones del lenguaje – Formatos de escritura – Coherencia textual – Cohesión textual

LA ESTRELLA DE HOLLYWOOD COMO PRESCRIPTOR EN EL SPOT PUBLICITARIO

AUTORA

Juana Taveras Suero

Universidad Camilo José Cela (España)

jb.taveras7s@gmail.com

Es cierto que el prescriptor se caracteriza por recomendar y hablar bien sobre las cualidades y beneficios de una marca, producto o servicio. Pero, dada la sociedad postmoderna en la que vivimos, concebimos, que la publicidad con estrella cinematográfica se sirve de un concepto narrativo más indirecto, al punto que casi parece que no hay prescripción. Las aportaciones de Genette (1998) sobre el discurso del relato, indican que en la producción de un enunciado o texto, participan varias entidades con funciones visiblemente narrativas.

El relato se permite involucrar a alguien o diferentes entidades que se encarguen de contar la historia. A estas entidades se les denomina desde la narratología, instancias enunciatoras o discursivas. Son las encargadas de organizar el texto. Y, del “mismo modo, que el texto narrativo emplea una instancia enunciatora para contar una historia” (García Jiménez, 1996, p.136), consideramos que con la utilización del prescriptor que mostramos, el mensaje se organiza en torno a tres instancias: El autor, autor implícito, y la instancia del prescriptor como narrador y personaje. Se trata de analizar a partir de 10 spots cómo la estrella actúa en el spot desde estas instancias. Esto implica analizar, su imagen real (autor), el personaje que interpreta (prescribirá a partir de los rasgos y roles de algún personaje que interpretó en la pantalla) y su imagen como famoso (autor implícito), que viene a ser algo más que resulta de la suma de la imagen real y la imagen de sus personajes. Para entendernos mejor: Thomas Sean Connery es la persona real o autora; James Bond (su personaje) y Sean Connery (con guion) su nombre artístico. El juego entre estos tres elementos (autor + actante = autor implícito, o lo que es lo mismo, actor + personaje = estrella) hace de la estrella un prescriptor muy especial. Lo que sucede a estos tres niveles favorece la venta del objeto anunciado y, al mismo tiempo, se produce una confluencia entre estos elementos narrativos y la notoriedad y valores de marca.

Asimismo, se trata de explicar, que la *notoriedad* del actor como autor, la *transtextualidad* de sus personajes y *poder mítico* de la estrella, convierten a este prescriptor en un activo para los anunciantes que generan valor en términos de estatus. Sostenemos que estas particularidades de la estrella son las razones que llevan a los anunciantes a contratar actores de Hollywood y rodar spots que renuncian a la prescripción directa por otra, sostenida como hemos dicho, sobre las instancias enunciatoras.

Es un estudio cualitativo basado en el análisis de contenido, porque trataremos de extraer algunas categorías de análisis de otros textos y luego, se hará un análisis del discurso iconográfico del spot y cada instancia enunciatora, para lo que se necesitará una labor propiamente interpretativa y relacional. El material utilizado como plataforma documental se compone de, películas, prensa, y spots.

Palabras clave: Estrella – Prescriptor – Spot publicitario – Instancias enunciatoras.

¿SE PUEDEN USAR LOS GRAFOS PARA EXPLICAR EL ANÁLISIS INPUT-OUTPUT?: VENTAJAS E INCONVENIENTES

AUTORES

Ángel F. Tenorio Villalón y Ana M. Martín Caraballo

Universidad Pablo de Olavide (España)

aftenvil@upo.es y ammarcar@upo.es

En el presente trabajo se comparan dos metodologías docentes a la hora de tratar diversos conceptos del Análisis Input-Output como son Conjuntos Autónomos y Productos Fundamentales para los grados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Pablo de Olavide. Por un lado, se puede utilizar la metodología más tradicional basada en el estudio de la Matriz de Coeficientes Técnicos y los distintos subconjuntos de filas que se obtienen de ella, y por otro, se está empezando a implantar una metodología basada en la Teoría de Grafos que facilita tanto la visualización del problema como la automatización de los procedimientos por parte del alumnado.

En este trabajo, nos centraremos en resaltar las ventajas e inconvenientes de ambas metodologías para la docencia de estos contenidos en base a nuestra experiencia docente en el aula.

Palabras clave: Algoritmos para la docencia en Ciencias Sociales – Análisis Input-Output – Innovación docente – Metodologías docentes – Teoría de Grafos

LA INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS PERSONALES DEL EMPLEADO EN LOS COMPORTAMIENTOS DE CIUDADANÍA ORGANIZACIONAL

AUTORAS

María Mayela Terán Cazares, Mónica Blanco Jiménez y María Eugenia García De La Peña
Universidad Autónoma de Nuevo León (México)
mayela.teran@gmail.com

El presente estudio analiza la relación entre las características demográficas personales del empleado, las cuáles son definidas en este estudio en relación a la edad, el género, la escolaridad, el estado civil y la religión de la persona y cómo influyen estas en los comportamientos de ciudadanía organizacional. Se estudió una muestra de 805 empleados de diferentes niveles en 3 dependencias públicas relacionadas con el área social, la muestra seleccionada corresponde a directores, coordinadores, jefes de unidad y apoyo administrativo los cuáles tenían un contacto directo con la comunidad en su apartado social, en esta investigación se prueba la relación de las mencionadas características demográficas personales individuales, en los comportamientos ciudadanos, los cuáles son aquellos comportamientos extra rol que el empleado manifiesta fuera de sus actividades o roles establecidos, este comportamiento se analiza a través de las dimensiones identificadas en los estudios de Dennis Organ (2006) denominadas ayuda, lealtad, iniciativa, virtud cívica y auto desarrollo.

El análisis de los datos se desarrolló a través del estudio discriminante en el que se muestra como los diferentes comportamientos ciudadanos tienden a ajustarse en virtud de la relación en cada una de las características demográficas personales del empleado, esto significa que el analizar en los puestos una característica demográfica específica puede proveer a la dependencia social una guía informativa para la selección de personal en ciertas áreas en donde se requiera un comportamiento o conducta específica.

La importancia de este estudio radica en entender cómo los cambios en la conducta del empleado están vinculados a sus propias características demográficas personales, los cuales a través de su vida van influyendo en sus comportamientos.

Palabras clave: Características demográficas personales – Comportamiento de ciudadanía organizacional

GUION DE VIDA DE TERESA DE CEPEDA Y AHUMADA, SANTA TERESA DE JESÚS

AUTORA

Carmen Thous Tuset

Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (España)

carmenthous@gmail.com

Teresa Sánchez de Cepeda Dávila y Ahumada era el nombre de Santa Teresa de Jesús, Santa Teresa de Ávila y este año 2015, se celebra el V aniversario de su nacimiento. En este artículo se analiza su “guion de vida” desde la metodología humanista, de acuerdo a la teoría del Análisis Transaccional del doctor Eric Berne. Estudiaremos la razón por la cual llegó a ser una religiosa, y cómo posteriormente su vida experimentó un gran giro, naciendo Teresa de Jesús que fundó las carmelitas descalzas y mostró al mundo toda su fecundidad espiritual, mística y literaria.

A diferencia de otros modelos, el Análisis Transaccional observa los hechos registrados, siendo sencillo y muy predictivo, brindando las claves para el estudio de la personalidad, conducta y la interacción que mantuvo con otras personas Santa Teresa, doctora de la Iglesia católica, hecho que nos permite conocerla mejor aún.

Eric Berne defendió que las personas realmente actúan en su vida siguiendo un argumento prestablecido por otros y que es similar al de una obra dramática. Es lo que entendemos por el “guion de vida”, que contiene lo más significativo que le va a suceder. Es desarrollado en la primera infancia bajo la influencia parental, que dirige la conducta del individuo en los aspectos más importantes de su vida, y es reforzado por las diferentes experiencias y acontecimientos que el niño va viviendo a medida que crece.

Estudiaremos la vida de Santa Teresa de Jesús bajo este prisma del guion. El conjunto de múltiples estudios y análisis escritos por otros autores desgraciadamente enmarañan y recrean subjetivamente la realidad que vivió Teresa. Por este motivo, este análisis se basa principalmente en los libros escritos por ella misma y también en la investigación histórica de su época, el gran siglo de oro español. Especialmente importante ha sido estudiar su propia biografía, libro que ella no sabía que iba a ser publicado posteriormente, y que por tanto, nos muestra la realidad tal cual ella la vivió y sintió. Además, se estudia la figura e influencia de sus ancestros quienes nos aportan claves fundamentales para conocer a Santa Teresa. Su madre escribe la parte espiritual, religiosa y mística de su hija. Su padre, representará el aspecto más mundano, pero también su fondo obediente y humilde. Ambos nos aportarán también respuestas y nos harán entender a Teresa.

Eric Berne nos dijo que afortunadamente, los guiones de vida no están cerrados, y pueden ser modificados. Este cambio sólo se realiza cuando la persona decide ser uno mismo, reescribiendo el guion con los deseos legítimos según los que la persona quiere vivir su vida. Sabemos que Santa Teresa lo hizo, pero cuando tenía más de 40 años y su padre había muerto. Es entonces cuando su tercera “huida” será la definitiva, afrontará la vida que quiere, no su inicial guion, y será Santa y doctora.

Palabras clave: Análisis Transaccional - Guion de vida - Cupones del guion - Posición existencial - Mandatos

NUEVOS CONCEPTOS EN RELACIÓN CON EL APRENDIZAJE Y LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES

AUTORA

Mireia Tintoré Espuny

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mtintore@uic.es

En el marco de las Ciencias Humanas y de las Ciencias Sociales, el aprendizaje de las organizaciones es un tema que se abre paso con fuerza. El objetivo de este trabajo es ahondar en algunos conceptos básicos relacionados con el aprendizaje organizativo que suelen aparecer en la bibliografía habitual sobre el mismo y que ayudan a situarlo y a orientar las investigaciones. Llamamos “nuevos” a estos términos para diferenciarlos de otros ya clásicos en la literatura organizativa y también por otra serie de motivos. En primer lugar porque muchas veces se trata de auténticos neologismos. En otros casos, porque son conceptos que se emplean en la literatura organizativa con una acepción que no es la habitual en otras disciplinas. Y finalmente porque muchos de ellos adoptan una carga metafórica que hace nuevo su significado.

Cuando el investigador se introduce en el mundo del aprendizaje organizativo y las “organizaciones que aprenden” empieza por analizar los conceptos clave en torno a estas dos teorías. Es habitual detenerse en términos como “aprendizaje”, aprendizaje de bucle simple, de doble bucle o de bucle triple, “conocimiento” y otros conceptos de índole similar. Pero otras palabras o imágenes, a fuerza de ser utilizadas, se han introducido con fuerza en la bibliografía organizativa. Nos referimos a términos como “barreras y rutinas defensivas”, “desaprendizaje”, “dilemas de aprendizaje”, “trampas de competencia”, “mathofobia”, “filomathia”, “sintropía”, “entropía” “capacidad de absorción” o “ciclos de aprendizaje incompletos”. Y junto a ellos, conceptos más sofisticados como la llamada “ley de Albrecht”, la “técnica de la columna izquierda” o el “principio de negatividad organizativa”. También a imágenes y parábolas como las de la “rana hervida”, o el problema del “enemigo externo” señalados por Senge, o “la incompetencia competente” que elabora Argyris.

Nuestro trabajo define y explica estos términos con los que nos hemos topado en el curso de nuestras investigaciones, y que nos parecen dignos de ser tenidos en cuenta porque ayudan a describir y entender el panorama a veces confuso de las todavía jóvenes teorías organizativas.

Algunos de estos términos tienen autores conocidos, de otros no somos capaces de rastrear el origen pero sí podemos señalar quién o quiénes han sido sus máximos difusores. Lo que está claro es que se trata de terminología muy característica del ámbito de las “organizaciones inteligentes” y por eso hemos optado por una breve explicación de lo que significan estos conceptos y cómo intervienen en el aprendizaje de las organizaciones y en la generación de cultura organizativa.

En resumen, la bibliografía sobre aprendizaje organizativo ha generado numerosos términos nuevos, de origen variado y connotaciones metafóricas, para poder ilustrar conceptos necesarios de una forma mucho más expresiva. El origen de estos conceptos muestra la naturaleza multidisciplinar del aprendizaje organizativo. Su puesta en práctica, modifica la cultura y aprendizaje de las instituciones.

Palabras clave: Aprendizaje organizativo - Organizaciones que aprenden - Cultura organizativa

DISCIPLINAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL BASADAS EN ESTRATEGIAS DE CONTENIDO PARA LA GENERACIÓN DE TRÁFICO CUALIFICADO WEB

AUTORES

Fernando Toledano Cuervas-Mons y Begoña Miguel San Emeterio

Universidad de Nebrija en Madrid (España)

ftoledan@nebrija.es y bmiguel@nebrija.es

El presente trabajo detalla las diferentes disciplinas de comunicación y marketing orientadas a fomentar relaciones de confianza con la audiencia y constituir oportunidades de negocio en el ámbito digital. Las técnicas descritas están basadas en la generación o publicación de contenidos y su difusión a través de las redes sociales.

Se analizan los tipos de tráfico web que las estrategias basadas en los contenidos pueden generar y sus implicaciones en los negocios online. Se determina la metodología para realizar la comunicación de marca a través del contenido con su correspondiente plan editorial, así como los formatos, canales y redes sociales más eficaces.

Por último, se describen las etapas y procesos automatizados del marketing digital como también las plataformas tecnológicas utilizadas para conseguir convertir el tráfico web generado a través de contenidos, hacia los objetivos deseados por la marca o el negocio online.

Palabras clave: Estrategia de contenidos – Márketing de contenidos – Márketing de atracción – Tráfico cualificado web

ESTUDIO DE LAS COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA “EDUCACIÓN SOCIAL, POLÍTICAS E INSTITUCIONES SOCIALES”

AUTORA

Ana del Carmen Tolino Fernández-Henarejos

Universidad de Murcia (España)

anacarmen.tolino@um.es

Los tiempos de reforma no siempre suponen una bocanada de esperanza y optimismo, ya que junto a estas actitudes conviven, como no podía ser de otro modo pues la actitud presenta un carácter bipolar que integra esta doble dimensionalidad, la desconfianza, negatividad y rechazo de las directrices que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), comúnmente conocido como el plan Bolonia. En cualquier caso, y admitiendo que el discurso es diferente en función del posicionamiento anterior que hagamos, nos encontramos en un contexto de cambio y renovación, un espacio de idoneidad para la reflexión pedagógica de la educación de forma global, así como para la reflexión de la acción docente en el aula. Al respecto se han incrementado vertiginosamente el número de experiencias de innovación y evaluación del que hacer docente, hasta el punto de ofrecernos una nueva clasificación de las mismas bajo el adjetivo de buenas prácticas docentes.

El EEES supone un marco de referencia conceptual y normativo desde el que adaptar los títulos y asignaturas, marcando un escenario que evita que la organización de la docencia universitaria quede a disposición de factores particulares que impidan el desarrollo de una estructura y unos planteamientos docentes homogéneos. Son muchos los cambios que ha introducido en la universidad española esta reforma, tanto en la administración y gestión de la universidad española (compensar el desfase entre universidad y mercado laboral, la universidad como servicio público a la comunidad, homogeneidad, calidad y transferencia como parámetros esenciales del nuevo sistema educativo, promover la competencia digital, así como la movilidad estudiantil y docente,...), como en la configuración de los planes de estudio (nuevo sistema de créditos europeos- ECTS-, adaptación de las titulaciones a la nueva estructura de grados y postgrados,...). De todos ellos, requiere, por la vinculación al objeto de este trabajo que presentamos, especial atención, los cambios que conciernen directamente al modelo educativo y que afectan más directamente al proceso de enseñanza-aprendizaje (modelo centrado en el aprendizaje y no en la enseñanza, implementación de metodologías activas, trabajo autónomo de los alumnos, aprendizaje por competencias, nuevos mecanismos de evaluación discente y docente, etc.).

Quizás, de todos los aspectos que introduce el EEES, el foco de mayor debate e interés, sea el aprendizaje por competencias, tal y como puede comprobarse en el volumen de producción científico-académica que ha generado. En este trabajo se exponen los resultados obtenidos, en un cuestionario de elaboración propia, sobre la valoración que los alumnos del Grado de Educación Social del curso académico 2014/2015 tienen de las competencias de la asignatura de Educación Social, Políticas e Instituciones Sociales. La percepción de los alumnos respecto al grado de adquisición y utilidad de las competencias es baja, y proponen como medidas de mejora más contenido de índole práctico, mayor actualización de los contenidos teóricos y más claridad expositiva de los mismos.

Palabras Claves: Innovación – Evaluación – Enseñanza – Aprendizaje – Competencias

LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL. PLAN DE TRABAJO COMPLEMENTARIO ENTRE DOCENTES Y EXPERTOS DE EMPRESA

AUTORA

Ana del Carmen Tolino Fernández Henarejos

Universidad de Murcia (España)

anacarmen.tolino@um.es

La reforma de formación profesional en España, debido a las exigencias del nuevo contexto económico, se ha convertido en una cuestión inaplazable. Las altas y crecientes tasas del desempleo juvenil constituyen la señal de alarma más notoria; señal de alerta a los poderes públicos, y a la sociedad en general, sobre la urgencia de concebir y aplicar medidas efectivas orientadas a invertir en tendencia y a preparar un mejor futuro para todos. En esta línea, las medidas para el fomento de empleo que van dirigidas específicamente a la población joven son considerablemente escasas y se concentran sobre todo en las categorías de fomento de contratación y contratación en prácticas y prácticas no laborales.

En los últimos años, agentes sociales, culturales, económicos, políticos e investigadores académicos, así como también los medios de comunicación social tratan sistemáticamente el tema de la Formación Profesional dual como un modelo que podría mejorar nuestro sistema formativo y laboral. En este sentido, el desarrollo de proyectos de formación profesional tiene como finalidades: incrementar la vinculación y corresponsabilidad del tejido empresarial, facilitar la inserción laboral, potenciar la relación del profesorado de formación profesional con las empresas del sector y favorecer la transferencia de conocimientos. Esta modalidad de Formación Profesional escapa a la diversidad de los sistemas educativos que imperan en Europa.

Este trabajo recoge un programa formativo elaborado por el Instituto de Educación Secundaria Politécnico de Cartagena de la Región de Murcia y la empresa Repsol durante el curso 2012-2014. El profesorado y los expertos de la empresa diseñaron de forma conjunta en la distribución y adaptación de contenidos y secuenciación temporal, acorde con el programa oficial de estudios y el respectivo modelo de producción de la empresa. Asimismo, para poner en marcha la actividad formativa en la empresa y en el centro educativo se han coordinado periódicamente mediante reuniones de control, los profesores responsables de los módulos profesionales y los tutores de formación dependientes de Repsol. Éstos últimos también han coordinado actividades en el interior del complejo industrial con otros departamentos.

Los participantes fueron 18 alumnos que formaron parte del programa durante dos cursos académicos. Partiendo de los objetivos planteados en este proyecto, concluimos que los alumnos tuvieron la oportunidad de aprender en un entorno real, potenciando contenidos conceptuales y procedimentales a nivel laboral y formativo.

Palabras clave: Docentes - Empresa - Experiencia - Formación profesional

BIOÉTICA Y EDUCACIÓN: NUEVOS CAMINOS, NUEVAS PERSPECTIVAS

AUTORA

Lina M^a Tomás Pastor

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

ltomas@ucam.edu

La Bioética ha tenido, desde su origen, muy claro su sentido y su misión. La defensa y el respeto por la vida ha constituido su razón de ser, y gracias a ella se han abierto debates, dudas y dilemas donde todo aparecía con la claridad meridiana que pueden proporcionar los adelantos de la ciencia y el progreso. La perspectiva personalista ha tratado de dotar de un fundamento ontológico y antropológico –en nuestra opinión con bastante éxito– a los principios de la Bioética en torno a la vida humana y ha sido fundamentalmente el campo de la medicina, de las Ciencias de la salud y de la investigación biomédica los que se han asociado a ella de forma más directa.

Sin embargo, la expansión de la Bioética como rama de conocimiento y la interdisciplinariedad actual, ha acrecentado el interés de otras disciplinas por ella, como es el caso de la Educación. No es difícil relacionar la educación con la vida humana. De hecho, para que una persona pueda ser educada la primera condición es que posea vida. Tampoco es difícil establecer una relación entre la educación y la Ética, pues siempre educamos con una orientación determinada, un perfeccionamiento; la educación va encaminada hacia no tanto lo que la persona *es*, sino lo que *debe llegar a ser*.

Pero no es tan sencillo establecer una correlación entre educación y Bioética, precisamente por los lazos de unión que, durante décadas, ha presentado y presenta la Bioética –con pleno derecho– con el comienzo y el fin de la vida humana, la dignidad de la persona y los límites de la investigación.

La interdisciplinariedad antes mencionada está demandando la apertura de nuevos caminos y nuevas perspectivas de la Bioética. En nuestra ponencia presentaremos estas nuevas perspectivas de conexión entre la Bioética y el ámbito educativo y por qué es necesario que todo el conocimiento que la Bioética ha ido adquiriendo en estos años impregne y enriquezca también un campo tan necesitado de luz y de aclaraciones como es la educación hoy.

Indicamos unos temas que, debidamente justificados desde una perspectiva personalista, pueden establecer esta conexión entre la Bioética y la educación. Por ejemplo la educación afectivo-sexual de los niños y adolescentes; el papel protagonista del padre –y no solo de la madre– en la educación de los hijos y por qué; el grave problema de la pornografía infantil; estrés y violencia en los niños; la estimulación temprana en la etapa prenatal, estudios e investigaciones; el excesivo proteccionismo infantil y sus consecuencias; los niños únicos en las familias y consecuencias; la importancia de las raíces familiares y el sentido de pertenencia a una familia; ideología de género; la autoestima; la educación de la resiliencia...

Son nuevas perspectivas que abrirán nuevos cauces hacia la defensa del derecho a vivir, a vivir la vida y una vida plenamente humana.

Palabras clave: Bioética – Educación – Perspectiva personalista – Interdisciplinariedad – Vida humana

USE OF CAPITALIZATION IN ENGLISH: A LEARNER CORPUS-BASED STUDY

AUTORAS

Milagros Torrado y Carmen Font

Universidad Internacional de La Rioja (España)

milagros.torrado@unir.net y carmen.font@unir.net

Concordance studies within a specific language corpus rarely pay attention to consistency in the use of capital letters, not even in mainstream literature of error correction in an ESL context (Melvin 2014; Ojwang, 2012). However, a proper use of capital letters reflects the subject's linguistic competence and accuracy. In a globalized world where English is the language of digital communication, the proper use of capital letters becomes more and more important as a carrier of meaning. At the same time, digital environments –from conventional computer interfaces to apps and instant messaging–, with their emphasis on speed and instantaneous communication, encourage a casual use of capitalization. Students working within the context of digital educational platforms usually relax their level of writing correctness and show an inconsistent or careless management of spelling in their written exchanges. This is especially the case with capital letters, to the point that many students may not even be aware of the significance of writing “English” with a capital “E”.

This paper analyses a specific corpus from students of English for the Degree of Early years Education at UNIR University, Spain. This learner corpus collects the input of more than one hundred students in the subject entitled “ICT tools applied to the learning of English language”. It gathers the students' written participation in an online-debate (‘foro’) assessed and marked by the faculty members in charge of the aforementioned subject. This learner corpus also compiled by the faculty members in charge of the subject throughout two academic years, i.e. 2013-2014 and 2014-2015, is being analyzed by the ENTELEARN group from UNIR so as to offer a taxonomy of errors and mistakes in the frame of undergraduate degrees.

The main purpose of this paper is to examine the correct or wrong use of capital letters in the data collected in this learner corpus. The inputs of students have been sorted out with a specific corpus management program called AntConc 3.2., which has generated key words in context (KWIC) to indicate all the concordance instances and, therefore, assess the use of capital letters.

The level of students varies from B1 to C1. Since the corpus is not homogenous in its level of English competence, we might encounter a considerable percentage of grammar and spelling mistakes. In particular, the preliminary results of our analysis reveal that most of these occurrences are inconsistent. Once the quantitative search on the use of capitalization by students is described, we will propose two hypotheses for their prevalence in light of these results. In this regard, the paper aims at opening up a much needed debate about the use and misuse of capitalization as indicative of linguistic competence.

Key words: Corpus linguistics – AntConc 3.2 – Capitalization – Error correction – Concordance

ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE LAS COMPETENCIAS QUE IMPACTAN EN LA MOVILIDAD INTERNACIONAL

AUTORES

Teresa Torres Coronas y María Arántzazu Vidal-Blasco

Universitat Rovira i Virgili (España)

teresa.torres@urv.cat y mariaarantzazu.vidal@urv.cat

Este estudio explora la relación entre la competencia en lengua extranjera (nivel acreditado de conocimiento de la lengua inglesa), la competencia intercultural, la inteligencia cultural cognitiva y la vocación por seguir una carrera internacional del alumnado universitario. El objetivo es dar respuesta a las preguntas: ¿qué variables condicionan más directamente la movilidad internacional del alumnado universitario? ¿Qué es más importante para “salir al exterior”, las competencias lingüísticas, la competencia comunicativa intercultural o la inteligencia cultural cognitiva? La respuesta a esta pregunta nos permite entrar en el debate sobre el verdadero valor de tener un certificado B2 de inglés y sobre el tipo de competencias que la universidad debe fomentar en las aulas.

Durante el curso 2013-14 se llevó a cabo un estudio empírico en la Universitat Rovira i Virgili (URV) con una muestra final de 508 estudiantes de grado. A través de un cuestionario en línea, el estudio valida la escala de Fritz, Möllenberg y Chen (2002) de competencia de sensibilidad intercultural al tiempo que los participantes también autoevalúan su nivel de inteligencia cultural cognitiva, entendida como la percepción que tiene un individuo sobre su conocimiento de otras culturas, así como su intención de seguir una carrera internacional. De los resultados se desprende que, más allá del conocimiento de una lengua, son otras las variables que dan confianza en la salida al exterior, como la competencia intercultural y las subescalas relacionadas con el respeto del estudiante a las diferencias culturales, su grado de confianza en la comunicación intercultural y el grado en que disfruta con esa interacción.

La interpretación de resultados permite afirmar que la universidad tiene que desarrollar la capacidad del alumnado para actuar de manera adecuada y flexible ante acciones, actitudes y expectativas de personas de otras culturas. Que el alumnado acabe con un certificado B2 no es suficiente para garantizar la empleabilidad de los titulados/as en un mundo global. En este sentido, los resultados preliminares mostrarían que requisitos curriculares de estancias en el extranjero como la establecida en la doble titulación de educación en Catalunya estarían abriendo una interesante línea a seguir. Es, por tanto, importante que tanto desde el Gobierno como desde los órganos rectores de la universidad se apoyen iniciativas destinadas al intercambio multicultural.

Palabras clave: Competencia intercultural – Movilidad internacional – Educación superior – Inteligencia cultural cognitiva – Empleabilidad

LA PUBLICIDAD Y LA VEJEZ: LA CREACIÓN DE ROLES VINCULADOS A LA EDAD A TRAVÉS DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS

AUTORAS

Emma Torres Romay y Silvia García Mirón

Universidad de Vigo (España)

emmatr@uvigo.es y silviamiron@uvigo.es

El envejecimiento mundial de la población supone un nuevo reto desde la perspectiva de los medios de comunicación (Díaz Aledo, 2013: 485). En el caso concreto de España no puede pasarse por alto el hecho de que ese envejecimiento, unido a la actual crisis económica ha convertido a la población mayor de 65 años en un nicho fundamental de consumo, tal y como se preveía a comienzo de la década (INE, 2001; López, 2003). Los hábitos de consumo de los mayores tienen, por tanto, una importancia creciente para todos los integrantes del sector comercial dado el peso que han adquirido en el total de la población y que les espera en el futuro (Fundación Edad & Vida, 2006).

Desde esta perspectiva resulta de gran importancia la puesta en marcha de líneas de investigación que permitan valorar la interacción de las personas mayores con la comunicación comercial. En este contexto, el objetivo de este trabajo es, por tanto, analizar la situación actual en lo relativo a la relación entre la publicidad y la vejez atendiendo a una necesidad clara de mantener el foco de atención sobre este tema y estableciendo posibles líneas de mejora al respecto. Se trata de una relación casi interesada entre los implicados; la actual crisis publicitaria requiere que este sector optimice sus mensajes y los adecue a un nuevo consumidor, en línea con los denominados “prosumidores mediáticos” (García & Valdivia: 2014) y su capacidad crítica y decisora en cuanto a la publicidad (Del Pino & Galán, 2010). Mientras, las personas mayores precisan de avances en cuanto al reconocimiento de su importante papel, tanto desde su perspectiva económica (IMSERSO, 2008a) como social (IMSERSO, 2008b) y, por supuesto, contrarrestar los estereotipos y prejuicios existentes en torno al envejecimiento (Poveda, Barberá, Prat & Vera, 2009: 5) al tiempo que se lucha contra el edadismo (Sagrera, 1992; Losada, 2004) en un campo donde este problema es generalizado (De Lemus & Expósito, 2005: 46).

El trabajo se centra, por tanto, en aquellas personas que cronológicamente se sitúan por encima de los 65 años pero que, además, pueden ser divididas en distintos tipos de consumo. Se trata de adultos con capacidades de procesamiento adecuadas pero con claras barreras culturales en la percepción de los medios de comunicación. En cuanto al análisis, se propone realizar un estudio de las piezas publicitarias que han sido recogidas en las emisoras donde este grupo poblacional centra su consumo, Antena 3 y Tele 5 (de acuerdo con los datos facilitados por Kantar Media) y exceptuando a La 1 ante la no emisión de contenidos publicitarios. Para la recogida de la muestra, se han tomado como referencia las franjas horarias (Barlovento, 2014) de Mañana (7.00 a 14.00 h.), Sobremesa (14.00-17.00 h.), Tarde (17.00-20.30 h.) y Noche 1 o Prime Time (20.30-24.00), por considerarse los horarios en los que las personas mayores de 65 años pueden tener actividad de ocio o consumo de medios. Las piezas publicitarias del universo son sometidas a un análisis de contenido diferenciando aquellas en las que el protagonista o el target estuviera compuesto por personas mayores de 65 años, volcando dicha muestra en una base de datos en las que se analizan los siguientes parámetros: producto, anunciante, sector, día de emisión, franja horaria de emisión, emisora, programa, tipo de presencia, rol en relación al producto, rol detallado, target y objetivo.

Palabras clave: Publicidad – Vejez – Mayores – Consumo – *Spots*

ETNOMUSICOTERAPIA Y COMUNICACIÓN. UN PLAN DE FORMACIÓN PARA PROFESIONALES DEL CAMPO DE SALUD MENTAL

AUTORA

Rosa María Torres Valdés
Universidad de Alicante (España)
rosa.torres@ua.es

La musicoterapia es una denominación de las llamadas “arte terapias” en la que se extraen y se aprovechan las cualidades terapéuticas de la música para aplicarlas en enfermos de muy diferentes casuísticas. Por una parte, desde una perspectiva neurobiológica, la música es un fenómeno complejo, pero de gran interés por sus aplicaciones en intervención terapéutica, psico-socio-cultural y educativa. Por otra parte, la experiencia musical tiene un fuerte impacto sobre las emociones, y la evidencia empírica demuestra que las emociones condicionan el desarrollo de la motivación y de las conductas. Precisamente incidir en estos dos elementos a través de las vivencias musicales del paciente, es uno de los fines de la musicoterapia, una de cuyas bases fundamentales, de acuerdo con Grebe (1977) “reside en la adecuada comunicación entre terapeuta y paciente y ésta a su vez depende en gran medida de la ubicación de las preferencias musicales e Identidad Sonora del paciente” (ISO).

La antropología cultural desempeña un papel importante en esta cuestión y por ello se propone una definición de etnomusicoterapia como parte de la arte terapia musical, basada en la incorporación de sonidos de la naturaleza, así como de aquellos sonidos musicales propios de una etnia que forman parte de la identidad cultural de paciente.

A partir de estas premisas y ante la necesidad expresada por el Centro de Salud Mental Dr. Esquerdo, de San Juan de Alicante, de diseñar un plan ad-hoc que dé forma y sustentación a lo que de modo intuitivo se venía haciendo, por una parte, y por otra, teniendo en cuenta la complejidad de los procesos comunicativos entre pacientes y personal de salud mental englobados en psiquiatras, enfermeros, químicos y técnicos auxiliares, se considera importante plantear una acción formativa diseñada desde una perspectiva etnomusicológica y antropológica unida a la neurobiológica anteriormente mencionada.

El trabajo presenta una experiencia piloto de 21 horas lectivas, trabajando tanto con los profesionales de salud como con los pacientes, atendiendo a todas las normas éticas de respeto a la intimidad del paciente psiquiátrico. Esta investigación acción arrojó resultados interesantes de aplicación de la etnomusicoterapia como herramienta facilitadora de comunicación entre pacientes y personal sanitario. Se produjeron cambios positivos apreciables y no esperados, en pacientes, tras la intervención. Por su parte los profesionales admiten que los aprendizajes han sido útiles para desarrollar trabajo en equipo así como para su propia vida personal. Estos hallazgos hacen pensar en la posibilidad de extrapolar la etnomusicoterapia más allá del ámbito de la relación terapeuta - paciente, aplicando y adaptando esta metodología a actividades de formación en organizaciones empresariales, entidades educativas en las que se dan conflictos de comunicación – relación intercultural e incluso a la organización de eventos experienciales.

Palabras clave: Etnomusicoterapia – Salud Mental – Comunicación – Formación – Identidad Sonora

ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS Y CONTENIDOS DIDÁCTICOS PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

AUTORES

**Rosa María Torres Valdés, Carolina Lorenzo Álvarez; Sara Magallón Pendón; Patricia Núñez
Gómez; María del Carmen Quiles Soler; Juan Monserrat Gauchi; Alba Santa Soriano y
Laura Herrero Ruíz**

U. de Alicante, U. Miguel Hernández, U. de Barcelona y U. Complutense de Madrid (España)
rosa.torres@ua.es; carolina.lorenzo@protocoloimep.com; sara.magallon@esrp.net;
pnunezgo@ccinf.ucm.es; MC.Quiles@ua.es; Juan.Monserrat@ua.es; alba.santa@ua.es y
lhr8@alu.ua.es

Los cambios socioeconómicos acontecidos durante la última década, sugieren que el autoempleo puede ser una salida al mercado laboral, en un sector como el de la Publicidad y las Relaciones Públicas. El trabajo que se presenta parte de esta reflexión situacional y sugiere una hipótesis inicial que plantea si los profesionales bien cualificados, con habilidades y competencias para el emprendimiento, podrían tener mejores posibilidades de desarrollo de carrera profesional autónomamente. Tal como lo que expresan Camacho y Lara (2011), el estudiante debe adquirir las capacidades necesarias no sólo para sus actividades de aprendizaje, sino también aquellas que se requieren posteriormente en el mercado laboral.

La investigación contempla el análisis de contenido de guías docentes de las asignaturas Técnicas de las Relaciones Públicas, Sistemas y Procesos en Publicidad y Relaciones Públicas, Estrategia de la Publicidad y las Relaciones Públicas, Protocolo y Eventos en Instituciones y Empresas impartidas en la Universidad de Alicante, Procesos de Creación de Creación Publicitaria impartida en la Universidad Complutense y Análisis de Casos de Publicidad y Relaciones Públicas impartida en la Escuela Superior de Relaciones Públicas adscrita a la Universidad de Barcelona.

Por otra parte se cuenta además con tres doctorandas que trabajan en el ámbito de la docencia universitaria relacionada con las disciplinas objeto de estudio y que han sido emprendedoras. Se realizó encuesta a los alumnos matriculados en las asignaturas mencionadas y se entrevistó a emprendedores en activo, todos ellos de esta área de conocimiento.

Los resultados obtenidos revelan puntos fuertes y áreas de mejora que conviene atender si se pretende fomentar el emprendimiento en Publicidad y Relaciones Públicas, y abre una agenda de investigación específica sobre el tema.

Palabras clave: Competencias - Didáctica - Emprendimiento – Publicidad - Relaciones Públicas

PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS EN EL GRADO EN ECONOMÍA

AUTORAS

Carmen Trueba Salas y Lorena Remuzgo Pérez

Universidad Cantabria (España)

truebac@unican.es y remuzgol@unican.es

El Libro Blanco del Título de Grado en Economía y Empresa, coordinado por la Conferencia de Decanos de Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales (CONFED) propone la estructura, duración y contenido de los nuevos planes de estudio a partir de las Declaraciones de la Sorbona (1998) y Bolonia (1999). En este marco de referencia, un elemento clave de la reforma de los planes de estudio y su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) –que guiará el proceso formativo del estudiante– es la adquisición de competencias. Este nuevo paradigma educativo requiere estructuras de control de la calidad a todos los niveles. Si bien existen diferentes mecanismos de evaluación de la misma, no están orientados específicamente al proceso de adquisición de competencias.

En este trabajo se propone estudiar la evolución del proceso de adquisición de competencias en el Grado en Economía, a partir de un enfoque multi-metodológico en varias etapas. Partiendo de las competencias recogidas en el libro blanco de la titulación, y de las definidas en los planes de estudio de diferentes universidades de referencia, se analizará la distribución de las competencias comunes a los mismos desde una perspectiva integral, tanto cuantitativa como cualitativa.

Esta información será la base de la siguiente etapa, en la que se van a plantear una serie de pruebas correspondientes a las competencias comunes, que se realizarán sobre un muestreo de estudiantes en diferentes momentos de la carrera para observar la evolución real de la adquisición de las mismas a lo largo de la titulación. Dado que estas competencias serán igualmente adquiridas por los egresados de otras universidades –potenciales competidores en el mercado de trabajo– este hecho es un factor relevante en el mayor o menor grado de éxito en su incorporación al mundo laboral. Esta información es igualmente valiosa para la mejora del sistema docente, ajustándolo al proceso de adquisición de competencias.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Grado en Economía - Competencias

LA TECNOLOGÍA COMO UN IDEAL MORAL PARA EL INDIVIDUO

AUTORA

Laura Trujillo Liñán
Universidad Panamericana (México)
ltruji@up.edu.mx

En la actualidad, el hombre vive en un mundo desencantado en el que rechaza todo aquello que implique un vínculo de compromiso y responsabilidad: los valores, la ética. Esto es debido a una aparente falta de coherencia en las instituciones a través de la historia que nos han llevado a dejar de creer en lo impuesto por otros, sin embargo nuestra tendencia a la búsqueda de la verdad parece llevarnos a crear nuestra religión personalizada, código de ética y valores.

Antes de la realidad, la única base segura para el hombre es el hombre mismo. Es por ello que se preocupa más por sí mismo que por el mundo, sus ciudades, sus comunidades y sus instituciones. Esta acción ha sido tomada como una ventaja por los medios de promover una mayor separación entre el hombre y el mundo pues le incita a crear nuevas aldeas globales virtuales donde es el personaje principal. Una vez que el hombre entra en el campo de los medios, él comienza a absorber los valores detrás de los medios de comunicación, aislándolo de sus compañeros y el diálogo. Esos medios de comunicación, han sido desarrollados por una ideología definida capaz de manipular los individuos a sus propios intereses.

Entonces el hombre se comporta y piensa de acuerdo a los medios de comunicación, aunque sea contrario a la naturaleza del hombre. Una consecuencia natural es que sin darse cuenta, el hombre vive en su propio mundo personalizado enmarcado por los medios de comunicación se mueve a sí mismo como más individual y menos social, a actuar más como una máquina y menos como un hombre, sin la creatividad y la reflexión. De esta manera, el hombre pierde su libertad, sin pensar o actuar por sí mismo, sino por la ideología de los medios. Él no es libre más, pues ahora, por la influencia de los medios de comunicación, está siendo destruido en su humanidad poco a poco.

A través de la teoría de Charles Taylor sobre el malestar de la modernidad, Neil Postman y Marshall McLuhan acerca del condicionamiento tecnológico pretendo defender en este trabajo la teoría de que los medios de comunicación separan al hombre del mundo para convertirlo en un marioneta de la sociedad tecnológica.

Palabras clave: Medios – Individuo – Valores – Ética – McLuhan – Postman

MICROCuentos: UNA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS CLASES DE COMUNICACIÓN

AUTORA

Fernanda Tusa Jumbo
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
ftusa@utmachala.edu.ec

Dentro del área temática ‘Innovación’, en la categoría de ‘Nuevos contenidos en Comunicación’, el presente artículo propone un abordaje teórico-práctico sobre la incorporación de microcuentos dentro de las clases de comunicación en el entorno universitario con el fin que los estudiantes sepan inferir mensajes en torno a la deontología ética y periodística dentro de la carrera.

Como herramientas metodológicas se hace uso del análisis cualitativo de contenido, el análisis del discurso, revisión bibliográfica, uso de documentación oficial de microcuentos seleccionados para el estudio, análisis-síntesis de contenidos en torno al valor de la literatura en comunicación a través de bibliotecas digitales, revistas indexadas, hemeroteca, libros de voceros y voces expertas, etc. Además se emplea como muestra los estudiantes de segundo y cuarto semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala, primer semestre, período 2015-2016, quienes mediante encuestas, testimonios y entrevistas exponen acerca de la experiencia con microcuentos en clases y los posibles beneficios-oportunidades que ha recibido gracias a estos.

En cuanto a la selección de microcuentos, se hace un recorrido sobre la producción escrita de autores latinoamericanos como: Marco Denevi, Augusto Monterroso, Julio Cortázar, Eduardo Galeano, Jorge Luis Borges, Gabriel García Márquez, Juan Rulfo, Anton Chéjov, Mario Benedetti, Horacio Quiroga y Enrique Anderson Imbert. Así como de autores nacionales ecuatorianos (José de la Cuadra, Joaquín Gallegos Lara, Raúl Pérez Torres y Miguel Donoso Pareja).

Finalmente se concluye que el uso de microcuentos dentro de la asignatura de la carrera de Comunicación Social logra los siguientes resultados: 1) desarrolla y potencia las habilidades, capacidades, competencias, aptitudes y actitudes profesionales de los estudiantes universitarios en torno a la deontología periodística, el valor de la ética y el respeto a los principios y derechos universales del ser humano, 2) sirve como un vehículo motivador enfocado en el amor al estudio, la valía profesional y la adhesión a la carrera como señal de identidad y forma de vida, disminuyendo la deserción estudiantil en los primeros años, 3) sensibiliza a los estudiantes sobre los problemas que aquejan la coyuntura social de un determinado país a partir de extrapolar el argumento y el mensaje del microcuento a la realidad in situ del entorno y 4) genera productos y servicios comunicacionales (en extensión a las enseñanzas aprendidas del microcuento) los cuales se caracterizan por la innovación, creatividad y humanismo contenido en cada propuesta.

Palabras clave: Microcuento – Comunicación – Innovación – Clases motivadoras – Estudiantes Universitarios

BIOÉTICA COMO MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN HOSPITALES PÚBLICOS

AUTORES

Esther Sofía Urdaneta y José Vicente Villalobos Antúnez

U. Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana en Maracaibo
(Venezuela)

eurdaneta02@gmail.com y jvillalobos@fec.luz.edu.ve

El propósito del estudio consistió en describir la Bioética como marco de la Responsabilidad Social en Hospitales Públicos. En una tendencia de un mundo cambiante y complejo las organizaciones, y específicamente los hospitales como instituciones fundamentales dentro del sistema de salud, deben promover en su interior conductas que permitan brindar atención digna, segura y humanizada, buscando siempre la máxima aspiración del bien común, mediante el respeto a todos los involucrados: individuos, familia y comunidad.

El estudio es explicativo, de campo, con diseño no experimental y transeccional. La población estuvo conformada por 30 supervisores de enfermería de los 3 hospitales estudiados. Para la recolección de la información se diseñó un cuestionario tipo Likert, se realizó la validación de contenido a través del juicio de expertos, tanto de metodología como especialistas en el tema. La confiabilidad estuvo dada por el coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.96. Una vez obtenida la información se codificaron los datos y se realizó el análisis e interpretación a través de estadística inferencial.

Entre los resultados destaca: el principio No-maleficencia se ponderó alto, por encima de los principios Autonomía, Beneficencia y Justicia, que a su vez resultaron moderadamente alto, sin diferencias estadísticamente entre sí. En relación a Derechos del paciente, Asistencia Digna, Atención Sanitaria sin Discriminación, y Libertad de elección, fueron considerados altos por la población estudiada.

En segundo lugar se encuentra Derecho a la Confidencialidad, Derecho a la Información clara y completa, que obtuvieron una puntuación moderadamente baja. El nivel bajo corresponde a Atención sanitaria de calidad. Entre los instrumentos con orientación bioética el Consentimiento informado es ponderado alto, sobre Comités de bioética, considerado bajo. Realizando la comparación de los Dilemas bioéticos, el indicador Aborto es considerado por encima de Muerte cerebral.

El tercer lugar lo ocupa Distanasia, que resultó por encima de Eutanasia, cuya ponderación es baja. El indicador Dimensión interna es ponderado alta sobre Dimensión externa. En relación a la dimensión externa se pondera mayormente a los socios comerciales que al paciente y las comunidades locales.

No existen diferencias entre los componentes Ético, Legal, Económico y Filantrópico, no obstante en relación al componente Económico la buena imagen de la institución se prioriza sobre el capital social. Estos resultados propiciaron el diseño de un modelo de gestión para los hospitales públicos.

Palabras Clave: Bioética - Responsabilidad social - Hospitales públicos

JUEGOS SERIOS COMO HERRAMIENTA PARA CONSTRUIR APRENDIZAJE EN LA ENSEÑANZA SUPERIOR

AUTORAS

Ana Cristina Urquidi Martín y Carmen Tamarit Aznar

Universitat de València (España)

urquidi@uv.es y carmen.tamarit@uv.es

Si analizamos la concepción del aprendizaje y las estrategias de enseñanza dirigidas a promoverlo, observamos que han experimentado cambios sustanciales en los últimos años. La enseñanza tradicional proporcionaba información al alumno, limitándose la función de éste a asimilarla mediante la práctica y la repetición. Por el contrario, actualmente, se considera que el aprendizaje no puede ser transmitido, sino que debe ser construido por el propio individuo (constructivismo), destacando como cualidades la abstracción y la transferencia, que sólo son posibles cuando el alumno aplica sus conocimientos a una actividad plena de sentido y en contextos variados, que permitan la generalización.

La docencia universitaria siempre ha buscado adoptar marcos teóricos y metodologías enseñanza-aprendizaje que le permitan aproximaciones directas a acontecimientos y situaciones del mundo real, siendo un ejemplo de ello las clases prácticas organizadas, tanto dentro de los espacios destinados a la docencia (aulas, laboratorios, etc.) o en marcos naturales externos (prácticas de campo, visitas, etc.) o en mediante el análisis de estudios de casos o en aprendizaje orientado a proyectos, entre otros.

Los juegos serios o simulaciones tienen como objetivo duplicar las características y comportamientos propios de un sistema real. Los participantes han de enfrentarse a retos que reproducen modelos simplificados de la realidad. La persona, individual o colectivamente, pone en práctica sus habilidades técnicas, y todas las decisiones son responsabilidad suya, permitiendo experimentar, y si el resultado es erróneo, se recibe el estímulo de intentarlo otra vez.

Así pues, consideramos que los juegos serios serían una herramienta útil para el aprendizaje de los alumnos universitarios, ya que los acerca a escenarios reales, y el conocimiento es construido o reconstruido por ellos mismos a través de la acción. Sin embargo, es difícil afirmar que estos juegos de simulación realmente cumplen con los requisitos y expectativas de los alumnos, y además es complejo determinar si el juego cumple con los objetivos de aprendizaje marcados.

Por todo ello, creemos importante y necesario contribuir a la validación sobre la base de la evidencia empírica y el uso en el aula de los juegos serios como herramientas eficaces en el aprendizaje en la universidad. Para ello, hemos implementado simulaciones en una asignatura de Grado de la Facultat d' Economia de la Universitat de València en el curso académico 2014-2015, con el objetivo de contrastar si a partir de la utilización de éstas, los alumnos adquieren y desarrollan habilidades que se adapten a las necesidades curriculares y a los requisitos demandados por la empresa y la sociedad.

Palabras clave: Juegos serios - Enseñanza superior - Innovación educativa - Aprendizaje activo

LOS NUEVOS *ROCK STARS* DE LA PRESCRIPCIÓN PUBLICITARIA EN PÚBLICOS JÓVENES. LOS *YOUTUBERS*

AUTORES

Mónica Valderrama Santomé*, **Juan Enrique González Vallés** y **José Ignacio Niño González**
U. de Vigo*, ESERP y U. San Pablo CEU de Madrid y U. Complutense de Madrid (España)
santome@uvigo.es, juanen2012@gmail.com y jin@interacting.es

Su aparición en eventos trastoca por completo la repercusión de los mismos y en una feria del libro eclipsan a autores de renombre con un aluvión de adolescentes fans de cada movimiento programado de sus ídolos. Lo cierto es que la repercusión en medios convencionales, *publicity* o directamente sobre las ventas de marca ha dejado boquiabiertos a periodistas, investigadores y, por supuesto, al anunciante no sólo de videojuegos sino también de todos los productos, ideas o servicios que tengan algo que ofrecer al target de este rango de edad. Los *Youtubers* son las nuevas estrellas de rock.

Chicos que han convertido su tiempo de ocio en centro de una lucrativa vida a través de la plataforma de vídeo. Una ventana que se ha convertido en un soporte esencial para poder penetrar en ese público desaparecido en las parrillas de televisión en abierto generalista y que tienen la red como fuente de comunicación ineludible.

Sin embargo, en el texto que proponemos no sólo habrá cabida para estos grandes casos de éxito sino también para los que de modo menos lucrativo o profesional tienen su propio nicho de mercado y las características de cada uno de los grupos. El punto de inflexión entre pequeños y grandes será la cifra de 300.000 suscriptores. Una muestra de 8 casos analizados que pondrán de manifiesto la diferencia de presupuesto para producir, el tipo de producto sobre el que aportan “influencia”, las ayudas al canal o la propia personalidad del *youtuber*.

Palabras clave: Influencia - Prescripción - Público - Publicidad - Youtubers

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

AUTORES

Cesibel Valdiviezo, Miguel Túñez y Yolanda Martínez

U. Técnica Particular de Loja (Ecuador), U. Santiago de Compostela y U. Complutense de Madrid
(España)

kcvaldiviezo@utpl.edu.ec, miguel.tunez@usc.es y mymartinez@ccinf.ucm.es

La modernidad ha traído consigo un gran desarrollo tecnológico, económico, social y cultural. Muchos de éstos avances se reflejan en la dinámica de trabajo de las empresas, donde han pasado de ser generadoras de productos a creadoras de valor para los públicos.

Frente a esta realidad las empresas se cuestionan sobre la imagen que los públicos tienen de ellas, por lo que creen necesaria la creación de áreas de comunicación bien estructuradas y lideradas por un profesional que cuente con las competencias profesionales, un estratega que asesore a la máxima autoridad y coordine procesos de comunicación que permitan la construcción de intangibles y una relación de cercanía con los públicos, tan prioritarios para las instituciones.

No solo las empresas ven necesario instaurar áreas de comunicación dentro de sus dinámicas de trabajo. Las universidades a nivel mundial también lo hacen, han instaurado en sus estructuras áreas de comunicación lideradas por un responsable de comunicación para mantener interrelación con sus diferentes públicos.

En este sentido, la presente investigación profundiza la estructura de las áreas de comunicación de las Instituciones de Educación Superior-IES, el perfil que las dirige y las funciones que cumple.

Palabras clave: Director de Comunicación - Dirección de Comunicación - Dircom - Universidad - Comunicación estratégica

LAS COMPETENCIAS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y EN LA UNIVERSIDAD: UNA VISIÓN COMPARATIVA EUROPEA

AUTORA

Beatriz Vallina Acha

Universidad de Oviedo y Universidad Complutense de Madrid (España)

beatriz.vallina.acha@gmail.com

Nada es independiente de las relaciones sociales existentes en un contexto histórico y sociocultural determinado: determinan el horizonte social del estudiante. En 2010/11, el número de personas becadas y el importe de dichas becas habían crecido en los estudios de Formación Profesional; no ha sucedido lo mismo en el caso de las Universidades. Esa misma situación podemos verla desde 2001/02 hasta 2006/07. La inversión en FP y en Universidades es coherente con la desproporcionada tasa de alumnado matriculado en unas y otras. La infra-matriculación en FP tiene varias causas explicativas: va dirigida a un mercado de trabajo muy resentido desde 2007 y ha venido teniendo cierto cariz industrial en las titulaciones. La precarización que justifica la mala inserción laboral juvenil y las bajas tasas de emancipación se refuerza en un mercado laboral que no da lugar a la inserción de los jóvenes con estudios de FP: la desvaloración social de la FP se une a la deslegitimación de la Universidad. La competitividad no es entre iguales, y los egresados universitarios intentan acceder a puestos infracualificados. Las Competencias constan de elementos nuevos en relación con la nueva incertidumbre característica de la Economía y la ocupación a partir de la década de los noventa: el *life-long learning* es la característica principal, y las oportunidades de aprendizaje difieren según sean las credenciales iniciales y decisiones individuales de inversión educativa (lo importante no es la mera cualificación sino las competencias, destrezas, habilidades y capacidades).

Se presupondrán mayores competencias socio-cognitivas transversales a los egresados universitarios en el orden de la adaptabilidad a nuevas ocupaciones emergentes de la *Sociedad del Conocimiento*. Por tanto, la balanza española se inclinaría, por parte de cada trabajador potencial, hacia la continuidad de estudios universitarios. Esto se traduce en dos grandes transformaciones del Sistema de Enseñanza: (1) el sistema tradicional sería convertido en programa de cualificación; (2) se fortalecerán programas de cualificación con menor coste, duración y cualificación profesional inicial.

Las competencias en F.P. se valoran en relación a unos objetivos económicos cuya finalidad es la obtención de beneficios en aquellos sectores que estén en auge, las relaciones privadas y el compromiso político; dentro de la formación profesional española, no van necesariamente ligadas al desempeño de la ocupación ya que ECVET (*European Credit System for Vocational Educational Training*) establece una estructura homogénea de evaluación: la situación en Alemania difiere en este aspecto, entre otros, debido a la peculiaridad de su sistema. La independencia de la *Berufsschule* alemana respecto a la Educación General, y determinada por su carácter dual, hace que no sea análoga a ninguna otra. Su una estructura organizativa propia se mueve entre la Cámara de Comercio e Industrias (*Deutscher Industrie- un Handelskammertag*) y el ámbito público-burocrático.

Palabras clave: Universidad – Formación Profesional – Competencias – Aprendizaje a lo largo de la vida

EL COMPOSITOR CONTEMPORÁNEO Y LA CREACIÓN MUSICAL EN EL AULA DE PRIMARIA

AUTORAS

Assumpta Valls Casanovas y Julia Getino Díez
 Universitat Autònoma de Barcelona (España)
assumpta.valls@uab.cat y julia.getino@uab.cat

El proyecto que presentamos pretende acercar la música contemporánea al alumnado de primaria a través de la audición y la creación musical. La principal novedad que aporta este trabajo es conseguir que los compositores actuales entren personalmente en las aulas escolares. La participación de músicos, así como el trabajo de preparación anterior y su desarrollo posterior, convierten estas acciones en experiencias relevantes e innovadoras, tanto por la intensidad de la vivencia y la comprensión de la obra del compositor que se estudia, como por el valor que representa para el niño participar de la experiencia creativa acompañado de un experto.

El diseño de este proyecto combina la investigación con la innovación en el aula. Tiene una doble finalidad:

- Avanzar en la metodología y el aprendizaje de la música a través de la práctica de la creación musical.
- Analizar las aportaciones que conllevan la entrada del compositor en este proceso, en relación a la escucha y el análisis que los niños hacen de su obra y en relación a las composiciones que generan los escolares a partir de la misma.

De forma simplificada, hacemos una breve descripción del desarrollo del proyecto para situar la naturaleza del mismo:

- Búsqueda de compositores, selección de las obras y elaboración de propuestas didácticas.
- Formación de los docentes.
- Aplicación en el aula: audición de la obra, análisis de los elementos musicales que la integran y, finalmente, elaboración de la composición en pequeños grupos de alumnos utilizando los elementos musicales aprendidos.
- Entrada del compositor en el aula y reformulación de la composición por parte de los alumnos basándose en las aportaciones del compositor.
- Concierto final.

Con respecto al conjunto del proyecto, aun sin computar datos, podemos destacar dos tipos de resultados. Los primeros se derivan del proceso de investigación e indican que dicha experiencia beneficia muy positivamente el aprendizaje musical de los niños, mejora el proceso creativo de los alumnos y potencia la autoestima. Además, genera interés por conocer cómo se construye y cómo se escribe la música, etc. El segundo tipo de resultados, se relaciona con la innovación didáctica y el desarrollo de una experiencia que acerca al aula la figura del compositor contemporáneo.

A modo de conclusión, resaltar que el triángulo música contemporánea, entrada del compositor en el aula y desarrollo de la creación musical colectiva, constituyen un potencial de aprendizaje que posibilita que el niño sienta la música y se sienta músico independientemente de su nivel de dominio del lenguaje musical.

Palabras clave: Música contemporánea - Compositores catalanes - Audición - Creación musical – Didáctica de la música

NUEVOS ESPACIOS PARA EL ARTE EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA ESPAÑOLA: DISEÑO GRÁFICO/TIPOGRÁFICO

AUTORAS

Cristina Varela Casal y Begoña Paz García

Universidad de Vigo (España)

cristinavarelacasal@uvigo.es y begpaz@gmail.com

El entorno más próximo (universidades gallegas) la docencia en el área de didáctica de la plástica de los futuros profesionales de educación primaria e infantil es asumida por licenciados en Bellas Artes. El perfil de estos, hasta el momento de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior y el diseño de los nuevos grados, era el de una formación procedimental, vinculada a las áreas de la plástica tradicional; escultura, pintura y dibujo.

Con los nuevos planes de estudio se han incorporado de forma explícita, contenidos vinculados al denominado “territorio expandido del arte”, nuevos espacios de creación y nuevas maneras de entender el lenguaje artístico que pasan por el cuestionamiento del concepto tradicional del Arte entendido como sistema aurático. Son modos de trabajo que ya venían empleándose pero que con este cambio se han institucionalizado. Se han cuestionado los grandes conceptos sostén del arte clásico; el papel pasivo del público, la necesidad de los espacios museísticos o más bien su exclusividad como espacios únicos para el arte, la premisa de durabilidad del arte... Además se han incorporado a los procedimientos códigos y sistemas visuales nuevos, recursos sonoros y prácticas audiovisuales.

Todas estas modificaciones han generado un perfil nuevo de licenciado en Bellas Artes que maneja y se maneja en lenguajes y espacios de producción y comunicación contemporáneos. Espacios legibles y atractivos para otras áreas no necesariamente especializadas. Este perfil de profesor que ha comenzado a incorporarse a las áreas de didáctica de la plástica utiliza y forma en herramientas y códigos activos del lenguaje del arte, que han bajado a las obras de arte de su peana para colocarlas en un lugar accesible enfriando su aura y democratizando el acceso a ellas. En este proceso la didáctica de la plástica se ha ido redirigiendo hacia un territorio de intervención /acción alejado de la mera producción manual de objetos y estereotipadas propuestas bi y tri dimensionales.

En concreto desde la Universidad de Vigo hemos iniciado una propuesta de trabajo por proyectos donde vinculamos diseño gráfico/tipográfico con aprendizaje y reconocimiento de las letras (abecedario) en la etapa de educación infantil. Recurrimos a espacios de arte poco visitados (diseño tipográfico) para evitar las respuestas estereotipadas a las que el alumnado de didáctica suele recurrir en su formación universitaria. Y elaboramos una propuesta de trabajo que partiendo del arte entendido como lenguaje pre-verbal ayuda a abordar contenidos básicos del currículum de infantil desde una mirada plástica. Trabajamos con estrategias que desarrollen el lado derecho del cerebro y sistemas de comunicación no estrictamente verbales. Alternamos tareas individuales con trabajo colaborativo. Experimentamos procesos de forma/color y elaboramos materiales didácticos que puedan servir para el futuro desempeño profesional del alumnado. Esta experiencia práctica es el germen de un proceso/proyecto que sigue en evolución pero que ha aportado datos muy significativos y a partir del cual ya se han generado convenios con instituciones educativas de infantil y primaria.

Palabras clave: Didáctica de la plástica – Diseño gráfico – Educación infantil – Arte expandido – Educación primaria

METODOLOGÍA MINDFULNESS CREATIVO. VANGUARDISTA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN QUE VINCULA LA PRÁCTICA FORMAL MINDFULNESS DE AUTO CONEXIÓN, Y LOS RESULTADOS DE IDEAS CREATIVAS POR PARTE DE LOS ALUMNOS

AUTOR

José Jesús Vargas Delgado
Universidad Europea de Madrid (España)
jjesus.vargas@uem.es

El nuevo paradigma de desarrollo comunicativo del individuo, demanda una inspiradora reformulación de una consciente, y transformadora, reflexión de las etapas en el proceso de creación. Profundizamos en nuestra investigación en parámetros firmes que nos permitan superar las limitaciones cognitivas, y emocionales, que bloquean el desarrollo de las capacidades creativas a través de técnicas individuales y grupales consolidadas en el sector publicitario. Metodología Mindfulness.

Atención plena creativa, es un sofisticado procedimiento que permitirá encontrar la forma de serenar el potencial de la producción creativa. Superadas las secuenciales etapas de procedimiento de creatividad racional, y emocional, nos encontramos con una renovadora etapa de exaltación de la consciencia de creación. Eliminar los automatismos compositivos de las conductas, aumentando la conciencia de provocación creativa. Abrir nuestra mente, y estar disponibles a las nuevas perspectivas inventivas, utilizando la herramienta de la respiración creativa como centro neurálgico.

Un transformador método de creatividad, vinculado sobre la atención plena, que pasa por la búsqueda de un silencio en la mente del creativo, que le permite escuchar con nitidez la intuición creativa. Para ello la investigación propone la inserción de la práctica formal, a través de la meditación diaria. La aplicación de esta metodología se basa en una implementación pragmática de un método disciplinado y, vanguardista, basado en una meditación diaria enfocada en la estimulación conceptual creativa.

Este método se aplica en los alumnos durante un periodo mínimo de 40 días para poder obtener resultados óptimos, y empíricos, de producción creativa. La investigación se basa en el desarrollo metodológico de un protocolo operativo de meditación creativa, para potenciar los procesos productivos conscientes de la comunicación persuasiva.

Palabras clave: Creatividad – Mindfulness creativo – Meditación creativa – Comunicación Consciente.

LAS TIC EN LA EDUCACIÓN DE LA PAZ Y LA CONVIVENCIA: ESPACIO PARA LA INVESTIGACIÓN

AUTORA

Ana Dolores Vargas Sánchez
Universidad de La Sabana (Colombia)
ana.vargas12@unisabana.edu.co

El objetivo de este espacio de investigación es contribuir al fortalecimiento de la convivencia y la cultura de paz en las instituciones educativas del contexto colombiano, a través de la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Este proceso nace en el marco del proyecto profesoral “Las TIC en la educación de la paz y la convivencia” de la Maestría en Proyectos Educativos mediados por TIC de la Universidad de La Sabana. Dentro del cual los estudiantes se encuentran desarrollan subproyectos de investigación que aportan al objetivo general desde el 2014.

Todo lo anterior, tomando en cuenta que en el Plan Nacional Decenal de Educación 2006 – 2016 se hace alusión a que uno de los principales desafíos que enfrenta la educación Colombiana es “promover una educación en y para la paz, la convivencia y la ciudadanía democrática” (Ministerio de Educación Nacional, 2006). De esta forma el sistema educativo colombiano ha generado varios cambios como lo fue la Ley 1620 de 2013 “por la cual se crea el sistema nacional de convivencia escolar y formación para el ejercicio de los derechos humanos, la educación para la sexualidad y la prevención y mitigación de la violencia escolar” (Congreso colombiano, 2013), así como la Ley 1732 de 2014 por la que se establece como obligatoria la cátedra de paz en todos los colegios (Congreso colombiano, 2014).

Dentro de los subproyectos que se encuentran en marcha hay varios enfocados en la resolución de conflictos usando distintas estrategias pedagógicas mediadas por TIC (como redes sociales, juegos digitales, plataformas), dos de los subproyectos buscan apoyar las Competencias Ciudadanas establecidas por el MEN; otras experiencias buscan promover espacios para que los estudiantes controlen la ira y manejen las competencias emocionales. Asimismo un grupo se encuentra focalizado en brindar un espacio de sistematización para las experiencias de aula que los docentes han estructurado para afrontar las problemáticas relacionadas con la convivencia y la cultura de paz.

Entre los resultados parciales de esta investigación se han encontrado que la mayoría de proyectos ejecutados dentro del contexto colombiano abarcan la convivencia y la paz con estrategias o intervenciones presenciales, por lo que se ha dejado de lado la integración de TIC. Por otro lado, se ha hecho evidente que aunque varios de los colegios públicos de Bogotá cuentan con proyectos previos que buscan mejorar la convivencia y la cultura de paz, estos no han generado los cambios que se esperan lograr, según lo evidencian los resultados de las pruebas de estado (Saber Pro) que se realizan sobre Competencias Ciudadanas, así como las entrevistas y encuestas realizadas a varios docentes.

A medida que el proceso de investigación va avanzado se buscará dar respuesta a interrogantes como: ¿cuál es el papel de las TIC dentro de la promoción de la convivencia escolar y la paz?, ¿cómo contribuyen al fomento de la convivencia escolar y la paz la creación de estrategias pedagógicas apoyadas en TIC? y ¿cómo promover la paz y la convivencia escolar por medio del uso de TIC?

Palabras clave: Convivencia – Cultura de Paz - TIC – Educación – Resolución de conflictos

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE DOCENTES UNIVERSITARIOS: UN ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Ana Dolores Vargas Sánchez
Universidad de La Sabana (Colombia)
ana.vargas12@unisabana.edu.co

El presente resumen menciona algunos de los resultados obtenidos de una investigación que tuvo como propósito identificar las transformaciones en la formación de profesores universitarios para el uso de una plataforma Moodle, por medio de una estrategia pedagógica de formación. Dicho estudio se llevó a cabo con profesores de la Universidad de La Sabana pertenecientes a distintas facultades. Para abordar esta investigación se tuvieron en cuenta cuatro categorías de análisis generales: los conocimientos previos, la experiencia durante el proceso de formación, la percepción de los participantes y los cambios evidenciados. Los resultados de la investigación permitieron identificar la pertinencia de la utilización de una estrategia pedagógica planeada previamente antes del inicio del curso.

Esta investigación nace a la luz de las necesidades de formación que se identificaron en el contexto, en relación a la utilización de las TIC, ya que hoy en día es necesario que desempeñen nuevas funciones, planteando nuevas pedagogías y propuestas en la formación docente, buscando así implementar ambientes de aprendizajes innovadores, donde estén inmersas las TIC (UNESCO, 2008). Lo anterior ha motivado a que diferentes entidades gubernamentales e instituciones de carácter educativo planteen programas de formación, reformulen sus estrategias y propongan nuevos retos formativos, como lo son la Universidad de Mondragón, la Universidad Estatal de Iowa, la Universidad Central de Venezuela.

Tomando como base este panorama, la Universidad de La Sabana ha estructurado rutas de formación para los profesores, donde se promueve la Competencia en Informática Educativa (CIE), la cual busca que estén en capacidad de apropiarse, integrar e innovar en su quehacer académico las TIC, buscando un uso crítico y ético de las mismas (Universidad de La Sabana, 2010), proceso que es liderado por el Centro de Tecnología para la Academia. Dentro de esta formación se ofreció un curso semipresencial donde se implementó la estrategia pedagógica (llamada IARPIC) de la investigación.

Los docentes asistieron a dos sesiones presenciales, para luego dar inicio a cuatro módulos virtuales, cada uno con una duración de dos semanas. Dentro de la virtualidad se implementó la estrategia pedagógica IARPIC compuesta por cuatro fases: 1) Información, espacio para consultar el objetivo y la temática a tratar; 2) Análisis y Reflexión, se presentaba un problema real, donde a través de un foro planteaban una posible solución; 3) Planeación e implementación, dentro de esta fase el docente proponía y creaba una actividad para sus estudiantes en el LMS; 4) Coevaluación, finalmente cada docente evaluaba las actividades implementadas por uno de sus compañeros, esto con el objetivo de ser realimentados y conocer otras experiencias.

Luego de implementar la estrategia pedagógica IARPIC los resultados rescatan que las fases propuestas pueden ser utilizadas en otros escenarios de formación orientados para docentes universitarios, bien sean con temáticas similares o totalmente distintas. Así como es importante reconocer la complejidad propia de llevar a cabo este tipo de procesos de formación en docentes universitarios ya que deben compaginar distintas actividades de orden personal, laboral y profesional.

Palabras clave: Estrategia pedagógica – Formación – Docentes universitarios – Plataformas (LMS)

EL USO Y ABUSO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS EN LOS ESTUDIOS DE CORTE ECONÓMICO-EMPRESARIAL

AUTORAS

María José Vázquez Cueto, Enriqueta Camacho Peñalosa e Inmaculada Masero Moreno

Universidad de Sevilla (España)

pepi@us.es, enriquet@us.es e imasero@us.es

Los alumnos que acceden a los diversos Grados que existen en la actualidad de tipo económico y/o empresarial, siguiendo la corriente predominante en estos tiempos, buscan fundamentalmente el utilitarismo en todas y cada una de las materias que componen sus estudios. Así, la disciplina MATEMÁTICAS es considerada, generalmente, como muy abstracta y ajena a sus intereses. Si a esto lo unimos el hecho de que la mayoría de ellos la abandonaron, en cuanto tuvieron ocasión, en sus estudios previos, los profesores que impartimos estas materias nos encontramos en nuestras aulas universitarias con un público, si no enfrentado directamente, sí predispuesto al “no entiendo nada” y al temido “¿y esto para qué sirve?”, expresiones, ambas, bastantes desmotivadoras para las dos partes: docente y discente.

En la búsqueda de que la disciplina “agrade”, los docentes hemos utilizado algunas de las múltiples posibilidades que ofrecen las “nuevas tecnologías”. Estas herramientas son de fácil comprensión para los alumnos y, además, como están familiarizados con ellas de manera general, les resulta amena. Ahora bien ¿no hemos con esto perdido algunas de las características intrínsecas de las Matemáticas? Su misión no es sólo utilitarista, que lo es, y mucho, sino que también estructura y ordena la mente preparándola para nuevos desarrollos futuros.

En este contexto que desarrollamos nuestro trabajo, tratando de discernir entre el uso y el abuso de las TIC en la enseñanza. Para ello pretendemos ofrecer una guía práctica de “buenos usos” junto con ejemplo de “abusos”, de tal forma que la enseñanza de las Matemáticas llegue a combinar el atractivo con la rigurosidad.

Palabras clave: Matemáticas - TIC - Docencia - Metodología

LA CREATIVIDAD EN EL ARTE COMO PROYECCIÓN ESTÉTICA DE LA PULSIÓN. HERMENÉUTICA DE LA IDENTIDAD DIGITAL

AUTORA

Rita Vega Baeza

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

mrvbaeza@hotmail.com

La creatividad tiene tal connotación en los ámbitos escolares de cualquier nivel que se le ubica como el punto de llegada óptimo tanto en el arte, la ciencia y la investigación. La propia creatividad también ocupa un lugar central en las expresiones artísticas escolares o no. Incluso se ha estudiado el lugar que ocuparía la enfermedad como generatriz de una determinada obra, lo que contraviene la idea común del aprendizaje y la sobriedad escolar para lograrlo. Una de las explicaciones sobre la creatividad es el concepto de “pulsión” que puede pensarse desde Freud y Lacan, pero estableciendo un diálogo con otros autores como Nietzsche, Sloterdijk, Sandblom, Heidegger, etc. y también considerando las metas de los grandes organismos internacionales ocupados de la educación en general y del arte y la cultura en particular como son la UNESCO y la OEI.

Hay un problema que surge actualmente y que no pudo ser pensado por los autores arriba mencionados que es el de la *identidad digital* y sus derivas. No es un reproche sino la observación de una realidad que les excedió, la de poder pensar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en torno a la identidad del sujeto en general y las posibilidades del arte en particular.

Es que cuando Freud especifica que la meta de toda pulsión es la satisfacción pero que ésta se desvanece o no se puede reconocer –por parte del yo- apenas alcanzado el pretendido objeto que la satisfaría, en virtud de que éste último es lo más variable de la misma pulsión –quizá esto último podría quedar más claro si lo enlazamos con una analogía: todo número cualquiera puede pensarse como específico pero la numeración es infinita, no hay *el* último número-, se inferiría que en un trabajo como el de un pintor, por ejemplo, la deriva pulsional, en mejor de los casos, es la sublimación.

De ello se deducen otras consecuencias respecto del investigar, el obrar y el crear según el todavía actual y controvertido autor: «Aquel que ha comenzado a sospechar la magnificencia de la cohesión universal y sus inmutables leyes, pierde fácilmente su propio, pequeñísimo, yo. Sumido en la admiración y poseído de una verdadera humildad, olvida con demasiada facilidad que es por sí mismo una parte de aquellas fuerzas cuya actuación le maravilla y que puede intentar variar, en la medida de sus energías personales, una pequeñísima parte del necesario curso del mundo, de este mundo en el que lo pequeño no es menos maravilloso ni importante que lo grande» (S. Freud, 1910). Es que desde esta perspectiva el mismo acto de crear, de investigar, es por completo diverso y contrario de lo que en general se enuncia desde la propia ciencia, a saber, que ésta sería un producto exclusivo de la razón, de la conciencia; y su resultado óptimo evidente, sería sólo posible porque se ha usado el método científico apoyado en aquéllas.

Palabras clave: Creatividad - Arte - Pulsión - Hermenéutica - Identidad digital

CINE Y FILOSOFÍA. LAS *LIBERTARIAS* DE ARANDA

AUTORA

Rita Vega Baeza

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

mrvbaeza@hotmail.com

La película *Libertarias* (1996) dirigida por Vicente Aranda y dedicada a la memoria de José Luis Guerner, muestra imágenes sobre una parte de la Guerra Civil española (1936-1939) tan plurales como críticas –una monja con muchos amigos anarquistas. Sesenta años después de esa guerra, el cineasta apela a la memoria de una manera estética y feminista: una organización, ‘Mujeres libres’, revolucionarias militantes; las mujeres del convento, las del prostíbulo –todas vinculadas al final por un lema “Ni Dios ni patria ni amo”- y los compañeros de lucha. Afloran las mezclas, se manifiesta la música con su omnipresente Orquesta Sinfónica de la Radio de Bratislava, así como los coros casi a la manera de *un plano fijo* sonoro.

Desde una responsabilidad cívica, una melancolía estética, y en momentos un desenfado conciliatorio el cineasta aborda cuestiones políticas y religiosas; se exhibe la radicalización de las partes: los republicanos, anarquistas y los fascistas. En principio y a posteriori el filme tiene el valor añadido del reparto que participa, las ya ahora figuras emblemáticas del cine español: Ana Belén, Ariadna Gil, Victoria Abril, Jorge Sanz, Loles León, Miguel Bosé, Laura Maña, entre otros. Así como de haber rodado en los lugares reales y simbólicos donde acontece la historia: Barcelona, Madrid, Zaragoza.

Sin duda este filme tiene una arista tanto filosófica como histórica que bien ha tratado ya Maguí Crusells (2003) en *La Guerra Civil española: cine y propaganda*. Nosotros nos centraremos más bien en una perspectiva reflexiva y quizá controvertida desde algunos pensadores y figuras contemporáneas que no puede agotarse en un “¿a favor o en contra de la religión”? En esta película de Aranda se revelan algunos aspectos de moral difícil –más allá de la fácil lectura maniquea-, específicamente aspectos del mundo religioso y su vínculo con lo político de esa época en la que se expone la decadencia de los integrantes de la Iglesia católica, obispos y curas vinculados con el mundo de la prostitución; y la humanización y dignificación de las prostitutas vinculadas con la revolución.

En la cinta vemos la destrucción y la quema de estatuas religiosas, imágenes y objetos. Se alude a los líderes de los movimientos revolucionarios y anarquistas como Bakunin (y Kropotkin de fondo); y a dirigentes históricos como Durruti –cuestionado en el filme por su machismo al excluir a las mujeres del Frente. Pero también se valoran sus convincentes frases –en esos tiempos-anarquistas recuperadas del propio Bakunin: “Ni Dios, ni patria ni amo”, “el ser humano tiene que desear la libertad de todos los hombres en interés de su propia libertad personal”.

Palabras clave: Cine - Filosofía - Religión - Hermenéutica - Pensamiento débil

USOS SOCIALES DE LAS TIC QUE HUMANIZAN Y DESHUMANIZAN

AUTORAS

Olivia Velarde y Begoña Ballesteros

Universidad Complutense de Madrid (España)

ovelarde@ccinf.ucm.es y begoballesteros@ccinf.ucm.es

Esta ponencia presenta algunos resultados de la investigación I+D+I, “La producción social de comunicación y la reproducción social en la era de la globalización”, llevada a cabo por el grupo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid “Identidades Sociales y Comunicación”.

Desde una perspectiva macrosociológica y sociohistórica, en la mencionada investigación se analizan algunos de los vínculos existentes entre el cambio social y la transformación de la comunicación. La metodología ha consistido en un análisis sistemático de los discursos científicos existentes en la literatura especializada, en la que se reflexione a propósito de la implicación de la comunicación en la producción y en la reproducción de las sociedades. En concreto, se ha identificado el repertorio de concepciones alternativas utilizadas para explicar esa implicación, con el objetivo general de comprender cómo es el bosque teórico que ha crecido en el espacio globalizado de la comunicación. Porque al quedar oculto por la exuberancia de los árboles no se manifiesta en toda su dimensión al observador del estado del arte.

Hemos comprobado que una parte de las transformaciones descritas en esas publicaciones, se refieren a los efectos de los usos sociales de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en la humanización. Ese es el objeto de estudio que abordamos en esta ponencia. Los resultados que ahora presentamos se refieren específicamente al encuentro de “las humanidades” con los usos sociales de las TIC. Hemos observado que están implicadas en la difusión de las dimensiones humanizadoras de las innovaciones técnicas, en la perspectiva de la revolución digital en curso. Mostramos que estos análisis movilizan producción científica multidisciplinaria e interdisciplinaria que dinamiza las ciencias humanas y sociales. El repertorio de efectos relativos a la humanización que identificamos en estas fuentes, repercuten tanto en la antropogénesis como en la sociogénesis. Además, estas representaciones de un futuro más humano, basado en la información y el conocimiento compartidos, tienen un vínculo con la historia de las ideas que describimos en esta ponencia.

Palabras clave: Humanismo – Humanización – TIC – Publicaciones científicas – Cambio social

HETERONORMATIVIDAD Y MEDIOS: NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE LA INVESTIGACIÓN DE LA DIVERSIDAD SEXUAL EN LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Rafael Ventura

Universitat Pompeu Fabra (España)

rafael.ventura@upf.edu

Este trabajo forma parte del Proyecto Nacional de Investigación “Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión” (CSO2011-23786), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España.

Las cuestiones sobre la diversidad sexual han experimentado un incremento significativo en los medios de comunicación. Este aumento de visibilidad se debe en cierta medida a los avances sociales vividos en las últimas décadas en relación a la gestión social de las realidades no-heterosexuales. No obstante, siguen existiendo numerosos condicionantes que fuerzan a estas personas a permanecer parcialmente invisibles (Guasch, 2000). Los medios de comunicación, como espacios de creación y difusión del discurso público, juegan un rol fundamental en el mantenimiento de esta situación.

Por ello, desde hace varias décadas, numerosos académicos del área de la comunicación han tratado de explorar diversas cuestiones sobre la diversidad sexual en su relación con los medios de comunicación. Se detecta que gran parte de los estudios centran su análisis en los productos de ficción televisiva. Por tanto, este artículo considera la necesidad de incorporar a la investigación académica de este campo también los productos informativos de la televisión. Se trata de espacios concebidos para producir contenido informativo y objetivo. Aun así, al mismo tiempo construyen una realidad social concreta que puede contribuir a asentar discursos estereotipados.

Por otra parte, la mayoría de estos estudios se caracterizan, sobre todo, por centrar su análisis de manera exclusiva en la homosexualidad. Si bien, esto puede suponer un obstáculo para el propio proceso de normalización, ya que al problematizar la homosexualidad se le confiere a la heterosexualidad un privilegio epistemológico que la naturaliza. Con tal de esquivar este conflicto, este artículo se apoya teóricamente en el concepto de *heteronormatividad*, el cual trata de cuestionar el razonamiento hegemónico que legitima y privilegia la heterosexualidad como único modelo válido de relación sexo-afectiva y de parentesco.

Así, este trabajo plantea una revisión de las últimas tendencias de investigación sobre la diversidad sexual en los medios de comunicación. Primero se discute el concepto de heteronormatividad, para a continuación revisar cómo ha sido analizado este fenómeno, hasta ahora, en el campo de la comunicación. La intención es trazar un mapa del estado actual de la discusión académica, mostrando en qué teorías de la comunicación se apoyan los estudios, qué productos mediáticos se analizan, qué metodologías se usan y cuáles son las problemáticas que han surgido a la hora de analizar este fenómeno. A partir de este análisis se plantean cuáles son los retos futuros y hacia dónde seguir investigando.

Palabras clave: Heteronormatividad – Representación mediática – Diversidad sexual – Tendencias de investigación – Discurso informativo

PROPUESTA DE OBJETO DE APRENDIZAJE: “ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE ESPAÑOL EN UN BLOG”

AUTORA

Giovanna Marcella Verdesi Hoy
Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
giovannaverdessihoy@yahoo.com.br

Este trabajo pretende discutir cómo el blog, una de las herramientas digitales disponibles en la web, puede ser utilizado para crear un Objeto de Aprendizaje (desde ahora OA) capaz de contribuir para la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera. Asimismo, propone la creación de un OA utilizándose de un blog para favorecer las interacciones, la colaboración, la participación, y la autoría entre los alumnos.

Los objetivos surgieron de las siguientes preguntas: i) Cómo el blog puede contribuir en el diseño de un OA para la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera?; Qué se debe llevar en cuenta para el diseño del OA y qué procedimientos adoptar?

Para desarrollar la propuesta, se adoptan los aportes teóricos a seguir: i) el enfoque sociocultural de Vygotsky (MOREIRA, 2014; LEFRANÇOIS, 2008) para la reflexión sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje; ii) la Lingüística Sistémico-Funcional de Halliday en la concepción de lenguaje; iii) los estudios de Wiley (2000), de Mendes, Souza y Caregnato (2007) en la definición de OA, y; iv) el trabajo de Gama (2007) en la tipología de OA. También se utilizan los trabajos de Lanza (2007) y Durán (2011) sobre la participación de las TT.II.CC., específicamente de los blogs, en los procesos educacionales.

En la metodología se utilizó el concepto de Diseño Instruccional de Filatro e Piconez (2007), que es definido por las autoras como un proceso que incluye, desde la concepción de la actividad hasta las formas de evaluación.

El trabajo muestra que el blog es una herramienta de las TT.II.CC bastante útil para la creación de un OA del español como lengua extranjera. Sirve como apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje por su característica interactiva, facilidad de uso, accesibilidad y capacidad de incluir textos, videos, imágenes, ejercicios y otras actividades.

Además, se observó que uno de los procedimientos que contribuyen para el diseño del OA es la inclusión del docente como colaborador y coautor de las actividades y la importancia de la adopción de teorías de enseñanza-aprendizaje durante todo el proceso.

En suma, esta propuesta puede servir como punto de partida para la discusión de la utilidad del blog en el desarrollo de un OA, bien como una oportunidad de aplicación en clases de español como lengua extranjera con el objeto de testarlo.

Palabras-clave: Objeto de aprendizaje - *Blog* - Enfoque sociocultural - Lingüística sistémico funcional

MODELOS PEDAGÓGICOS Y SU ACTUAL VIGENCIA EN EL CONTEXTO EDUCATIVO

AUTORES

Gabriel Mauricio Vergara Ríos y Heriberto Rafael Cuentas Urdaneta

Universidad del Atlántico (Colombia) y Universidad Rafael Bellosó Chacín (Venezuela)

gabrielvergara@mail.uniatlantico.edu.co y moneri4@gmail.com

Partiendo de la consideración de que un modelo pedagógico constituye un planteamiento integral e integrador acerca de determinado fenómeno, hacer un estudio de estos, es ofrecer un importante marco de referencia para que cualquier lector pueda acceder y entender cuál es su intencionalidad, inclusión, métodos y técnicas que predominan, cual es el rol del docente y del estudiante, características del proceso enseñanza-aprendizaje, propósitos de la enseñanza, contenidos que se privilegian, estrategias metodológicas y proceso de evaluación (DE ZUBIRÍA, 2006). Cuando Zubiría se refiere a que un modelo constituye un planteamiento integral e integrador de determinado fenómeno, primero se debe tener clara la diferencia entre educación y pedagogía, pues esto conduce a la comprensión de qué es un modelo y, una vez establecida esta, se procede a diferenciar un modelo pedagógico de un modelo educativo, pues un modelo educativo es aquel que a una Institución Educativa le garantiza la calidad en procesos como la homogeneización, socialización y funcionamiento; mientras que un modelo pedagógico está constituido por conceptos, prácticas y saberes escolares, que se hacen explícitos mediante los objetivos, la misión, visión y perfiles del ser social e individual en formación. En este sentido, los modelos pedagógicos más que simples representaciones de las relaciones que predominan en el acto de enseñar, deben apuntar a resolver interrogantes como: ¿para qué?, ¿cuándo?, ¿con qué?, ¿qué?, y el ¿cómo enseñar? y, será bajo estas circunstancias que una teoría pueda ser considerada como modelo pedagógico.

Con el propósito de aportar elementos teóricos tendientes a resolver los interrogantes arriba planteados, Julián de Zubiría divide los modelos pedagógicos en dos clases: el modelo heteroestructurante y el modelo autoestructurante. El heteroestructurante es aquel en donde la creación de conocimiento se da por fuera del salón de clases, su postura es magistrocentrista y su estrategia metodológica consiste en clases magistrales, defendiendo los métodos receptivos. El modelo autoestructurante concibe la educación como un proceso continuo de construcción desde el interior, jalonado por el estudiante; considera el conocimiento como un constructo del ser humano y no como una copia de la realidad (HENAO, 2011).

A modo de conclusión, se puede decir que si bien algunos modelos pedagógicos están descontextualizados respecto de los actuales enfoques y formas de percibir el proceso de enseñanza aprendizaje, el constructivismo cobra vigencia gracias a la importancia que le da al estudiante, considerándolo como eje fundamental del mismo, siendo el constructor de su propio conocimiento a partir de los conceptos previos. Mediante esta corta reflexión, se hará un breve análisis de cada uno de los modelos pedagógicos, resaltando sus aspectos más en cuanto al proceso de enseñanza aprendizaje. En base a esto y tomando como punto de partida el contexto de la educación actual, se mirará cual es la vigencia de cada uno de ellos.

Palabras clave: Constructivismo - Instituciones Educativas - Intencionalidad - Modelos Pedagógicos - Vigencia

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CONTEXTO LOCAL: EL CASO DE LA TARJETA CIUDADANA DE ZARAGOZA

AUTOR

José Juan Verón Lassa
Universidad San Jorge (España)
jjveron@usj.es

Brecha digital es una expresión que habitualmente hace referencia a la diferencia socioeconómica entre quienes tienen acceso a Internet y quienes no, aunque las desigualdades también se pueden referir a todas las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como el ordenador personal, la telefonía móvil, la banda ancha y otros dispositivos.

Este término también hace referencia a las diferencias que hay entre grupos según su capacidad para utilizar las TIC de forma eficaz, debido a los distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica. Hasta la fecha, la mayoría de los estudios da una excesiva preponderancia a los aspectos tecnológicos, y particularmente en la multiplicidad de canales.

En este contexto, la investigación se encuadra en el estudio de las políticas públicas enfocadas a la superación de la citada brecha digital en el contexto local y con un enfoque de tipo universal, como podrían ser la implantación de la TDT, el programa Escuela 2.0 o la promoción de las TIC a través de apertura de telecentros o la formación en estos ámbitos de personas mayores en el medio rural.

Para ello, se realiza un análisis dentro de una ciudad, Zaragoza, que es considerada un banco de pruebas sociológico en el conjunto de España, tanto por sus características poblacionales como sociodemográficas. La tarjeta ciudadana se instauró como una herramienta digital universal de acceso a los servicios de la ciudad, de modo que se facilitara y racionalizara su uso, y al mismo tiempo sirviera como ayuda a la gestión de los mismos.

La comunicación es eminentemente descriptiva y pone en relación un fenómeno global con la realidad local, por lo que ofrece una compleja perspectiva.

La investigación se enfoca desde el punto de vista cualitativo, con un análisis profundo de las líneas de actuación, sus implicaciones íntimas en la sociedad y el desarrollo de los principios fundamentales de la sociedad de la información.

Palabras clave: Sociedad de la información – Tarjeta ciudadana – Brecha digital – Zaragoza – TIC

EL CYBORG COMO HÍBRIDO POSMODERNO EN EL ÁMBITO DEL PROCESO DE CREACIÓN MUSICAL

AUTORES

Juan Salvador Victoria Mas, José Borja Arjona Martín y Miguel de Aguilera Moyano
 Universidad. Málaga, Universidad. Internacional de la Rioja y Universidad de Málaga (España)
jsvictoria@uma.es, josarjon@hum.uc3m.es y maguilera@uma.es

Estudio parcialmente financiado por el Plan propio de investigación de UNIRResearch, 2014-2015. GdI-13 Procomm (Prospectivas en la comunicación multimedia).

Si la hibridación representa una de las características más definitorias de la Posmodernidad en los ámbitos de la cultura e incluso de la antropología, el *cyborg* vendría a representar la mezcla definitiva y paradigmática del momento actual. Tal y como afirma el Manifiesto *Cyborg* (Haraway, 1991), un *cyborg* es un “organismo cibernético, un híbrido de máquina y ser vivo, una criatura de realidad social y también de ficción” (149).

Pero, para la Posmodernidad, las fronteras entre ciencia ficción y realidad social son una ilusión óptica: la producción de la Modernidad ya estaba colonizada por *cyborgs* que facilitaban el Capitalismo; la medicina actual ha llegado a estar llena de *cyborgs*, de “acoplamientos” entre organismo y máquina que curan, solucionan nuestras discapacidades o llegan incluso a crear nuevas posibilidades (¿humanas?), como el caso de Neil Harbisson; la guerra y la logística actual son una orgia del *cyborg*, representada especialmente en ese objeto que representa el *drone*... También y especialmente en el área de la Comunicación el *cyborg* se erige como área novedosa para la investigación y el estudio. Hasta mitad del siglo pasado, la relación entre máquina y organismo ha sido de guerra fronteriza. En tal conflicto estaban en litigio los territorios de la producción, de la reproducción y de la imaginación.

El presente trabajo, al igual que el de Haraway en 1991, es “un canto al placer en la confusión de las fronteras y a la responsabilidad en su construcción”. Primeramente realizamos la introducción y el *status quo* de esta realidad. En una segunda parte de esta investigación efectuamos un estudio aplicado a un campo específico de la cultura. Uno de los campos privilegiados donde hemos asistido al recurso a herramientas de tipo *cyborg*: el proceso de creación musical. No deja de ser significativo el hecho de que la música, la más inmaterial de las artes, haya sido también el contexto cultural más fácilmente recreado en su proceso de producción.

Palabras clave: Comunicación - Cibercultura - Creatividad - Hibridación - Posmodernidad

ESPACIO Y PUBLICIDAD. NUEVOS MEDIOS Y NUEVAS FORMAS DE REPRESENTACIÓN DE LA MARCA

AUTOR

Felip Vidal Auladell
EASD en Vic (España)
felipvidal@eartvic.net

Esta comunicación se propone dilucidar –a partir del análisis de varios ejemplos significativos– cómo los nuevos desarrollos de la *publicidad de la significación* configuran paisajes y espacios que, más allá de ser contenedores de productos, sintetizan el imaginario de marca a la vez que contribuyen a dotar de valor a la experiencia de consumo.

Ya sea mediante una publicidad exterior cada vez más interactiva y dinámica gracias a las fachadas multimedia, las herramientas de geolocalización o las acciones de *guerrilla marketing*; ya sea o bien utilizando una novedosa e innovadora PLV en el interior de centros comerciales, o bien con la creación de *flagship stores*, *concept stores* o *brand lands*; la actividad publicitaria se ha expandido, pasando a construir no sólo bidimensionales ficciones de mundos posibles mediante *logos*, carteles o *spots*, sino también ambientes, eventos o acontecimientos e, incluso, *brandscares* que requieren, de un modo u otro, la participación del consumidor. Así, han ido apareciendo novedosas formas de comunicación con las que la marca se extiende –más allá del cartel o la pantalla, del packaging y de la tradicional PLV– por productos y espacios que son, además de expositivos del producto, de creación de experiencias.

Se trata, en definitiva, de enmarcar estos nuevos desarrollos de la *publicidad de la significación* en una doble tendencia más general que consistiría en lo que se podría denominar, respectivamente, *tridimensionalización* de la marca y *espacialización* del producto.

De este modo, se mostrará cómo la producción semiótica de la significación imaginaria de la marca busca corporalizarse y materializarse mediante su plasmación en distintas superficies, espacializándose y expandiéndose hacia todos los ámbitos de la vivencia del sujeto consumidor, mediante una profusión de medios, soportes, prácticas y técnicas, con el objetivo de lograr su adhesión experiencial a dicho imaginario mediante una experiencia de consumo cada vez más inmersiva.

Palabras clave: Publicidad – Marca – Experiencia – Consumo – Centro comercial

LA UTILIZACIÓN DEL *STORYTELLING* EN LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGINARIOS DE MARCA

AUTOR

Felip Vidal Auladell
EASD en Vic (España)
felipvidal@eartvic.net

Es lugar común afirmar que la publicidad actual persigue vincular al consumidor con la marca mediante el recurso a emociones, sin que sea necesario para ello hacer referencia de modo directo a las características del producto sino a la experiencia que su consumo conlleva. Así, toda estrategia publicitaria se dirige hacia establecer un vínculo afectivo entre la marca y el consumidor.

Sin embargo, a partir de esta observación general, habría que preguntarse cómo se persigue dar contenido “real” y “auténtico” a unas marcas que no son sino, al fin y al cabo, entidades semióticas. Una posible respuesta iría en la dirección de señalar que las distintas técnicas y herramientas que conforman el *branding* tratan de concretar o materializar la significación imaginaria contenida en el imaginario de marca. Esta concreción se realiza mediante varias estrategias, una de las cuales consiste en la utilización de narraciones para crear el *storytelling* de la marca.

Con ello, unas marcas cada vez más virtualizadas representan su imaginario mediante unas lo que son también formas o mecanismos de densificación e invisibilidad de la producción semiótica. Es decir, que tratan de ocultar a los ojos del consumidor el hecho de que han sido construidas y elaboradas sin que remitan necesariamente a nada más que a su propio mundo imaginario. Todo ello, con el objetivo de lograr la adhesión emocional del primero al mundo imaginario de la segunda.

Mediante el estudio de varios casos significativos (Juanola, Camper y Moleskine) se tratará de mostrar cómo las marcas construyen su propia historia a partir de relatos relacionados con el tiempo y los lugares, situando su origen en un pasado mítico. Esta estrategia permite, de acuerdo a una lógica nostálgica, proponer al consumidor la vivencia de una experiencia de marca “auténtica” a la vez que, por otra parte, realizar no solo un momento de fundación sino también su refundación en el presente y, así, proyectarse hacia el futuro mediante rediseños o nuevas propuestas comerciales que conservarán los caracteres originarios y originales.

Podría afirmarse, sin embargo, que mediante una actividad publicitaria que recurre a las estrategias presentadas, las marcas se hallan en la siguiente paradoja: si bien por una parte se encuentran ante la necesidad de densificar o dotar de contenido a unas marcas cada vez más desligadas del objeto al que representan, ello se lleva a cabo, por otra parte, a costa de fundarse, mediante el *storytelling* de la marca, en un pasado mítico soportado en una noción esencialista de autenticidad a todas luces insostenible.

Palabras clave: Publicidad – Marca – Mito – Narración – Autenticidad

AFECTIVIDAD Y ENSEÑANZA DE LA MATEMÁTICA RELACIONADA CON LA MOTIVACIÓN Y LA AUTOESTIMA, SEGÚN UNA ENCUESTA DE NIMIER

AUTORES

Salvador Vidal Raméntol y M^a Teresa Fuertes Camacho

Universidad Internacional de Cataluña (España)

svidal@uic.es y tfuertes@uic.es

La motivación va muy relacionada con las emociones ya que una de las cosas que más nos motiva es el éxito. Experimentar el placer del éxito produce una sensación muy agradable y anima a seguir haciendo cosas, nos motiva a seguir adelante; y sin duda es más fácil experimentar emociones si hay afecto.

Es por ello que la afectividad es uno de los aspectos a estudiar en esta investigación, junto con las relaciones que puede haber entre motivación y emociones.

Por este motivo consulté en la bibliografía si había algo sobre afectividad y matemáticas y encontré un estudio realizado por J.Nimier en el año 1975 en Francia.

Este cuestionario le permitió verificar estadísticamente los resultados obtenidos con las entrevistas que él había realizado a los alumnos. Nimier lo planteaba para saber la diferencia que había con respecto a la afectividad de la matemática en un instituto, entre los alumnos de ciencias (Grupo C) y los alumnos de letras (Grupo A), y yo lo adapté a los alumnos de 2º ESO (12-13 años), y de 2º de Bachillerato (16-17 años) , chicos y chicas separados y después juntos.

En su estudio Nimier se planteaba diferentes preguntas como: ¿qué parte de imaginación había en las matemáticas?, ¿con qué estado de ánimo se empieza a resolver un problema?, ¿por qué es importante saber resolver un problema?, ¿qué satisfacción produce saber resolverlo?, ¿hay lugar para los fantasmas en las matemáticas?

Mis objetivos al hacer este estudio adaptado de Nimier era saber qué grado de estimación hay hacia las matemáticas porque esto repercute en la motivación; si algo te gusta te encuentras bien haciéndolo y puede mejorar el rendimiento. También quería saber qué emociones y sensaciones sentían ante un problema o ante una clase de matemáticas para trabajar después con sentimientos positivos.

Los profesores de matemáticas tenemos que tener en cuenta estas sensaciones cuando impartimos nuestra docencia ya que con ella influimos en la actitud que los alumnos tienen respecto a esta materia. Una buena actitud hacia las matemáticas favorece el aprendizaje.

Palabras clave: Afectividad - Emoción - Matemáticas - Motivación - Autoestima

APLICACIÓN DEL MÉTODO DIDÁCTICO PILT: EXPERIENCIA EN UN CURSO DE ANÁLISIS DE REDES ELÉCTRICAS EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA

AUTORES

Jacqueline Vidal Rosado y Miguel Ángel Bautista León
Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa (México)
jvr@xanum.uam.mx y balm@xanum.uam.mx

Los índices de aprobación en los cursos de análisis de redes eléctricas de las licenciaturas en Ingeniería Biomédica e Ingeniería Electrónica de la UAM-I se han decrementado considerablemente en los últimos años, lo que ha ocasionado que los estudiantes retrasen el avance de su formación profesional, en virtud de que estos cursos son el prerrequisito para los de electrónica analógica, pues en ellos el alumno desarrolla las habilidades de análisis de los circuitos. Ante esta situación, los profesores que impartimos estos cursos hemos intentado implementar diferentes modalidades de conducción de la enseñanza-aprendizaje, buscando con ello mejorar los resultados de este proceso. En el trimestre de invierno de 2015 (15-I), los autores del presente trabajo impartimos un curso-taller de Circuitos Eléctricos, en el cual utilizamos la metodología PILT (*Prosocial Interactive Learning Teaching*), al considerar que con ella se podría mejorar la comunicación con los alumnos, mantener su atención y ayudar al contraste de significados. El curso-taller constó de 2 sesiones semanales de 2 horas, durante 10 semanas, y participaron 15 alumnos.

Los temas estudiados fueron: Análisis de mallas, Análisis nodal, Principio de superposición, Equivalentes de Thévenin y Norton, y Análisis de circuitos RL y RC. Todas las sesiones fueron conducidas por ambos profesores, iniciando con el planteamiento de un problema que fue resuelto de manera progresiva con las aportaciones de los dos, para posteriormente plantear a los alumnos una serie de problemas que resolverían durante la clase y posterior a ella, brindándoseles en ambos casos la asesoría correspondiente cuando había dudas. Asimismo, se aplicó una evaluación al término de cada uno de los temas analizados y se llevó a cabo retroalimentación de resultados de forma individual; estas evaluaciones tuvieron tanto carácter formativo como sumativo, por lo que permitieron medir el aprendizaje de los alumnos, obteniéndose que 11 de ellos (73%) alcanzaron los objetivos propuestos del curso. Cabe mencionar que esta experiencia permitió observar que el tipo de ambiente que se generó durante el proceso de enseñanza aprendizaje motivó la corresponsabilidad del alumno y mejoró la relación entre los docentes y los estudiantes.

Palabras clave: Enseñanza Aprendizaje Prosocial Interactiva - Evaluación formativa - Corresponsabilidad

EL CARTODIAGRAMA DE PARENTESCO COMO HERRAMIENTA PARA LA INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA

AUTORA

Jacqueline Vílchez Faría
Universidad del Zulia (Venezuela)
Jacque8@gmail.com

Desde los inicios de la disciplina antropológica, el diagrama de parentesco se impuso como herramienta gráfica para expresar, de manera abstracta, los fenómenos observados en los sistemas humanos y relacionados con las formas de organización parental. Más que representación de los hechos comunes, constituyen modelos, abstracciones, representaciones formalizadas en las que se quiere mostrar la lógica de las estructuras observadas por los etnógrafos (FOX, 1972: 10-11). Para tal fin; han sido útiles y eficaces herramientas; sin embargo, y dado su carácter representacional-modelar, la cantidad de datos que pueden ser registrados es reducida.

En el marco de nuestra propuesta, consideramos posible presentar los datos de manera que estos favorezcan una lectura densa, estructural o sistémica en la que varias dimensiones de la vida social puedan ser analizadas en su interconexión. Se trata de representar en un mismo plano una ingente cantidad de información referida a los ámbitos biológico, histórico, genealógico-parental y, en suma, sociocultural. El trabajo sistemático durante un lapso prolongado sobre los datos genealógicos nos condujo a múltiples reflexiones y propuestas, Una de ellas se centró en la elaboración de una “cartografía genealógica” o una “cartografía del parentesco”, una representación de los diagramas de genealogía y parentesco que, a través del vaciado y la yuxtaposición de datos de carácter cultural y sociohistórico, condensasen gran cantidad de información con miras a procurar una lectura “densa” de la sociedad en cuestión.

Pretendemos proponer, con ello, una **cartografía social y de parentesco** que nos facilite la comprensión de los complejos fenómenos sociohistóricos de una pequeña sociedad facilitando la exposición de las reiteraciones, repeticiones o recurrencias que nos permitieran reconocer la presencia de regularidades, formas o estructuras. Sugerimos que este propósito cartográfico puede ser denominado CARTODIAGRAMA DE PARENTESCO y pueda ser desarrollado a través de la minuciosa elaboración de un cuadro de leyendas pormenorizado que facilite el vaciado de toda la información disponible, procedente de distintas fuentes y relativa a los más diversos aspectos de la vida social,

Palabras Clave: Cartodiagrama de parentesco – Parentesco y genealogía – Parentesco y familia – Investigación antropológica – Herramientas etnográficas

LA UNIVERSIDAD VIGILADA: EL SEGUIMIENTO DE LOS ESPÍAS DEL TARDOFRANQUISMO A LOS OPOSITORES EN LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE SUS INFORMES CONFIDENCIALES

AUTOR

Ernesto Villar Cirujano

Villanueva Colegio Universitario adscrito a la U. Complutense de Madrid (España)

evillar@villanueva.edu

De todos los frentes de oposición a la Dictadura franquista, de la política a los púlpitos, de las fábricas a las aulas, uno de los más activos y eficaces fue la Universidad. La presencia constante de militantes y simpatizantes de la oposición, o la simple actitud reivindicativa de la juventud de la época, de cualquier juventud, obligó al Franquismo a mantener una permanente red de confidentes y agentes de información con el vano objetivo de adivinar, prevenir e impedir las protestas.

La presente ponencia analiza cómo fue el seguimiento y la vigilancia por parte de los servicios de información del Gobierno a todos estos grupos “subversivos”. Esta aproximación histórica se hace a partir de unos documentos inéditos hasta la fecha, que permanecían sin catalogar: los llamados **Boletines de Situación** elaborados por el Servicio Central de Documentación (SECED), la agencia de inteligencia dependiente de Presidencia del Gobierno y antecesora del Centro Superior de Información de la Defensa (CESID) y del Centro Nacional de Inteligencia (CNI).

Estos Boletines de Situación tienen su valor principal en que eran información estrictamente confidencial y privilegiada, ya que sus destinatarios eran únicamente las principales autoridades del Estado, desde Franco hasta el Príncipe Juan Carlos, pasando por el presidente del Gobierno, algunos ministros y determinadas autoridades militares. Se elaboraban semanalmente, tenían una media de 50 páginas y estaban divididos en los cinco sectores en los que a su vez se organizaba el SECED: político, religioso, laboral, profesional y, de especial importancia, el educativo. En la presente investigación se analizarán los 42 números correspondientes al último año de la Dictadura.

El contenido de estos Boletines aporta dos elementos de importancia histórica. Primero, porque los confidentes –como han destacado, 40 años después, sus autores en las entrevistas mantenidas con este autor- no se limitaban a describir unos hechos, sino que analizaban, interpretaban y categorizaban lo que estaba ocurriendo, de tal manera que servían de guía para que las autoridades tomaran las decisiones. Eran, como se ha destacado, información privilegiada, con el matiz añadido de que no eran una información “condescendiente” con el poder, sino que sus autores pretendían mostrar al Gobierno la realidad “tal cual era”, lo que incluía en ocasiones críticas a las autoridades educativas.

En segundo lugar, el análisis del contenido de los Boletines de Situación permite hacer un seguimiento, inédito hasta la fecha, de a qué grupos ilegales hacían un seguimiento los agentes infiltrados del Gobierno. El índice de detalle de los confidentes es tal que en cada uno de ellos se especifica no sólo qué actos de protesta ha habido, sino los eslóganes, el número de personas que los ha secundado y el resultado.

La conclusión es que, tal y como desvelan los informes, el Franquismo tenía una referencia detallada de la magnitud del “incendio” en las aulas, con todo lujo de detalles, pero precisamente las proporciones de esta protesta generalizada hicieron imposible impedirla.

Palabras clave: Servicios secretos – SECED – Franquismo – Universidad – Comunismo

LA EDUCACIÓN ON LINE Y LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

María Lourdes Vinuesa Tejero y Elena Fernández Martín
Universidad Complutense de Madrid y CES Don Bosco (España)
mlourdes@ucm.es y elenafdezmartin@gmail.com

La educación y, el acceso a la misma, es uno de los aspectos más importantes de una sociedad. Por ello, cualquier cambio en su ámbito es objeto de interés. En España, al igual que en el resto de países inmersos en procesos de modernización, la aplicación de las nuevas tecnologías a la formación educativa ha sido objeto de análisis desde el mismo momento de su implantación como se viene recogiendo, anualmente, en el Informe sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España: «eEspaña2014». Pero, lo que realmente nos ha parecido interesante es no quedarnos en los simples datos comparativos con el resto de países que utilizan las TIC, si no que hemos considerado que como docentes y estudiantes y con el fin de mejorar la formación on-line, sería muy interesante conocer de primera mano qué es lo que piensan algunos de los usuarios de la misma.

Desde que en 2004 se acuñara el término *e-learning* (formación on-line) se esperaba que habría una implantación casi total, que se aprendería más y mejor, y que se reducirían las trabas para acceder a la educación. Pero, los informes y artículos manejados demuestran que los problemas fundamentales siguen sin resolverse (aburrimiento, diseño, acceso...) Además, este interés es muy pertinente puesto que el actual ministro de Educación, Ignacio Wert, tiene pendiente, aún, el decreto de creación de nuevas universidades dónde se van a incluir condiciones para los nuevos centros on-line. En nuestro caso, pues, nos interesa la evolución de la formación on-line y, hemos considerado que una vez que han pasado más de diez años desde las primeras aplicaciones, debíamos centrarnos en la percepción sobre la formación on-line que tienen algunos de sus usuarios.

Por tanto, el principal objetivo de nuestra investigación pasa por conocer cuál es la percepción real que los alumnos universitarios del área de Comunicación y del área de Educación tienen sobre la educación online. Así, y a través de una encuesta que han contestado una muestra significativa de estudiantes, hemos analizado algunas cuestiones que pueden resultar muy interesantes con ánimo de describir el estado actual de la formación *online*.

En relación a este objetivo de investigación, en el cuestionario se ha trabajado con ítems que han permitido conocer cuál es el uso que los alumnos hacen de esta tipología educativa; qué grado de utilidad le confieren; qué grado de satisfacción en el caso de quienes han participado de ello alguna vez o los posibles aspectos de mejora que ellos mismos han podido detectar a través de su experiencia en este campo educativo. De esta forma, esta investigación pretende presentar un análisis estadístico que recoja de forma precisa qué percepción sobre la educación online tienen los estudiantes universitarios de hoy.

Palabras clave: Educación - Formación on-line - Estudiantes - Universidad - Percepción

LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA IDENTIDAD: EL CASO DE LOS MUSEOS ESPECIALIZADOS

AUTORAS

Mónica Viñarás Abad y Raquel Careols Mateo
CEU San Pablo de Madrid y Universidad Nebrija (España)
monica.vinarasabad@ceu.es y rcaerols@nebrija.es

1. Introducción

La comunicación digital ha revolucionado la relación que establecen las organizaciones con sus públicos. En el caso de los museos ha abierto la posibilidad de hacer llegar la cultura y el patrimonio a personas que no visitan físicamente el museo. Sin embargo, no se trata solo –o mucho- de disfrutar y aprender de las obras de arte y de las colecciones. El reto está en difundir y comunicar la identidad del museo como institución a través de las nuevas tecnologías, transmitir intangibles y hacer llegar una forma de ser y entender el arte y la cultura. Los museos de menor tamaño, muchos de ellos museos especializados, casas museo o colecciones particulares, tienen más dificultades que las grandes pinacotecas o museos de ciencias en comunicarse con sus públicos. Esto es debido, no solo a sus recursos, sino también a la competencia que entre ellos se produce, relegando a estos museos a segundas o terceras visitas turísticas. Sin embargo, estos museos poseen colecciones de grandísimo valor, y sobre todo, ofrecen una experiencia a sus visitantes, imposible para esas grandes colecciones. Por ello, su identidad, adquiere un valor diferencial, se convierte en su punto fuerte y por lo tanto, en su reclamo.

2. Metodología

Este trabajo es la culminación a un proyecto anterior. En dicha fase, se analizó, a través de entrevistas en profundidad, la identidad corporativa de los museos de la muestra: cinco museos madrileños de pequeño tamaño o especializados. El resultado fue la identificación de aspectos comunes a estos museos y su valor diferencial en la oferta cultural y turística. En esta segunda fase se propone analizar la campaña digital que han llevado a cabo los museos para materializar su identidad. A través del análisis de contenido, comparado con los resultados de las entrevistas, se podrá comprobar cómo estos museos han trasladado y comunicado a través de las redes sociales su identidad común.

Los objetivos son pues analizar la campaña de comunicación digital realizada por estos cinco museos para comprobar cómo han comunicado su identidad común, además, identificar los recursos utilizados, tanto técnicos como estratégicos y tácticos, así como en el código. Por último, comprobar si esta campaña ha permitido transmitir esta identidad a través de Internet.

3. Resultados previstos

Con este trabajo se pretende conocer cómo los museos transmiten su identidad a través de las nuevas tecnologías, concretamente, las redes sociales. Es especialmente importante en este caso, pues son museos pequeños, lejanos a la oferta tradicional, pero con una fuerte identidad, precisamente, lo más difícil de transmitir a través de las pantallas. Por ello, este trabajo será de gran interés para conocer las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen a los museos más pequeños y su comunicación.

Palabras clave: Identidad - Comunicación - Museos - Digital

UNIDADES DE APRENDIZAJE INTERASIGNATURAS EN LA DOBLE TITULACIÓN DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO: UN CONTEXTO PARA APRENDER A APRENDER

AUTORES

Verónica Violant, María José Rochera, Immaculada Dorio, Ana María Anton y Queralt Llorca

Universidad de Barcelona (España)

vviolant@ub.edu, mjrochera@ub.edu, idorio@ub.edu, ana_anton@ub.edu y queralt.llorca@gmail.com

Este proyecto ha sido financiado en la convocatoria ARMIFI (2014): Ajuts de Recerca en Millora i Innovació en la Formació inicial de Mestres con el código 2014ARMIFI00054 y los miembros que lo componen son los siguientes: Anton, A.M., Castelló, J., Dorio, I., Fraga, L., Gallardo, S., Giménez, J., Godall, T., Llorca, Q., Puig, J., Rochera, M.J., Tilló, T. y Violant, V. (IP).

La presente comunicación tiene por objetivo exponer las estrategias del proceso de enseñanza-aprendizaje diseñadas para el fomento de la competencia *aprender a aprender* en algunas de las asignaturas que forman parte del plan de estudios de la formación inicial de maestros de la doble titulación de Infantil y Primaria de la Universitat de Barcelona.

Este estudio forma parte de un proyecto más amplio, de espíritu institucional dirigido a la mejora y la innovación en la formación de estos futuros maestros y cuya última finalidad es planificar y evaluar cuatro de las competencias transversales, implicadas en la formación inicial de maestros. El proyecto de investigación se fundamenta en un modelo formativo basado en el desarrollo y evaluación de las siguientes competencias: 1/ aprender a aprender, como elemento de identidad, globalizador y profesionalizado que favorece el paso de ser alumno a ser maestro, la práctica reflexiva como elemento de desarrollo de las competencias y como evaluación de la propia práctica que conduce a la profesionalización; 2/ el trabajo colaborativo del alumnado y de los miembros de la investigación configurados en equipo docente (la mayor parte de los miembros son profesorado de las asignaturas implicadas en dicha investigación); 3/ la planificación y gestión de los procesos de aprendizaje y; 4/ las Tecnologías de la Información y la Comunicación -TIC como elemento mediador del proceso de enseñanza-aprendizaje.

El trabajo aborda el diseño y planificación, así como los instrumentos de evaluación de la *unidad de aprendizaje 1* para la competencia aprender a aprender. La unidad de aprendizaje 1 queda configurada por tres de las asignaturas, visualizadas como unidad de aprendizaje, que el alumnado cursa en el primer año académico, junto con la asignatura profesionalizadora del grado *Practicum I* (incluyendo los centros de prácticas que forman parte del proyecto). Estas asignaturas implicadas son las siguientes: *Psicologia de l'Educació a Primària*, asignatura de Formación Básica, anual de 12 cr. ECTS; *Infància, Salut i Educació*, asignatura de Formación Básica, primer semestre de 6 cr. ECTS; y *Alfabetització Digital* asignatura de Formación Básica, primer semestre de 6 cr. ECTS.

Se trata de una investigación-acción con metodología mixta (cualitativa-cuantitativa). Los participantes en la investigación son: profesorado y alumnado de las asignaturas implicadas, maestros en activo y tutores de las escuelas participantes. Como resultados de la investigación se presentan el propio diseño y planificación, así como los instrumentos elaborados a partir del análisis documental y de los grupos de discusión llevados a cabo en las escuelas participantes.

Palabras clave: Aprender a aprender - Doble titulación - Evaluación formativa - Formación de profesorado - Unidad de aprendizaje

LOS ROLES NARRATIVOS DEL NIÑO Y DEL ADULTO EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA CONTEMPORÁNEA

AUTORA

Mariona Visa Barbosa
Universitat de Lleida (España)
marionavisa@filcat.udl.cat

Las situaciones y los personajes recreados por el ilustrador Jordi Labanda han conformado un universo propio fácilmente identificable. La prepotencia femenina, la autoridad de los niños, la desorientación masculina, la frivolidad y la importancia de la belleza son valores que relacionamos con el mundo posible del autor.

Jordi Labanda empezó a dibujar sus viñetas en 1998, recogiendo los valores que desde entonces han ido en aumento en la sociedad y que han sido definidos por autores como Neil Postman y Gilles Lipovetsky, entre otros. Postman (1988) describió el fin de la niñez, promulgada en parte cuando la televisión se impuso como medio de comunicación mayoritario.

Por su parte, Lipovetsky (2000) definió la sociedad actual como la era del vacío en la que predominan valores narcisistas. Este artículo analiza 100 chistes gráficos publicados en el magazín de *La Vanguardia* durante los años 2000 y 2002 en la sección “Si te he visto no me acuerdo”, de la cuáles se ha realizado un análisis de contenido cualitativo a partir de un análisis enunciativo, discursivo y narrativo de las imágenes. Los resultados permiten relacionar los valores implícitos en las ilustraciones con tendencias sociales presentes en nuestra sociedad desde la posmodernidad, como la infantilización del adulto y la adultización del niño.

Palabras clave: Infancia – Adulto – Posmodernidad – Humor gráfico

ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS DE ECUADOR. CASOS DE ESTUDIO PRENSA LOCAL, PROVINCIAL, REGIONAL Y NACIONAL

AUTORES

Jenny Yaguache, Francisco Campos Freire y Diana Rivera Rogel

U. Técnica Particular de Loja (Ecuador), U. de Santiago de Compostela (España) y U. Técnica Particular de Loja (Ecuador)

jjyaguache@utpl.edu.ec, francisco.campos.freire@gmail.com y derivera@utpl.edu.ec

La presente investigación muestra parte de los resultados de la tesis doctoral denominada “Modelos y estrategias de gestión de la empresa de prensa escrita de Ecuador” defendida en el mes de junio de 2015.

La industria de la prensa está dejando de lado su comodidad y se proyecta fuertemente en estrategias que le permitan entrar en un mercado competitivo cada día más débil, derivado de la decreciente venta de periódicos y los diversos cambios en el consumo y en la inversión publicitaria. Por muchos años esta industria vivió en cierta abundancia, centradas únicamente en la recepción de la publicidad, con ingresos que les permitían un superávit modesto para seguir en el negocio; pero esto hoy en día ha cambiado. Los gerentes de las empresas están obligados a construir estrategias que fortalezcan su producción en papel, zambullirse en la Web agarrados de la experiencia del pasado y pensar en tácticas para la producción informativa digital, distribuida a través de diversos dispositivos móviles.

Según datos proporcionados por la agencia publicitaria Delta Ecuador, a noviembre 2012 – octubre 2013, la venta de ejemplares impresos se reduce, pero no la lectoría. Por esta razón, los ejecutivos de los diarios diseñan planes empresariales que les permita llegar al mayor número de lectores. Una muestra de cuatro diarios de cobertura local, provincial, regional y nacional, coincide en que su estrategia es maximizar la rentabilidad del papel y de la Web simultáneamente. No es migrar del uno al otro, sino tener las dos herramientas. Esta situación abre un interesante panorama de estudio, pues la realidad ecuatoriana puede marcar diferencias con la de otros países.

El análisis de las estrategias se realizó a través de la técnica “secuencia real” utilizada por la Economía Industrial, lo que permitió analizar el sistema productivo del negocio. El modelo metodológico está formado por la siguiente cadena de razonamiento: condiciones de base, estructuras, estrategias y resultados.

Los resultados indican que las empresas de prensa ecuatoriana están equipadas adecuadamente para la producción, de hecho la capacidad instalada es una de sus fortalezas. Por ahora, dadas las condiciones de equilibrio económico en el que se encuentran no pretenden renovar equipos. La tecnología que poseen les permite la edición de sus principales productos y de otros, bajo la figura de servicios editoriales que también ofrecen.

Palabra clave: Estrategias - Gestión - Prensa - Secuencia real

NUEVAS INTERACCIONES DE LA AUDIENCIA EN LA RADIO A TRAVÉS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE CASO DE LAS DIEZ PRINCIPALES EMISORAS ECUATORIANAS

AUTORES

Hernán Yaguana Romero, María José González y Henry Rodrigo Martínez Ruque

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

hayaguana@utpl.edu.ec , mjgonzalez7@utpl.edu.ec y hmartinez2@utpl.edu.ec

La radio siempre fue interactiva, quizá el más interactivo entre los medios de comunicación, desde sus inicios incluyó al público en y desde sus programaciones, a tal punto de ser considerada como el medio más cercano a la gente, característica que en mayor parte la obtuvo por la misma tecnología con la cual funciona.

Los modos de participación de las audiencias han ido estableciéndose y diferenciándose durante el siglo de vida que tiene la radio: al inicio la escasa gente que participaba lo hacía en vivo, luego mediante cartas y comunicados, posteriormente a través del teléfono, a finales de los noventa con los mensajes de texto y la telefonía móvil y, en la actualidad son las redes sociales las que han marcado la acción comunicativa entre la radio y la audiencia. Por las características que vamos descubriendo nos damos cuenta que esta relación entre radio y audiencia mediada por internet es totalmente diferente al resto, pues marca una relación que va más allá de la participación, donde los segundos influyen directamente en el relato radiofónico a partir de sus gustos, inclinaciones, pensamientos, etc., es decir el oyente se vuelve productor – consumidor (Prosumer), cumpliéndose así con el postulado que McLuhan y Nevitt en 1972 señalaban: “con la tecnología electrónica el consumidor podría llegar a ser un productor al mismo tiempo”, lo que, sin duda, conlleva a un análisis profundo del papel que los medios de comunicación deberían ejercer en estos tiempos.

Al ser un tema nuevo de poca investigación en Latinoamérica hemos emprendido el análisis de las diez emisoras ecuatorianas con mayor interacción en redes sociales, para desde allí ir descubriendo las características y particularidades que nos ayuden a entender la nueva audiencia que participa en los medios radiofónicos ecuatorianos, pues las investigaciones preliminares en este campo nos dan a entender que en la actualidad el diálogo entre el medio y sus públicos ha cambiado de naturaleza pasando de un modelo lineal centrado y delimitado en el tiempo a un estado de multiplicación de mensajes y descentralización total, ocupando nuevos espacios y generando nuevas conversaciones (Martínez, 2011).

La investigación se ha realizado desde el análisis de las redes sociales de Twitter y Facebook, que son las más populares y de mayor uso en nuestro medio. La metodología aplicada inicia a partir de un censo preliminar donde exploramos e identificamos las principales emisoras de radio con mayor grado de interacción en las redes sociales, posteriormente realizamos un análisis etnográfico observando movimiento que han tenido estas emisoras en las redes sociales, durante el seguimiento poniendo atención en las variables más destacables; finalmente y, a modo de contrastación de resultados, se efectuó una encuesta aplicada al personal de las emisoras investigadas.

Palabras clave: Redes Sociales - Radiodifusión Ecuatoriana - Audiencias - Interactividad - Comunicación Digital

CORPORATE M-LEARNING: NUEVOS RETOS DEL APRENDIZAJE EMPRESARIAL

AUTORES

Juan Carlos Yáñez Luna, Mario Arias Oliva, Mar Souto Romero y Antonio Pérez Portabella

U. Autónoma de San Luis Potosí (México) y U. Rovira i Virgili de Tarragona (España)

jcyl@uaslp.mx, mario.arias@urv.es, mar.souto@urv.cat y antonio.perezportabella@urv.cat

Actualmente el mundo se encuentra inmerso en una globalización tecnológica en donde se ven la computación móvil y ubicua aumentan de forma exponencial. La práctica de estos conceptos ha permitido a los negocios acceder a nuevas y sofisticadas redes de comunicación, permitiendo la conectividad en cualquier momento, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo. Esta evolución también ha llevado a que los mercados se enfoquen en desarrollar nuevas tecnologías, aplicaciones, servicios y soluciones tanto individuales como empresariales basadas en la ubicuidad.

En el campo de la formación se ha considerado que el uso de las tecnologías permite fortalecer cualquier proceso de aprendizaje. Melgar y Donolo (2011) aportan un innovador enfoque de especial relevancia en entornos corporativos: el proceso aprendizaje es Social, Situado y Distribuido. Así pues, el uso de dispositivos tecnológicos, especialmente los móviles, nos permiten el acceso a una nueva dimensión del aprendizaje colaborativo. Esas situaciones, tal y como Chuang (2009) señala, podrían ofrecer nuevas oportunidades para el aprendizaje corporativo, en cualquier lugar y en cualquier momento, rompiendo las barreras de aprendizaje corporativo formal tradicional.

En este sentido, los dispositivos móviles permiten a los empleados interactuar con los sistemas empresariales, como gestión de relaciones con los clientes (CRM), planificación de recursos empresariales (ERP), Enterprise Asset Manager (EAM), etc., resultando una excelente herramienta para aumentar la productividad de los empleados (Jewell, 2011). En el entorno de aprendizaje corporativo, también se ha estudiado el impacto que tienen las tecnologías móviles en la productividad de los estudiantes, en este sentido Jokic y otros (2010) señalan que el aprendizaje electrónico se utiliza para aumentar las habilidades de los empleados así como también el rendimiento en sus funciones.

En este artículo consideraremos una de las características principales de la computación ubicua: la sensibilidad al contexto. Se considera como un sistema sensible al contexto a la capacidad de utilizar los elementos del entorno y suministrar la información otorgando mejores servicios para el usuario, de manera flexible y manejable (Vladoiu y Constantinescu 2011; Boxiang y otros 2014). Por lo tanto la esencia de este trabajo se centra en realizar una investigación en la literatura académica existente en el área, se pretende realizar una metodología de mapeo sistemático para identificar los factores más relevantes que influyen en este entorno: Aprendizaje móvil, ubicuidad y sensibilidad al contexto. Nuestro enfoque de la investigación será la de hacer las siguientes preguntas: ¿Es *mLearning* utilizado por las empresas para capacitar a los empleados? y como segunda cuestión: Basados en *mLearning*, ¿Qué factores influyen en la adquisición de competencias en entornos de sistemas sensibles al contexto?

Palabras clave: Aprendizaje móvil - Sensibilidad al contexto - *Corporate Learning*

IDIOMAS Y CULTURAS AMERINDIAS : INFLUENCIAS EN LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, ALFABETIZACIÓN Y EDUCACIÓN, Y JUSTICIA

AUTORA

Estelle Ysnel

Universitat Jaume I de Castellón (España)

eysnel@yahoo.fr

El 12 de octubre de 1492, Cristobal Colón se imaginaba que había llegado a las Indias Occidentales. No podía ocurrírsele que acababa de descubrir el Mundo Nuevo y que aquel descubrimiento cambiaría para siempre el destino de los nativos de aquellas tierras, los Amerindios.

De los cuatro viajes de Cristobal Colón y, luego, de la *Conquista* de los Imperios Azteca, Maya e Inca, surgió el choque no sólo entre dos Mundos : el Mundo Nuevo y la Vieja Europa, sino entre dos Pueblos : los Españoles y los Amerindios. En esta batalla, los verdaderos protagonistas de esas tierras, pasaron a segundo plano, siendo los extranjeros quienes dominaron el nuevo territorio prácticamente hasta hoy en día.

Desde hace unos veinte años, tanto a nivel de cada país como a nivel de las Naciones Unidas y de la O.E.A., la situación ha ido cambiando para los Amerindios. Se reformaron las Constituciones. Se votaron leyes indígenas. Se adaptó la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de Los Indígenas. En cambio, la Declaración Americana sobre los Derechos de los Indígenas permanece como un mero proyecto por falta de consenso. Algunos Amerindios consiguen ser Presidentes de su país.

Este trabajo se basará en el estudio de las disposiciones constitucionales e internacionales no específicas y específicas a los Amerindios. Centraré este trabajo con relación a las zonas actuales que corresponden no sólo a los antiguos imperios Azteca, Maya e Inca sino también a Amazonia y al Caribe. En la zona azteca, ubicamos los Estados de Guerrero, Hidalgo, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, San Luís Potosí, Tlaxcala y Veracruz en México, El Salvador y Nicaragua. En la zona Maya, ubicamos los Estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán en México, Guatemala, Honduras y El Salvador. En la zona Inca, ubicamos Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, las Provincias de Buenos Aires, Chubut, Jujuy, La Pampa, Neuquen, Río Negro, Salta, Santiago del Estero y Tucuman en Argentina y Chile. En la zona amazónica, ubicamos los Estados Amazona, Apure, Barinas, Bolivar y Tachira en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, las Provincias de Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, Misiones, Salta y Santa Fe en Argentina y Paraguay. En la zona caribeña, los Estados de Campeche, Quintana Roo y Yucatán en México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia y los Estados Amazonas, Anzoategui, Bolivar, Monagas, Sucre y Zulia en Venezuela.

En una primera parte, trataré de los idiomas y culturas Amerindias. Respecto a los idiomas, es imprescindible estudiar las cuestiones del estatuto y de la salvaguardia y valorización de los mismos. En cuanto a las culturas, cabe destacar las cuestiones del multiculturalismo y de la salvaguardia y valorización de las mismas.

En una segunda parte, trataré de las influencias de los idiomas y culturas Amerindias en la alfabetización mediática, alfabetización y educación, y justicia.

Palabras clave: Amerindios – Idiomas – Cultura - Alfabetización mediática – Educación - Justicia

CRECE EL NÚMERO DE REVISTAS “PURE PLAYER” PARA TABLETAS PERO NO SU VISIBILIDAD

AUTOR

Juan Yunquera Nieto

Universidad Carlos III de Madrid (España)

yunquer@hum.uc3m.es

La tableta *iPad* fue presentada por Steve Jobs en enero de 2010. En abril de ese mismo año la consultora Bonnier lanzó su edición de la revista *Popular Science+* para el *iPad* de Apple. *Popular Science+* fue un avance de lo que serían las revistas digitales para este tipo de soportes así como la versión para *iPad* de la revista *Sports Illustrated*. Poco a poco las publicaciones más innovadoras y emblemáticas comenzaron a explorar las posibilidades de este nuevo soporte. *Time* y *Wired* son dos claros ejemplos. En estos cinco años el ecosistema mediático ha cambiado mucho y aunque en España los avances van más lentos que al otro lado del Atlántico nos encontramos que la mayoría de los medios de comunicación españoles de publicaciones impresas tienen réplicas digitales que se visualizan en tabletas y además han aflorado muchas cabeceras nuevas “pure players” concebidas específicamente para este nuevo soporte móvil como VIS À VIS, UnBreak, Don o Mine, entre otras.

Pero las tabletas, de momento, no están siendo la salvación de la prensa aunque sí complementan los ingresos de determinadas empresas editoriales. Son una vía más a la hora de distribuir contenidos y cobrar por ellos cuando el medio así lo decide. Es cierto que son unos dispositivos que enriquecen la funcionalidad del periódico o revista, se leen cada vez mejor por los avances tecnológicos de las pantallas, las fotografías potencian y realzan todos los matices posibles de las imágenes, el acceso a vídeos es rápido, etc. Hasta ahí todo a favor, pero los consumidores de información necesitan contenidos originales y creativos que les interesen.

Aun teniendo información relevante y de calidad para poder leer una revista se necesita, en primer lugar, acceder a la aplicación a través de *App Store* o *Google Play* e inmediatamente después se debe descargar la revista, que puede tardar más o menos en función de los *megabytes* que ocupe. Conectarse a un diario digital web es instantáneo y se hace instintivamente, es una acción aprendida y asimilada como el acto de mirar los mensajes de *WhatsApp* o el correo electrónico. La conectividad en tiempo real es la función más característica del medio internet y en las publicaciones para tabletas es inferior. Si se hicieran nuevas versiones de un número para ver los cambios sería necesario actualizarlas.

El estudio realizado por la Universidad de La Rioja en 2013 (64%) sobre el comportamiento de los usuarios de tabletas en España, *#InformeTAB*, determina que las tabletas son utilizadas entre 2 y 3 horas al día y principalmente por motivos personales. Los momentos más habituales de uso son por la mañana en el trabajo (30%), por la tarde en el sillón (44%) y por la noche en la cama. Así las cosas, los usuarios de tabletas prefieren la noche, entrar en redes sociales y mirar el correo, en definitiva poco tiempo para leer revistas en tableta.

Este artículo pretende constatar el bajo nivel de penetración de lectores de revista para tabletas a pesar de tener varios elementos a favor; primero, las tabletas siguen aumentando su ritmo de ventas; segundo, crece el número usuarios para estos dispositivos; tercero, los editores cada vez ofrecen más revistas para tabletas. En definitiva, por ahora, es difícil que las publicaciones para tabletas tengan un público masivo, en cambio contará con seguidores fieles y perseverantes, de calidad pero minoritarios. Por ahí se debe encaminar la estrategia de los editores en busca de su público objetivo.

Palabras clave: Tabletas - *iPad* - Revistas - Aplicaciones

IMPACTO DEL MODELO PEDAGOGICO UNIMINUTO EN LA FORMACION DE FUTUROS PROFESIONALES “SOCIALMENTE RESPONSABLES” BUCARAMANGA-SANTANDER

AUTOR

Óscar Javier Zambrano Valdivieso

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO en Bucaramanga en Santander (Colombia)

ozambranov1@uniminuto.edu.co, oscarj.zambrano@uniminuto.edu

UNIMINUTO, se origina en una visión antropológica de respeto y valoración de todo ser humano, poseedor de una dignidad y unos derechos que deben ser defendidos a toda costa. Como organización de inspiración católica, El Minuto de Dios se inserta en las realidades de injusticia y desigualdad, para impulsar el desarrollo integral de las personas y comunidades, adoptando diversas líneas de acción social, que responden a las exigencias del mundo de hoy, siempre iluminados por la perspectiva eudista de la misericordia, y concretadas en una propuesta de desarrollo integral de las comunidades que ha sido modelo de gestión para Colombia y el mundo, apalancada en el desarrollo de alianzas para la superación de la pobreza.

Frente a este reto, UNIMINUTO ha optado por un modelo educativo praxeológico centrado en la formación integral, entendida como la formación que pretende el desarrollo armónico de todas las dimensiones de la persona. El modelo se orienta a la conformación de una persona que integra el saber (theoria) con el actuar (praxis) y es diestra para articular en la sociedad el proyecto de vida y de trabajo que, en sí misma, ha realizado. Para lograr que los futuros profesionales sean competentes en su actuar así como en la reflexión sobre su quehacer, sobre la eficacia, la pertinencia y la responsabilidad de sus acciones, de modo que puedan aprender de su experiencia, nutrirla y enriquecerla, el enfoque praxeológico se hace visible a través de una metodología que va llevando al individuo, en un proceso en espiral, a la actualización de sus diversas potencialidades.

Esta búsqueda de un ser humano integral y socialmente comprometido, capaz de relacionar teoría y práctica, de valerse de los saberes adquiridos desde la experiencia, de cuestionarla teóricamente, de discutir de modo práctico la teoría y de encontrar motivación absoluta en la posibilidad de trascender con sus propias propuestas es precisamente el impacto del modelo pedagógico uniminuto en la formación de futuros profesionales “socialmente responsables”.

Palabras clave: Pedagogía - Proyección Social - Praxiológico - Aprendizaje Científico - Metodología

DISPOSITIVOS MÓVILES Y *E-BOOKS*: DEL OMNÍVORO AL INMIGRANTE DIGITAL. OPORTUNIDADES EN EL DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LOS LECTORES EN EDAD ADULTA

AUTORES

María Isabel Zapata Cárdenas y Carlos Alberto Galvis Ortiz

Universidad de Medellín (Colombia)

mizapata@udem.edu.co y cagalvis@udem.edu.co

La presente ponencia deriva del proyecto denominado “La palabra escrita en tinta electrónica. Las nuevas posibilidades comunicativas de los libros electrónicos, como elementos de innovación en la producción y gestión del conocimiento”, que se presentó como parte del programa de incentivos y apoyos institucionales que la U. de Medellín otorga a los nuevos docentes incorporados a las Facultades, dentro del programa de convocatoria n° 20. Esta investigación queda entonces adscrita al grupo de investigación COP, liderado por la Fac. de Comunicación de la U. de Medellín. El proyecto busca indagar y explorar los retos que desde la Comunicación y la Gestión del Conocimiento se abordan por medio de la producción de libros electrónicos, elementos que bajo nuevos formatos, llegan al mercado editorial y ofrecen posibilidades propias de la convergencia de medios de comunicación, especificaciones que obligan también a evaluar y conocer las necesidades y experiencias de los e-lectores, como usuarios finales de esta nueva herramienta.

La participación en el CUICIID 2015, aborda las prácticas de consumo y apropiación de información y el uso que el público adulto, tiene con los dispositivos de lectura y el consumo en sí de libros digitales, a propósito del surgimiento de otros formatos de producción de contenidos y consumo editorial. El adulto mayor ya no es un público marginal para el tema de las TIC, uso y relacionamiento con dispositivos e información digital.

Tanto sectores rurales como urbanos, presentan incursiones de públicos mayores que exploran por medio de las TIC acercamientos al consumo de información online, consultas de servicios digitales, envío y recepción de contenidos, entre otros. Por ejemplo, España, presenta en el año 2011 el informe Ebook +55, perteneciente al programa Territorio Book de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, donde se abordaron tres aspectos importantes del impacto del libro digital y los dispositivos de lectura sobre los lectores de edad adulta (55 a 75 años): la investigación evaluó “el grado de apropiación y satisfacción del dispositivo digital, el nivel de comprensión lectora y los comportamientos según los tramos de edad” (González, Luis; Valbuena, Javier; Pinto, Joaquín, 2011, p. 5).

Al igual que este estudio europeo, en el caso colombiano los libros digitales y los dispositivos móviles trabajan con públicos en edad adulta, cuyo relacionamiento con la tecnología puede ser precaria, pero afrontan el reto de utilizar con efectividad el celular como instrumento de comunicación masiva, acompañando esta experiencia de las rutinas informacionales a propósito del surgimiento de un dispositivo tecnológico facilitador en algunos momentos de necesidades de laborales desde la experiencia adulta.

Para abordar esta investigación se articularon varios ejes conceptuales que permitieron analizar la temática de una manera global: la repercusión en el mercado de las tabletas y los libros electrónicos, el uso y la apropiación, la construcción de los contenidos digitales y la práctica y uso desde el caso de los libros electrónicos y su penetración en el mercado colombiano y latinoamericano; teniendo al público adulto como consumidores claves en el proceso de expansión y familiarización con la tecnología.

Palabras clave: Libros electrónicos – Adultos – Ancianos – Consumo – Dispositivos móviles

¿MIRANDO A EUROPA? EL CASO DE LA CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES EUROPEAS DE 2014 EN LA PRENSA ARAGONESA

AUTOR

Ricardo Zugasti Azagra
Universidad de San Jorge (España)
rzugasti@usj.es

El trabajo propuesto analiza la cobertura que la prensa diaria aragonesa realizó durante la campaña electoral previa a las elecciones al Parlamento Europeo, celebradas en España el 25 de mayo de 2014. Para ello se toman en consideración los cuatro diarios generalistas de pago que se editan en Aragón: *Heraldo de Aragón*, *El Periódico de Aragón*, *Diario de Teruel* y *Diario del Altoaragón*.

La investigación, de carácter descriptivo, parte de la hipótesis, mostrada por otros estudios de elecciones europeas anteriores, de que estos comicios de carácter supranacional son cubiertos por los medios de comunicación a través de un enfoque eminentemente nacional que prima incluso sobre las perspectivas autonómica o local.

La metodología empleada es el análisis de contenido, una técnica cuantitativa especialmente indicada para trabajar con volúmenes elevados de información, como es el caso planteado. Para el análisis de contenido se utiliza un código que recoge, por un lado, variables formales de la unidad de análisis como el género periodístico o el lugar en el que se produce la noticia. Por otro lado, el código contempla variables que preguntan acerca de aspectos del contenido de la unidad de análisis como el tema principal, el enfoque geográfico que se otorga a dicho tema o el protagonista con más peso.

El análisis de estas cuestiones permite hacer una descripción detallada de los rasgos más relevantes de la cobertura informativa, distinguiendo además entre las diferentes cabeceras. El código de análisis se aplica al total de 1.293 piezas periodísticas que trataron acerca de los comicios europeos y que se publicaron en los diarios mencionados durante la duración oficial de la campaña electoral.

Palabras clave: Elecciones europeas – Aragón – Prensa – Periodismo político

TRABAJO ETNOGRÁFICO Y EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORES

Evelina Zurita Márquez y Francisco Manuel Llorente Marín

Universidad de Málaga (España)

zurita@uma.es y llorente@uma.es

Desde Malinowski (1884 -1942), a través de la etnografía, la Antropología social pretendía dar cuenta de formas de vida diversas desde un conocimiento de primera mano por medio del trabajo de campo. En estos primeros pasos de la disciplina se focalizó la atención en grupos humanos lejanos del entonces considerado mundo civilizado. Hoy, el antropólogo social ya no estudia comunidades o sociedades en su conjunto, como en sus inicios, sino que aborda aspectos y problemas contextualizados en grupos humanos concretos. Partimos de esta premisa a la hora de formar a nuestro alumnado en el trabajo etnográfico, seña de identidad a la que no puede renunciar la Antropología social en la Enseñanza Superior.

En la Enseñanza Secundaria en España encontramos asignaturas específicas (como *Ciencias para el mundo contemporáneo*) sobre contenidos, metodología y técnicas de investigación en ciencias categoriales. Sin embargo, aspectos metodológicos e incluso de contenidos en ciencias sociales quedan obviados, abordándose sólo contenidos de materias como: *Historia, Geografía* y, en algunos bachilleratos, *Economía*. Si bien en los bachilleratos de la LOGSE (Ley Orgánica General del Sistema Educativo – aprobada en 1990 –), ciencias sociales como la Sociología y la Antropología social quedaban relegadas a materias optativas, en la LOE (Ley Orgánica de Educación – aprobada en 2006 –) y la LOMCE (Ley Orgánica para Mejora de la Calidad Educativa – aprobada en 2013 –) quedan excluidas del currículum de bachillerato.

Encontramos así en el alumnado recién llegado a los Estudios Superiores un déficit claro en competencias teórico-metodológicas necesarias en la formación en ciencias sociales. Éste déficit dificulta que en un solo semestre se puedan alcanzar los objetivos formativos que exige el Programa VERIFICA, es decir, el Programa encargado de evaluar las propuestas de los planes de estudio diseñados en consonancia con el EEES (Espacio Europeo de Educación Superior).

Esta situación nos hace reflexionar sobre la necesidad de elaborar materiales didácticos que favorezcan el desarrollo de las competencias propias que desde el EEES se exige para las asignaturas de ciencias sociales. En este sentido, proponemos en esta comunicación una Guía didáctica para la realización del trabajo etnográfico, teniendo en cuenta este déficit del que parte el alumnado y los objetivos y competencias que debe alcanzar.

El trabajo etnográfico no sólo es una metodología fundamental de investigación para el antropólogo y otros científicos sociales, sino también y, fundamentalmente, una herramienta de aprendizaje que puede y debe utilizar el docente en ciencias sociales.

La etnografía, que va más allá de una recogida de datos y un análisis positivista de los mismos, favorece no sólo el desarrollo de competencias y destrezas en investigación sino, a su vez, un proceso de construcción del sentido crítico al abordar la génesis de los problemas sociales. Este proceso puede llegar a constituir un ejercicio intelectual que abunde en la madurez del alumnado facilitándole su progreso formativo en la Enseñanza Superior.

Palabras clave: Etnografía – Antropología social – Enseñanza Superior – Trabajo de campo

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN DE CRISIS TERRORISTAS

AUTORA

Cristina Zurutuza Muñoz

Universidad San Jorge de Zaragoza (España)

czurutuza@usj.es

La comunicación en crisis causadas por el terrorismo encierra unas particularidades que hacen necesario abordar su estudio desde un ángulo diferente. El sentido narrativo de un atentado terrorista, su configuración como mensaje violento que busca una respuesta y su búsqueda de ruptura del orden social demandan una fórmula innovadora de análisis y comprensión.

Las metodologías principalmente empleadas en el estudio de este tema han sido cuantitativas y centradas en el contenido de coberturas informativas. Existen también, no obstante, casos en los que la fórmula cualitativa predomina y se supera el enfoque del análisis del comportamiento mediático para centrarse en otros actores del proceso como los ciudadanos o las administraciones.

Esta última forma, si bien ha aportado resultados muy interesantes y enriquecedores, pocas veces se ha sistematizado. El objetivo es, por tanto, formular una propuesta para la sistematización del estudio cualitativo de la comunicación de crisis frente al terrorismo, en concreto, una relectura de la comunicación de crisis terroristas desde las teorías dramatísticas de la comunicación.

El modelo que se propone parte de la teoría dramatística de Kenneth Burke y, en concreto, de su péntada dramatística como herramienta para el estudio de la acción humana. A diferencia de otros modelos para el estudio de la comunicación, Burke no ubica el punto de partida del análisis en el actor-emisor del mensaje, sino en la escena en la que transcurre cualquier transacción comunicativa, y es en esa escena en la que el investigador debe rastrear la interacción entre los cinco elementos de la péntada (actor, acto, escenario, motivos y medios para la acción) para comprender el significado completo de una acción comunicativa dada.

La flexibilidad de la propuesta burkeana como base de esta relectura dramatística permite la entrada de otros autores para la configuración del modelo. A través de sus aportaciones, contribuyen a orientar el criterio del investigador para comprender la comunicación que se da en esa escena. Se trata, en concreto, de Robert L. Heath, Hugh D. Duncan, Robert E. Entman y Richard W. Leeman.

Conjugando las teorías de unos y otros, y siguiendo una progresión inductiva, se establecen una serie de categorías cualitativas de análisis a través de las cuales se configura este modelo. Este método ayuda al investigador al estudio sistemático y guiado de cómo es la comunicación de cualquier actor en un escenario caracterizado por tratarse de una crisis causada por el terrorismo.

En conclusión, esta comunicación presenta una propuesta metodológica para el estudio de la comunicación de crisis terroristas, basada en un análisis cualitativo de la comunicación en la escena. No tiene otra pretensión que la de ser una exégesis epistemológica de la relectura dramatística que subyace al modelo, una explicación del camino que el investigador ha recorrido desde las teorías de Burke hasta la constitución del modelo, presentándolo como una posibilidad más para el estudio de la comunicación de crisis terroristas.

Palabras clave: Comunicación de crisis – Terrorismo – Teoría dramatística – Metodología cualitativa



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESAS



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

CIENCIAS
HUMANAS 1:
Antropología y
Bioética

CONSTRUYENDO INTERSUBJETIVIDAD A TRAVÉS DE ESPACIOS DE INTERACCIÓN DIGITAL: ESTUDIO DE CASO, ESTUDIANTES DE ANTROPOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD DEL MAGDALENA (Colombia)

AUTORES

Álvaro Acevedo Acevedo, Belkis Concepción Potes Portillo, Jonatham David González Florián

Universidad del Magdalena (Colombia)

alates@hotmail.com, belkis.potes@hotmail.com y jonathamgonzalez@hotmail.com

El ponente es profesor de antropología de la Universidad del Magdalena (Colombia) y adelanta dicha investigación con los estudiantes mencionados. Se utilizaron la cuenta de diez (10) usuarios de Facebook, como cada uno tenía más de treinta contactos se escogieron, aleatoriamente, las conversaciones de cincuenta (50) contactos que fueran estudiantes de antropología de la Universidad. Se entró (en Febrero, Mayo, Agosto, Noviembre del 2013 y 2014) a la cuenta de los usuarios y se grabaron las conversaciones realizadas en las últimas 72 horas en el chat y muro de la plataforma comercial. Los usuarios desconocían la fecha en la que se les solicitaba la contraseña. La información se estructuró en dos categorías, comunicación política e intimidad.

Teniendo en cuenta que la comunicación es multidireccional, que en ella participan más de tres emisores y receptores, que según Dader (2009) el mensaje llega simultáneamente en todas direcciones, que al momento de la publicación (comentario o etiquetación) los usuarios/internautas (en nuestro caso los estudiantes) comparten un estado de ánimo, un pensamiento, una posición, un texto, una noticia, es importante analizar la materialización de la interacción, la intersubjetividad, el cambio de actitud del sujeto influenciado de forma directa o indirecta, mediata o inmediata, a favor o en contra, al recibir el mensaje o la información (Derivera, 2012); las personas, como creadoras de redes sociales, le dan importancia, uso y credibilidad, por la interacción que construyen. Aun cuando es una plataforma comercial sus usuarios experimentan una sensación de privacidad que le da vía libre a socializar, sin tapujos, lo que se piensa, a compartir un pensamiento que puede ser o no ser constructivo, que puede defender o no defender algo o alguien, la intersubjetividad se construye de forma natural.

Como el chat “da” la libertad y privacidad de ofender, sin límites, como si se estuviera hablando “facetoface” con un amigo(a), las conversaciones actúan como detonantes, empiezan un tema y terminan con insultos. Las posiciones de los usuarios oscilan entre las consideraciones sobre lo importante que es la vida y la integridad hasta la ofensa poniendo al descubierto las emociones y sentimientos sobre esta o aquella persona. Apoyados en la etnografía virtual, en el “trabajo de campo”, se muestran los eventos diarios (“ejemplos”) de cómo reaccionan los usuarios/internautas, desencadenando lo que Carriethers (1995) llama intersubjetividad, aun cuando fue planteado en un escenario opuesto al de la plataforma digital, encaja perfectamente en estos espacios sociales.

“No hay una teoría preconcebida, emerja de los datos [...], en tres momentos: Descripción, ordenamiento conceptual y teorización, no necesariamente secuenciales, proporcionando una guía significativa para la acción y la comprensión.” (Strauss y Corbin, 2002: 13-14), es decir está definida desde la Teoría Fundamentada.

Palabras claves: Interacción digital – Intersubjetividad – Facebook – Chat

HABLEMOS DEL MÉTODO ETNOGRÁFICO. DE LA COMPRENSIÓN E INTERPRETACIÓN PARA ANALIZAR LA REALIDAD CULTURAL

AUTOR

Johnny Alarcón Puentes
Universidad del Zulia (Venezuela)
jalarconxxi@gmail.com

En el siguiente trabajo de investigación se abordan elementos que permiten establecer una relación entre la teoría antropológica y la hermenéutica. Para ello partimos desde los clásicos del paradigma hermenéutico: Friedrich Schleiermacher, Wilhelm Dilthey hasta autores como Hans Georg Gadamer, Martin Heidegger y Paul Ricoeur, para así constituir unos criterios relevantes que permitan analizar la realidad cultural. De esta manera, rompemos con los paradigmas estáticos que no permiten una postura creativa a la hora de examinar los datos etnográficos recogidos.

Para la antropología se trata de un planteamiento epistémico que está en el corazón de la práctica etnográfica, pues está claro que en el quehacer antropológico la comprensión/interpretación de los contextos culturales es indispensable. A partir de nuestra perspectiva investigativa construimos una configuración de la hermenéutica desde la teoría antropológica, para luego incursionar en lo relativo al Método Etnográfico. Desde allí lograr definir unos criterios metódicos que ayuden a comprender los fenómenos culturales desde el diálogo con la alteridad e interpretando y reinterpreto la etnografía realizada.

Precisamente para que la antropología no se sumerja en un éxtasis snobista, acomodaticio y esquizofrénico, pasa por una revisión seria y un re/planteo riguroso de su epistemología, es decir el rescate hermenéutico como esencia científica. Esta episteme intenta superar la rigidez y unilateralidad refutando la concepción de objetividad como relación externa a los individuos y se plantea la recuperación del contexto social, sus significados, representaciones y múltiples determinaciones.

Concluimos, que solo con un nuevo enfoque la antropología puede salir de los ámbitos empirista del positivismo para lograr una conformación de los contextos culturales que atienda la subjetividad, el cambio y las dinámicas multilocales que se presentan en ellas.

Palabras clave: Método etnográfico – Hermenéutica – Episteme – Cultura – Antropología

LA ESPIRITUALIDAD Y LA SOLUCIÓN DE CRISIS HUMANAS

AUTORA

Rosalvina Alvis Barranco
U. Popular de Cesar (Colombia)
rosalvis@yahoo.com

El psicoanálisis fue creado por Freud (1856-1939). Su obra fue influenciada por Herbert (1776 -1841) que mantenía una idea asociacionista de la conciencia, que incluía un nivel consciente y otro preconscious.

Unas de las contribuciones más significativas de Freud consistió señalar que hay reglas y una estructura causal que gobierna los fenómenos mentales. Otros autores fundamentaron sus teorías en las observaciones de Freud donde el inconsciente comprende no solo los recuerdos personales sino también elementos del inconsciente colectivo de toda la humanidad (Jung & Adler). Después del psicoanálisis de Freud y la psicología individual de Alfred Adler, la **logoterapia** es la "tercera escuela vienesa de psicología" desarrollada por el neurólogo, y psiquiatra, Viktor Frankl. Es un tipo de psicoterapia que se apoya en el análisis existencial y se centra en una "voluntad de sentido" en oposición a la doctrina de Adler de "voluntad de poder" o la "voluntad de placer" de Freud.

La logoterapia está lejos de haber logrado el desarrollo teórico que caracteriza al psicoanálisis, e incluso a la psicología profunda, de Jung. Pese a esto la logoterapia resulta interesante. Como su denominación lo sugiere, se trata de darle un **sentido a la existencia** humana (en esto se asemeja a ciertos postulados de Sartre). Para entender la génesis de la logoterapia corresponde saber que Frankl fue prisionero en un campo de concentración. Allí, considera haber podido sobrevivir más que nada porque le supo dar un logos (en griego: sentido, significado) a su existencia. Si suponemos que el aumento de la felicidad y la disminución del sufrimiento son el objetivo de todos los actos humanos, ¿Cómo podemos alcanzar esta meta si es probable que **DIOS** no exista?.

Por primera vez en la historia tenemos una explicación racional de Dios podemos desestimar nuestros antiguos paradigmas religiosos y podemos desechar viejos mitos ya que la ciencia confirma su existencia, entonces hagamos lo mismo con aquellas ideologías primitivas que discriminan al género el pensamiento libre y todo aquel que piense diferente a nosotros, aceptémonos entonces como somos y saquemos el mayor provecho de ello mejorando nuestra auto percepción y rectificando el rumbo de nuestras prioridades para detener la intolerancia el odio y la guerra minimizando el dolor y maximizando la felicidad humana.

Este es un ensayo que compara tres estrategias de sicoterapia para el tratamiento de los conflictos humanos, demostrándose que la evocación de **la espiritualidad humana** ofrece resultados comparables cuando se aplica la psicoterapia cognitiva y la logoterapia.

Una conceptualización del caso sólida y bien estructurada, incrementa las probabilidades de éxito terapéutico. La evocación a **la espiritualidad humana** es una técnica ancestral, que tiene en la actualidad las herramientas teóricas y resultados demostrados al alcance de la mano. Por todo lo anterior la propuesta de recurrir a **la espiritualidad humana** en una sociedad que nos impulsa al egoísmo y al consumo sin medida, puede constituirse en una alternativa de solución a los problemas del alma.

Palabras clave: Espiritualidad – Sentido a la Existencia – Voluntad de Placer/Poder

ANTROPOLOGÍA, MUERTE Y SUICIDIO

AUTORES

Enrique Anrubia Aparici y Carmen Gaona Pisonero

U. Cardenal Herrera- CEU de Valencia y U. Rey Juan Carlos de Madrid (España)

enriqueanrubia@gmail.com y carmen.gaona@urjc.es

Según datos del INE (Instituto Nacional de Estadística), para el caso español, en el 2013 fallecieron por suicidio 3.870 personas (2.911 hombres y 959 mujeres), situándose el suicidio de nuevo como viene pasando desde el 2010, como principal causa externa de muerte. También desde el 2010 se observa un aumento del suicidio para las mujeres y en el caso de los hombres a partir del 2011. Señalando otros fenómenos ocultos pero que salen a la luz desde el seguimiento de los datos demográficos, visibilizamos el aumento del suicidio en adolescentes, tanto para el caso español, como en otros contextos. Frente a los tranquilizadores horizontes de los estudios de S. Pérez Camarero (2009), en los que se constataba desde 1999 al 2006, un ritmo descendente del suicidio en jóvenes, los datos recabados desde el 2012 tiñen de grises el horizonte, no sólo en el contexto español, sino tal y como acabamos de señalar, extensible a múltiples realidades socioculturales.

A modo de ejemplo, en México, diversos estudios constatan un impactante aumento de las tasas de suicidio en adolescentes. En los datos recogidos por el Inegi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía), la tasa media de suicidios registrados en México superan las 5700 personas al año, y entre éstas es en los jóvenes de entre 15 y 24 años, que el fenómeno tiene mayor ocurrencia. Las causas no son fáciles de establecer, y más cuando se constata la ruptura de clásicas asociaciones, como el binomio depresión/suicidio, pues justo en Yucatán, Campeche, Quintana Roo y Tabasco donde se registran las tasas más bajas de depresión a nivel nacional, se registran por el contrario las tasas más altas en suicidios.

Por todas estas confluencias, entre otros datos, cobra sentido esta comunicación, cuyo objetivo no es esclarecer una delimitación estadística del suicidio, ni repasar todas las causas de éste, máxime cuando éstas últimas en primer lugar deben abordarse integrando una diferenciación cultural, lo que precisa insertar un enfoque antropológico del suicidio, tal y como se llevará a cabo en esta comunicación. Por otro lado, las causas del suicidio son de difícil comprensión, tal y como preveía A. Schopenhauer (2005), pues “el ánimo humano tiene profundidades, oscuridades y complicaciones que es difícil aclarar y descubrir desde fuera”; por ello tras el enfoque antropológico, haremos una reflexión desde las esferas de la Filosofía, buscando nuevas vías de reflexión centradas en la construcción fenomenológica del suicidio y en su hermeneusis.

Desde este doble enfoque, la Antropología y la Filosofía, pretendemos alcanzar si no una más extensa semantización de este hecho de violencia autoinfligida, si una nueva manera de aproximarnos, planteando nuevas esferas en las que el suicidio se mueve y por otro lado, nuevas esferas cuya visibilización está pendiente en la reflexión académica.

Palabras clave: Suicidio - Adolescencia - Muerte – Hermenéutica - Fenomenología

LA JUSTICIA AMBIENTAL Y ECOLÓGICA, EN EL ORDENAMIENTO JURÍDICO VENEZOLANO. UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN CONSTITUCIONAL

AUTORES

Flor Ávila Hernández y Gustavo Machado Nuñez

Universidad del Zulia (Venezuela)

fmavilahernandez@gmail.com y gustavo.machado1974@gmail.com

En los últimos años, se ha generado un intenso debate entre enfoques teóricos que abordan la interacción entre el hombre y la naturaleza. En concreto, la contraposición de visiones es posible apreciarlo bajo el prisma de perspectivas distintas que brindan los paradigmas de la justicia ambiental y la ecológica. La justicia ambiental, planteada por Gudynas (2010), presenta una perspectiva antropocéntrica, tomando como criterio para dirimir lo justo de lo injusto en materia ambiental, su relación y vinculación con los derechos humanos, es decir, la Naturaleza es tratada como objeto, expresándose en el plano jurídico mediante, la inclusión de la tutela del ambiente en los derechos humanos de tercera generación.

Por su parte, la justicia ecológica presenta una perspectiva biocéntrica, teniendo como punto de partida el reconocimiento de la Naturaleza desde sus valores propios (Gudynas, 2010) y como sujeto pleno de derechos, tomando como Constitución Ecuatoriana, particularmente en sus artículos 71 y 72. En este mismo orden de ideas, cabe destacar que otras constituciones latinoamericanas reposan bajo la égida del paradigma de la Justicia Ambiental, caracterizado por los derechos al medioambiente sano o ecológicamente equilibrado, como derecho de carácter colectivo o social, el dominio público y la propiedad del Estado sobre el ambiente y los recursos naturales; los principios de políticas ambientales y de la equidad intergeneracional.

En efecto, este paradigma caracteriza las normativas consagradas en las Constituciones de Bolivia, Brasil, Colombia, Cuba, El Salvador, Guatemala, Haití, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela. La noción de justicia ambiental ha cobrado importancia, basado especialmente en la preservación, conservación y el control de los agentes contaminantes, mediante la incorporación de normativas basadas en el principio de igualdad y justicia social, fundándose en el reconocimiento de que los costes y beneficios ambientales no se distribuyen de manera equitativa; y por lo tanto, pretende resolver las injusticias imperantes en la distribución de esos costes y beneficios, así como ayudar respectivamente a erradicar aquellas condiciones desfavorables. Nuestra propuesta de investigación es la superación de este paradigma en la Constitución Venezolana de 1999, y su evolución hacia el biocentrismo, que vela por las condiciones de florecimiento y despliegue de todos los seres vivos, vegetales, animales y demás formas de vida existente. Se basa en los principios de la cultura de lo vivo, la agricultura biológica, la coevolución de las especies y el uso de energías renovables. Este paradigma se ubica en los conocimientos ancestrales de algunas comunidades indígenas, en el reconocimiento de la naturaleza como ser con derechos y merecedor de respeto, tiene su representación occidental con el derecho ambiental, a consecuencia del deterioro sufrido por la naturaleza, resultado del ecosuicidio en curso y la depredación de los recursos ambientales, conjuntamente con la ineficacia de las políticas de protección ambiental implementadas en el continente. De este modo, la degradación ambiental engloba una gama de peligros que condicionan nuestra existencia actual y futura.

Palabras Clave: Justicia ambiental y ecológica - Ordenamiento jurídico venezolano - Coevolución de las especies - Ecosuicidio

PLANES DE ESTUDIO DE PROGRAMAS PROFESIONALIZANTES EN CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES, CON PERSPECTIVA BIOÉTICA GLOBAL

AUTORA

Teresa de Jesús Ayala

U. Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

tjayalachirinos@gmail.com

Desde hace aproximadamente dos décadas, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO, ha estado resaltando la importancia de que los llamados países en vías de desarrollo, lo alcancen, a través de la preparación de profesionales calificados y competentes. Por su parte, la Bioética global, disciplina que ha alcanzado un gran avance en los últimos tres lustros, con su perspectiva vital y en un marco ambiental holista, propugna por el desarrollo de la humanidad, diversa y heterogénea en lo moral y cultural, mediante el necesario diálogo interdisciplinar en el avance y aplicación del conocimiento, en un entorno ético, considerando además el aporte de las comunidades y sus ciudadanos, con los consecuentes resultados transdisciplinarios complejos, que estén enfocados a la preservación de la vida en el Planeta.

Es así como, el desarrollo al que debe propender un país, en los ámbitos social, económico, científico y tecnológico, debe ir jalonado por una educación superior estructurada curricularmente en el marco de la Bioética global, como disciplina transversal en sus áreas de formación profesional. Particularmente, en los programas profesionalizantes en ciencias económicas, contables y administrativas, los planes de estudio deben enfocarse mediante modelos interpretativos sistémico-humanísticos, con orientaciones epistémico-metodológicas de investigación no solo cuantitativa, sino también cualitativa, para dar cabida a perspectivas con raíz(es) disciplinante(s) (r.d.) diversas, como son la etnografía (r.d. antropología); la fenomenología (r.d. filosofía); la hermenéutica (r.d. filosofía, teología, criticismo literario); la investigación-acción (r.d. psicología social); las historias de vida (r.d. sociología, psicología); el interaccionismo simbólico (r.d. psicología social); la Etnometodología (r.d. sociología), entre otras, existentes y por desarrollarse.

De esta manera, en cada contenido micro-curricular, programa de curso, o syllabus, estará abierta la posibilidad para el tratamiento de problemas disciplinares, en el marco de la Bioética global.

Palabras clave: Ciencias Económicas, Administrativas y Contables - Bioética Global - Profesionalizantes

SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO CONTRADICTORIO

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La sociedad contemporánea se enfrenta con perplejidad a la falta de soluciones fundamentales en la actual crisis de sostenibilidad, en el contexto de incrementar las desigualdades sociales y económicas en vez de expandir y profundizar en un mercado lógico a escala global, sin precedentes en la historia de la humanidad. Esto ha desafiado no solo nuestras percepciones sobre los beneficios de crecimiento económico y capitalismo, sino que también en la capacidad del planeta en absorber el daño causado por la humanidad “la huella ecológica”.

En las últimas décadas, varios debates sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible han ido progresando, pero finalmente fallaron cuando se direccionaban hacia el problema de sostenibilidad desde una perspectiva holística y orgánica. Un acercamiento alternativo a permitido la caracterización de la (falta de) sostenibilidad como un fenómeno estructural histórico que se opone a la sociedad por completo en un sistema basado en una desenfadada actividad del beneficio.

Palabras clave: Crisis - Sostenibilidad - Ecología - Desigualdad - Capitalismo

SOSTENIBILIDAD: UN CONCEPTO CONTRADICTORIO

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La sociedad contemporánea se enfrenta con perplejidad a la falta de soluciones fundamentales en la actual crisis de sostenibilidad, en el contexto de incrementar las desigualdades sociales y económicas en vez de expandir y profundizar en un mercado lógico a escala global, sin precedentes en la historia de la humanidad. Esto ha desafiado no solo nuestras percepciones sobre los beneficios de crecimiento económico y capitalismo, sino que también en la capacidad del planeta en absorber el daño causado por la humanidad “la huella ecológica”.

En las últimas décadas, varios debates sobre sostenibilidad y desarrollo sostenible han ido progresando, pero finalmente fallaron cuando se direccionaban hacia el problema de sostenibilidad desde una perspectiva holística y orgánica. Un acercamiento alternativo a permitido la caracterización de la (falta de) sostenibilidad como un fenómeno estructural histórico que se opone a la sociedad por completo en un sistema basado en una desenfadada actividad del beneficio.

Palabras clave: Crisis - Sostenibilidad - Ecología - Desigualdad - Capitalismo

EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LA INMIGRACIÓN EN LA PRENSA DE REFERENCIA EN ESPAÑA

AUTORES

Miguel Franquet dos Santos Silva, Elena Real Rodríguez* y Ana Beriain Bañeres

Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona y Universidad Complutense de Madrid* (España)

mfranquetd@uao.es, ereal@ucm.es y aberiainb@uao.es

Los autores desean mostrar su agradecimiento a la profesora de la Facultad de Ciencias de la Información, de la Universidad Complutense de Madrid, la doctora María del Mar López Talavera, por la ayuda prestada en el vaciado del diario ABC.

El estudio centra su análisis en la representación de los inmigrantes en cuatro diarios españoles de información general y de ámbito nacional: *El País*, *El Mundo*, *La Razón* y *ABC*, en el período comprendido entre los días 1 de junio de 2013 y 31 de junio de 2014. La constitución de la muestra obedeció al siguiente criterio: se seleccionaron de forma aleatoria siete días para cada mes, correspondiendo cada uno de ellos a un día distinto de la semana. En total se han analizado 91 ediciones de cada periódico y 364 ediciones en total. Del total de 289 noticias identificadas relativas a inmigrantes, se han analizado las 179 que se acompañaban con fotografías.

Entre los resultados principales del estudio importa destacar dos tendencias:

1. El hecho de que los inmigrantes no suelen tener oportunidad para comunicar directamente con los lectores de los periódicos (en la mayoría de las noticias no son escuchados y las fotos que los representan no suelen retratarlos de forma personalizada, ni fomentan el contacto visual con ellos) y
2. La representación de los inmigrantes suele hacerse en contextos que comprometen la integración social (situaciones delictivas o criminales, en las que muchas veces los inmigrantes están acompañados por personal sanitario o de las fuerzas de seguridad. Otras formas de interacción social entre inmigrantes y miembros de la comunidad local son muy excepcionales.

Palabras clave: Ética – Fotoperiodismo – Inmigración – Periodismo – Representación

COMUNICACIÓN, RELACIONES PÚBLICAS GASTRONOMÍA, TURISMO Y MARCA TERRITORIO (CIUDAD O PAÍS)

AUTORA

Marta González-Peláez

U. Oberta de Catalunya – EAE - UPC (España)

marconta@marcontacomunicacion.es

La marca ciudad y la marca país son una carta de presentación en el exterior. Esa imagen de marca de una ciudad o país la componen muchos factores; uno de los fundamentales es la gastronomía. Los turistas además del patrimonio cultural del país que visitan buscan en su paquete turístico descubrir nuevas sensaciones en la mesa como una manifestación cultural más.

Nuestro país es rico en patrimonio artístico y arquitectónico, sol playa y gastronomía, por ello es cada vez más habitual encontrar personas que nos visitan con la intención de vivir experiencias en la mesa: comida y vino.

La gastronomía, antropológicamente hablando forma parte de nuestro patrimonio cultural tangible e intangible, socializa y crea un ambiente de comunicación que perdura más allá de la mesa. A través de ella se transmiten nuestros ritos, hábitos y costumbres.

Las relaciones Públicas juegan un papel fundamental en la promoción del turismo de un país y de la difusión del territorio que lleva intrínseco el importante componente gastronómico.

En definitiva la marca territorio es un generador de promoción y comunicación de un país, una ciudad y su cultura.

La dinamización del territorio se consigue construyendo una marca sólida del mismo y proyectándola al exterior a través de una estrategia de comunicación donde se tendrán en cuenta los elementos antropológicos, históricos, políticos y de idiosincrasia.

Por otra parte Internet y las redes sociales han contribuido a difundir de forma rápida el territorio, ya sea en conjunto como país o de una o varias ciudades que formen parte de las rutas turístico-gastronómicas.

Caso de análisis: ¿Cómo influye filosofía *slow* en la elección de un destino turístico?

Palabras clave: Comunicación – Relaciones Públicas – *Slow* (lento) – Gastronomía – Marca ciudad – Marca país – Turismo

DINÁMICAS DE IDENTIDAD EN LA EDUCACIÓN INTERCULTURAL

AUTORA

Morelva Leal Jerez
Universidad del Zulia (Venezuela)
morelvaleal@gmail.com

En esta ponencia se analizan las dinámicas de construcción de identidades en la educación intercultural bilingüe a partir del acercamiento etnográfico a dos escuelas de la ciudad de Maracaibo (Venezuela), en la que confluye importante migración de indígenas pertenecientes a los pueblos wayúu y añú.

Bajo los aportes teóricos de García Canclini (2005); Dietz (2002, 2011) y García (2002) se concluye en procesos de re-creación de las identidades en los relatos biográficos de los maestros y en el surgimiento de nuevos etnocentrismos en los que predominan los discursos acerca de la conservación de las culturas indígenas conduciendo a la esencialización y folklorización de las mismas, dificultando el diálogo intercultural y convirtiéndolo en una simulación.

Asimismo se observa la persistencia de la discriminación étnica en coexistencia con un discurso de interculturalidad.

Palabras clave: Educación - Interculturalidad - Identidad

LAS HADAS Y LAS BRUJAS. EL PODER DE LOS MITOS Y LA (DE)CONSTRUCCIÓN DEL PERSONAJE FEMENINO EN EL CÓMIC

AUTORA

Elvira Luengo Gascón
Universidad de Zaragoza (España)
eluengo1@unizar.es

La bruja y sus múltiples representaciones aparecen como un arquetipo de nuestra cultura (literatura, pintura, ballet) porque estuvo antes viva. Representada como ser sospechoso, perseguido, experta en encantamientos y fórmulas mágicas, tiene la función de instauración del mito (Eliade, 2000). Su permanencia en nuestras conciencias le confiere existencia y perennidad; en nuestras noches nos asusta, seduce y divierte. Responde al horizonte de la espera (Jauss, 2000) y se define por el miedo social.

La vuelta del mito y de nuestras tradiciones orales, nos lleva a su proceso de mutación irreversible y su universo simbólico aborda tres ámbitos de nuestra actualidad: el psicoanálisis, el feminismo y la publicidad.

A través del cómic (Altarriba, 1983) para niños y niñas, en *Brujeando ¡Se acabó la magia!*, (Valero y Guarnido, 2008) se representan tres mundos: las brujas, las hadas y los humanos, desde una perspectiva femenina que muestra unos personajes que se deslizan de la realidad al imaginario con la fuerza de los símbolos que los caracterizan tomando la revancha para exorcizar la misoginia subyacente en estos relatos. Transformada en personaje caricatural, con la máscara del teatro, la bruja se ha convertido en personaje fanteche, para reír (Gaborit, 1988). Las máscaras de las brujas simulan con humor o agresividad los intersticios del discurso social.

Así, para reencontrar el mito inicial en la literatura destinada a los niños se analiza, más allá de las imágenes, el significado profundo del texto del álbum y los orígenes y evolución (Caro Baroja, 1961) del mito de la bruja.

Palabras clave: Brujas – Hadas – Cómic – (De)construcción del mito – Literatura juvenil

FILOSOFÍA Y SOCIEDAD CIVIL: DIÁLOGOS ENTRE HEGEL Y JACQUES DERRIDA

AUTOR

Carlos Jesús Molina Ricaurte

Universidad Cooperativa de Colombia en Villavicencio (Colombia)

carlos.molinar@ucc.edu.co

De acuerdo con la definición utilizada por la Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) en un reporte presentado en el 2011, la sociedad civil se configura como un espacio social distinto al gubernamental, al empresarial y al familiar, donde los individuos, de forma voluntaria, se hacen cargo de actividades en torno a intereses, objetivos y valores comunes. Los individuos se reúnen alrededor de una variedad de organizaciones e instituciones sin ánimo de lucro orientadas hacia el bien común, que no pueden considerarse exclusivamente de naturaleza pública o privada. Es más que la mera suma de individuos por separado.

Para el filósofo alemán, del siglo XIX, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, la sociedad civil constituye una de las formas de vida ética o vida en común, situada entre la familia y el Estado, conlleva la *eticidad perdida en sus extremos*, pues se contraponen los intereses particulares de los individuos a los intereses de la colectividad.

En la presente *comunicación*se intentará dar respuesta al problema que acusa la libertad del individuo y su existencia social. Con miras a ese objetivo se tomarán varios y distintos aportes del filósofo francés Jacques Derrida en torno a la hospitalidad, la justicia y la ética que, como veremos, encuentran cierta convergencia con el tema de la sociedad civil expuesto por Hegel. De ahí sigue un diálogo entre ambos autores.

Lo que se enmarca, en un primer momento, dentro del Idealismo alemán del siglo XIX, lo traemos al debate contemporáneo, y más que transponer o actualizar un pensamiento que todavía mantiene una cierta relevancia se pretende articular una serie de nociones que sugieren cambios importantes en la política, el derecho y la ética, y se explican a partir del cambio en y a través de la racionalidad en Occidente. Por tanto, reviste la mayor importancia traer un tema como la sociedad civil y contextualizarlo frente a los principales problemas que conocemos hoy, como el crecimiento de las desigualdades, la degradación moral de los individuos y el deterioro medio-ambiental, que aquejan a toda la humanidad, en una lucha en la que no cejan los Estados, pero en la que tampoco se vislumbran posibles soluciones.

El despliegue conceptual y material de la sociedad civil muestra la necesidad de una instancia superior. Inicialmente se pensó en el Estado, sin embargo, hoy los Estados enfrentan su propia insuficiencia, tampoco se dice cuál, lo que sí es que se precisa otra mediación, partiendo del nuevo escenario de una sociedad civil global.

La filosofía de la sociedad civil sugiere una alternativa a las filosofías centradas en el sujeto y, por ende, a las filosofías basadas en la sustancialidad del Estado. La versión levinasiana-derrideana de una ética de la apertura a la alteridad se identifica con la filosofía hegeliana de la sociedad civil, incluso, con la autoconcepción de una filosofía de la sociedad civil. Es, finalmente, la ética la que muestra el camino a la política y a la filosofía.

Palabras clave: Derrida – Filosofía – Hegel – Sociedad civil

PROGRAMA DE CULTURA DE PAZ PARA LA PREVENCIÓN DE LA VIOLENCIA ESTUDIANTIL

AUTORA

Marilyn Del Carmen Morales Morillo

Universidad Rafael Bellosó Chacín de Maracaibo (Venezuela)

marilyncmoralesm2010@hotmail.com

Partiendo del papel de la educación y la interacción social en la interpretación de los valores así como del ambiente de impunidad ante la violencia estudiantil en las instituciones educativas, se planteó un investigación cuyo objetivo fue diseñar un programa de cultura de paz para la prevención de la violencia estudiantil para la Escuela Técnica de Comercio y Servicios Administrativos “Francisco José Duarte, una institución que emblemáticamente ha sido calificada como semillero de actos violentos.

Para tal fin se revisaron los planteamientos teóricos de Arroyo, B. (2009), Arellano, N. (2007), Barrientos, N. (2007), Cabezas, C. (2008), Esté, A. (2004) y Esté, A. (2010), sobre la violencia estudiantil y la cultura de paz como mecanismo para prevenirla. En el aspecto metodológico la misma investigación está enmarcada en el enfoque Socio- historicista y fue tipificada como un estudio cualitativo fenomenológico que responde a un diseño transeccional contemporáneo, aplicado en docente, directivo, orientadores, especialistas de cultura de paz y estudiantes participantes en hechos violentos, quienes respondieron a una Entrevista en Profundidad no Estructurada.

Los datos fueron categorizados mediante la revisión de los discursos y relatos grabados, lo que permitió reflexionar acerca de las experiencias de los participantes. Además, se utilizó la triangulación de datos para visualizar y analizar cada una de las representaciones inherentes a los informantes claves en cuanto a las categorías y subcategorías surgidas. Los resultados de las entrevistas dejaron de manifestar la necesidad de implementar un programa que involucrara a los estudiantes, representantes y docentes, para fomentar en ellos la cultura de paz. Así se diseñó el Programa de Cultura de Paz para la Prevención de la Violencia Estudiantil (PAZPREVE), el cual consta de cuatro módulos fundamentales: (1) Cultura de paz para todos, (2) Métodos pacíficos de solución de conflictos, (3) Constelaciones familiares y (4) Pedagogía sistémica. El primero de los módulos es introductorio y el resto son la base para el desarrollo de una cátedra permanente de cultura de paz.

La propuesta se fundamentó desde el punto de vista psicológico, pedagógico y sociológico en las constelaciones familiares, la pedagogía sistémica, hebegogía (pedagogía del adolescente) la formación en valores y los métodos pacíficos de la solución de conflictos como herramientas holísticas para promover cambios en la interacción social de los estudiantes en su contexto familiar, comunitario e institucional así como el desarrollo de capacidades personales útiles para el resto de su vida. Las estrategias pedagógicas están dirigidas a promocionar la paz como un valor de convivencia, como eje de la formación humanizadora y civilizadora de los estudiantes, y como un pilar para consolidar la integración entre los miembros de la comunidad educativa.

A través del Programa se busca que el estudiante se ame a sí mismo y a su familia, reconozca su rol dentro del sistema social, se comunique con los demás en una interacción positiva y sobre todo que se convierta en un promotor de la paz en su hogar, escuela y comunidad.

Palabras clave: Cultura de Paz – Prevención – Violencia Estudiantil

EL CANTO DEL RAMO EN VALDEBECEDAS (ÁVILA, ESPAÑA): UNA TRADICIÓN POPULAR EN TRANCE POR LA DESPOBLACIÓN RURAL

AUTOR

Jesús Moreno Arriba

U. Nacional de Educación a Distancia de Madrid (España)

jmorenoarriba@hotmail.com

En estos primeros tres lustros del siglo XXI, en un contexto mundial cada vez más globalizado, uno de los más claros exponentes de la *identidad* como colectivo humano y el *ritual* festivo étnico por excelencia de las comunidades de “Valdebecedas” (Gómez Blázquez, 2001: *pássim*), pequeño valle campesino en el suroeste de la provincia de Ávila (España), continúa representado por la *tradición* votiva de carácter religioso popular del Canto del Ramo. Por ello, este trabajo aporta algunos datos acerca de las raíces de la idiosincrasia geográfica, social y cultural de Valdebecedas, que fructifican en el mítico árbol del ramo.

En el Canto del Ramo coinciden: el árbol totémico, la vestidura o traje típico del ancestro, el patronazgo indicativo del primer origen, los exponentes culturales de la poesía y música auténticamente autóctona, la capacidad de convocatoria popular y el camino singular hacia lo trascendente y divino. Más todavía. En algunos momentos este ramo se ha convertido en plegaria comunitaria con el significativo nombre de *gozos*, *triduos* o *novenas*, la definición más exquisita de lo propio (Sendín, 1994:10).

Lo anterior, junto al intento de tratar de buscar la salvaguarda de este inmemorial *ritual identitario* a través de la difusión de su problemática actual en acreditados medios académicos de divulgación científica, ya sería suficiente argumento para el desarrollo de esta investigación. No obstante, además, en estos tiempos marcadamente homogeneizantes, el Canto del Ramo podría reafirmarse como el *rito étnico* que haga pervivir la identidad de las comunidades valdebecedeñas, puesto que los cantos del ramo sintetizan la descripción del marco territorial y sociocultural local; y, a la vez, “las producciones literarias o el espíritu hecho música y poesía” (Sendín, 1994:11).

Sin embargo, como demuestran los primeros avances de este trabajo de investigación, aún en curso, y como trata de advertir la presente comunicación, este inestimable *patrimonio* etnológico, así como el núcleo aglutinador de la *conciencia colectiva* comarcal de las gentes de los pueblos de Valdebecedas, se encuentra actualmente en trance de abandono y desaparición ante la virulencia del proceso de *despoblación rural* que desde hace décadas afecta a este territorio montañoso, situado en la encrucijada de caminos de las Sierras de Gredos (Ávila) y Béjar/Candelario (Salamanca).

Así, el fenómeno migratorio conocido como *éxodo rural* ha originado una profunda *crisis demográfica* que desde hace décadas azota a las *áreas de montaña* españolas interiores, caso de Valdebecedas, cuenca hidrográfica geográficamente integrada en la comarca de El Barco (Ávila). Este proceso demográfico ha provocado graves efectos desestructurados en la base poblacional, especialmente en cuanto a la edad, y ha dejado a esta zona serrana castellana al borde del *despoblamiento*. Esta *crisis de despoblación* se continúa hoy transformada en una crisis de fuerte *envejecimiento* y alarmante *agotamiento demográfico*. En consecuencia, este, aparentemente, irreversible proceso de despoblación parece conducir, irremediabilmente, a la práctica extinción a medio plazo de las comunidades de Valdebecedas, y con ellas al inexorable olvido de sus *costumbres populares* más ancestrales.

Palabras clave: Valdebecedas - Canto del Ramo - Tradición popular - Áreas de montaña - Despoblación rural

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA Y SIMBÓLICA DEL CONFLICTO EN EL MITO WAYUU

AUTORA

Vivian Rodríguez Uranga

Universidad del Zulia (Venezuela)

vivianuranga@gmail.com

El conflicto ha marcado durante décadas la dinámica cultural del wayuu instituyendo el rito de la negociación como “práctica” en la resolución de conflictos. Esta investigación se propone abordar la construcción de la noción de conflicto en el mito wayuu “Ala’Ala y Juyá” desde la encrucijada de dos aproximaciones teórico-metodológicas: la antropolingüística, el análisis del discurso desde el modelo semántico pragmático (MOLERO, 1985-2003) y la antropología de lo simbólico, desde El Método de Edgar Morin (1998-2003) y las nociones de lo simbólico de Dan Sperber (1988), Paul Ricoeur (1975-2006), Gilbert Durand (1968-1999) como fundamentos de nuestro aporte: un “Modelo Sistémico para el Análisis Simbólico del Mito”.

Se concluye que este modelo sistémico propuesto amplia y enriquece la perspectiva antropolingüística y antroposimbólica; y que el mito como un bucle generativo productor de metalenguajes y de conocimientos representa en el texto de la cultura, la posibilidad; desde sus enseñanzas, de manejar los conflictos y mantener el equilibrio social.

Palabras clave: Mito wayuu - Discurso mítico – Discurso y conflicto – Simbolismo y discurso – Análisis del discurso

UNA APROXIMACIÓN AL CONCEPTO “*HALAL*” EN NUESTRO TIEMPO. LECTURAS DESDE LA BIOÉTICA Y EL DIÁLOGO INTERCULTURAL

AUTORA

Encarnación Ruiz Callejón

U. de Granada (España)

ruizencarnacion@ugr.es

Esta comunicación tiene como objetivo general contribuir al debate académico sobre el concepto de lo *halal*.

Hasta ahora, la inmensa mayoría de los debates públicos sobre el mundo árabo-islámico han venido centrándose en temas muy concretos y han estado muy focalizados. Sin embargo, hoy está cobrando protagonismo en Occidente el interés por el concepto “halal”. El concepto, que indica lo permitido para el musulmán, evidentemente no es en absoluto nuevo. De hecho, es un vector central, por no decir básico y fundamental, en la vida y sobre todo en la identidad del musulmán. No se entiende además sin su contrapartida: lo que está prohibido (*haram*). Pero con ambas caracterizaciones decimos en realidad aún poco, especialmente si queremos contextualizar ambos conceptos en el mundo de hoy.

Necesitamos explicitar –incluso en el ámbito islámico– qué sea lo permitido, de qué presupuestos se parte y a qué ámbitos de aplicación nos estamos refiriendo. Por otra parte, el concepto *halal* solemos entenderlo en el ámbito occidental asociado a la existencia de ciertas prescripciones alimentarias y a modos específicos del sacrificio de animales para el consumo humano propias de una comunidad religiosa concreta. Y es precisamente en relación a esta cuestión alimentaria por lo que el término *halal* está generando un gran interés en el mundo occidental, en concreto por las posibilidades de mercado y de innovación que supone un mundo de más de 1.500 millones de clientes y además en aumento, según las previsiones.

El objetivo de este trabajo es contribuir a la clarificación del concepto *halal* para dilucidar sus ámbitos de aplicación y sus implicaciones más importantes. Por ejemplo: si se reduce a un perfil religioso o identitario; si tiene solo un componente ritual; si sus ámbitos de aplicación son compatibles entre sí; si es un indicador de islamización; si es un ejemplo de la existencia de sociedades cada vez más complejas y plurales y, en ese sentido, tiene que ser integrado en relación al respeto y a la gestión de la diversidad; si apunta a valores transculturales, a ideales como la salud, la seguridad y el bienestar; si se trata de un estilo más de vida relacionado además con principios y problemas fundamentales de la bioética del siglo XXI.

Desde el punto de vista metodológico, el enfoque utilizado es el del análisis crítico y reflexivo de la literatura específica al respecto con el objeto de llevar a cabo una aproximación al concepto en nuestro tiempo. Para ello, he dividido la intervención en tres bloques: el primero pretende caracterizar el concepto *halal* y abordar los distintos ámbitos de aplicación y sus implicaciones; en el segundo, abordo desde la reflexión de la bioética algunas de sus problemáticas y, finalmente, los retos pendientes.

Palabras clave: *Halal* – *Haram* – Islam globalizado – Bioética – Diálogo entre culturas

DE ANIMAL RACIONAL A ANIMAL SENTIMENTAL: O CONTRIBUTO DAS NEUROCIÊNCIAS PARA UMA REDEFINIÇÃO DO HUMANO

AUTORA

Ana Leonor Serra Morais dos Santos

Universidade da Beira Interior e LabCom.IFP em Covilhã (Portugal)

moraissantos.ana@gmail.com

Na resposta à pergunta pelo Homem, as emoções foram tradicionalmente pensadas, no mundo ocidental, segundo os registos ou de antagonismo ou de submissão relativamente à superior faculdade da razão. Sob a égide da *ataraxia*, com os estóicos, da *razão pura*, com Kant, e de outras versões de cada uma destas figuras, a história do pensamento mostra maioritariamente a tentativa de desprendimento do corpo e o combate às paixões como forma de elevação antropológica. O conceito de *animal racional* é paradigmático desta conceptualização. Ora, fazendo uso dos princípios epistemológicos da interdisciplinaridade e da *integração vertical* (respeitante à obrigatoriedade de coerência interdisciplinar e à necessidade de justificar eventuais incompatibilidades), consideramos que devemos atender à inclusão das emoções e dos sentimentos na prática e no discurso científico, que teve uma maior expressividade a partir da última década do século XX, para, desse modo, aferirmos da sustentabilidade da ideia de animal racional.

Na verdade, a referida inclusão, pela qual António Damásio foi um dos principais responsáveis, culminou numa rejeição do dualismo antropológico, por via da intersecção entre emoções, sentimentos e razão. Assim, partindo da hipótese de que o elemento estruturante do humano são os sentimentos, o nosso objectivo é sustentar a tese de que o Homem pode ser definido como *animal sentimental*, encontrando-se nessa expressão uma circunscrição antropológicamente adequada.

O enquadramento teórico da nossa reflexão terá por base a investigação neurocientífica, particularmente o trabalho desenvolvido por Damásio, cuja teorização acerca das emoções e dos sentimentos, bem como o mais recente trabalho acerca da consciência, será objecto de análise. Por um lado, trabalharemos a ideia de que os sentimentos estão no limiar que separa o ser do conhecer; por outro, e em articulação com o referido, analisaremos a relação entre os sentimentos e a consciência.

O nosso intuito não é, como se compreenderá, reduzir o humano à neurobiologia. Simplesmente, acompanhamos Kathinka Evers na consideração de que as neurociências nos permitem compreender melhor “quem somos” e “como funcionamos”, e pretendemos destacar que o *homem neuronal* (expressão que dá título a uma obra do importante neurocientista francês Jean-Pierre Changeux, também ele impulsor da interdisciplinaridade) não coincide com o homem racional, principalmente se pensarmos a racionalidade apartada das emoções e dos sentimentos.

Palavras-chave: Consciência – Emoções – Neurociências – Racionalidade – Sentimentos

LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FAMILIA: RETOS PARA LA INTEGRACIÓN

AUTORES

José Francisco Serrano Oceja y María Solano Altaba

Universidad CEU San Pablo (España)

pserrano@ceu.es y msolano@ceu.es

El desarrollo masivo de los medios de comunicación en la última parte del siglo XX y en el siglo XXI ha supuesto un significativo cambio en la manera en la que se consume el producto emanado por los medios de comunicación en los entornos familiares. Las consecuencias de estas transformaciones se perciben en aspectos relacionados con la forma de vinculación entre los miembros de la unidad familiar y el proceso socializador connatural a esta célula primigenia.

Se hace necesaria una aproximación multidisciplinar al estudio pormenorizado de los cambios que está suponiendo la comunicación para comprender cómo afectan a la persona desde el punto de vista antropológico. El presente trabajo reflexiona sobre esas transformaciones y plantea los conflictos más habituales en el fenómeno integrador de los medios en el entorno familiar.

Al mismo tiempo, las familias también necesitan llevar a cabo esa reflexión para comprender el nuevo ecosistema de medios de comunicación en el que se desarrollan ellos y sus hijos. En este sentido, ahondamos en la cuestión de la brecha generacional que se está produciendo por la diferenciación entre los nacidos en la era digital y los que proceden de formatos de comunicación analógicos.

En ese proceso de análisis, las familias tienen que asimilar cómo se produce el nuevo fenómeno comunicativo y que respuestas van a proporcionar a las situaciones que se generan en el entorno familiar provocadas, entre otras razones, por el entorno multipantalla y multitarea que ha modificado la forma en la que se llevan a cabo los procesos cognitivos.

Planteamos una batería de cuestiones de relevancia que tener en cuenta para entender la transformación que se está experimentando y, al mismo tiempo, una serie de propuestas de actuación en el seno familiar.

Palabras clave: Medios de comunicación – Familia – Socialización – TIC – Paradigma relacional

BIOÉTICA Y EDUCACIÓN: NUEVOS CAMINOS, NUEVAS PERSPECTIVAS

AUTORA

Lina M^a Tomás Pastor

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

ltomas@ucam.edu

La Bioética ha tenido, desde su origen, muy claro su sentido y su misión. La defensa y el respeto por la vida ha constituido su razón de ser, y gracias a ella se han abierto debates, dudas y dilemas donde todo aparecía con la claridad meridiana que pueden proporcionar los adelantos de la ciencia y el progreso. La perspectiva personalista ha tratado de dotar de un fundamento ontológico y antropológico –en nuestra opinión con bastante éxito– a los principios de la Bioética en torno a la vida humana y ha sido fundamentalmente el campo de la medicina, de las Ciencias de la salud y de la investigación biomédica los que se han asociado a ella de forma más directa.

Sin embargo, la expansión de la Bioética como rama de conocimiento y la interdisciplinariedad actual, ha acrecentado el interés de otras disciplinas por ella, como es el caso de la Educación. No es difícil relacionar la educación con la vida humana. De hecho, para que una persona pueda ser educada la primera condición es que posea vida. Tampoco es difícil establecer una relación entre la educación y la Ética, pues siempre educamos con una orientación determinada, un perfeccionamiento; la educación va encaminada hacia no tanto lo que la persona *es*, sino lo que *debe llegar a ser*.

Pero no es tan sencillo establecer una correlación entre educación y Bioética, precisamente por los lazos de unión que, durante décadas, ha presentado y presenta la Bioética –con pleno derecho– con el comienzo y el fin de la vida humana, la dignidad de la persona y los límites de la investigación.

La interdisciplinariedad antes mencionada está demandando la apertura de nuevos caminos y nuevas perspectivas de la Bioética. En nuestra ponencia presentaremos estas nuevas perspectivas de conexión entre la Bioética y el ámbito educativo y por qué es necesario que todo el conocimiento que la Bioética ha ido adquiriendo en estos años impregne y enriquezca también un campo tan necesitado de luz y de aclaraciones como es la educación hoy.

Indicamos unos temas que, debidamente justificados desde una perspectiva personalista, pueden establecer esta conexión entre la Bioética y la educación. Por ejemplo la educación afectivo-sexual de los niños y adolescentes; el papel protagonista del padre –y no solo de la madre– en la educación de los hijos y por qué; el grave problema de la pornografía infantil; estrés y violencia en los niños; la estimulación temprana en la etapa prenatal, estudios e investigaciones; el excesivo proteccionismo infantil y sus consecuencias; los niños únicos en las familias y consecuencias; la importancia de las raíces familiares y el sentido de pertenencia a una familia; ideología de género; la autoestima; la educación de la resiliencia...

Son nuevas perspectivas que abrirán nuevos cauces hacia la defensa del derecho a vivir, a vivir la vida y una vida plenamente humana.

Palabras clave: Bioética – Educación – Perspectiva personalista – Interdisciplinariedad – Vida humana

ETNOMUSICOTERAPIA Y COMUNICACIÓN. UN PLAN DE FORMACIÓN PARA PROFESIONALES DEL CAMPO DE SALUD MENTAL

AUTORA

Rosa María Torres Valdés
 Universidad de Alicante (España)
rosa.torres@ua.es

La musicoterapia es una denominación de las llamadas “arte terapias” en la que se extraen y se aprovechan las cualidades terapéuticas de la música para aplicarlas en enfermos de muy diferentes casuísticas. Por una parte, desde una perspectiva neurobiológica, la música es un fenómeno complejo, pero de gran interés por sus aplicaciones en intervención terapéutica, psico-socio-cultural y educativa. Por otra parte, la experiencia musical tiene un fuerte impacto sobre las emociones, y la evidencia empírica demuestra que las emociones condicionan el desarrollo de la motivación y de las conductas. Precisamente incidir en estos dos elementos a través de las vivencias musicales del paciente, es uno de los fines de la musicoterapia, una de cuyas bases fundamentales, de acuerdo con Grebe (1977) “reside en la adecuada comunicación entre terapeuta y paciente y ésta a su vez depende en gran medida de la ubicación de las preferencias musicales e Identidad Sonora del paciente” (ISO).

La antropología cultural desempeña un papel importante en esta cuestión y por ello se propone una definición de etnomusicoterapia como parte de la arte terapia musical, basada en la incorporación de sonidos de la naturaleza, así como de aquellos sonidos musicales propios de una etnia que forman parte de la identidad cultural de paciente.

A partir de estas premisas y ante la necesidad expresada por el Centro de Salud Mental Dr. Esquerdo, de San Juan de Alicante, de diseñar un plan ad-hoc que dé forma y sustentación a lo que de modo intuitivo se venía haciendo, por una parte, y por otra, teniendo en cuenta la complejidad de los procesos comunicativos entre pacientes y personal de salud mental englobados en psiquiatras, enfermeros, químicos y técnicos auxiliares, se considera importante plantear una acción formativa diseñada desde una perspectiva etnomusicológica y antropológica unida a la neurobiológica anteriormente mencionada.

El trabajo presenta una experiencia piloto de 21 horas lectivas, trabajando tanto con los profesionales de salud como con los pacientes, atendiendo a todas las normas éticas de respeto a la intimidad del paciente psiquiátrico. Esta investigación acción arrojó resultados interesantes de aplicación de la etnomusicoterapia como herramienta facilitadora de comunicación entre pacientes y personal sanitario. Se produjeron cambios positivos apreciables y no esperados, en pacientes, tras la intervención. Por su parte los profesionales admiten que los aprendizajes han sido útiles para desarrollar trabajo en equipo así como para su propia vida personal. Estos hallazgos hacen pensar en la posibilidad de extrapolar la etnomusicoterapia más allá del ámbito de la relación terapeuta - paciente, aplicando y adaptando esta metodología a actividades de formación en organizaciones empresariales, entidades educativas en las que se dan conflictos de comunicación – relación intercultural e incluso a la organización de eventos experienciales.

Palabras clave: Etnomusicoterapia – Salud Mental – Comunicación – Formación – Identidad Sonora

LA TECNOLOGÍA COMO UN IDEAL MORAL PARA EL INDIVIDUO

AUTORA

Laura Trujillo Liñán

Universidad Panamericana (México)

ltruji@up.edu.mx

En la actualidad, el hombre vive en un mundo desencantado en el que rechaza todo aquello que implique un vínculo de compromiso y responsabilidad: los valores, la ética. Esto es debido a una aparente falta de coherencia en las instituciones a través de la historia que nos han llevado a dejar de creer en lo impuesto por otros, sin embargo nuestra tendencia a la búsqueda de la verdad parece llevarnos a crear nuestra religión personalizada, código de ética y valores.

Antes de la realidad, la única base segura para el hombre es el hombre mismo. Es por ello que se preocupa más por sí mismo que por el mundo, sus ciudades, sus comunidades y sus instituciones. Esta acción ha sido tomada como una ventaja por los medios de promover una mayor separación entre el hombre y el mundo pues le incita a crear nuevas aldeas globales virtuales donde es el personaje principal. Una vez que el hombre entra en el campo de los medios, él comienza a absorber los valores detrás de los medios de comunicación, aislándolo de sus compañeros y el diálogo. Esos medios de comunicación, han sido desarrollados por una ideología definida capaz de manipular los individuos a sus propios intereses.

Entonces el hombre se comporta y piensa de acuerdo a los medios de comunicación, aunque sea contrario a la naturaleza del hombre. Una consecuencia natural es que sin darse cuenta, el hombre vive en su propio mundo personalizado enmarcado por los medios de comunicación se mueve a sí mismo como más individual y menos social, a actuar más como una máquina y menos como un hombre, sin la creatividad y la reflexión. De esta manera, el hombre pierde su libertad, sin pensar o actuar por sí mismo, sino por la ideología de los medios. Él no es libre más, pues ahora, por la influencia de los medios de comunicación, está siendo destruido en su humanidad poco a poco.

A través de la teoría de Charles Taylor sobre el malestar de la modernidad, Neil Postman y Marshall McLuhan acerca del condicionamiento tecnológico pretendo defender en este trabajo la teoría de que los medios de comunicación separan al hombre del mundo para convertirlo en un marioneta de la sociedad tecnológica.

Palabras clave: Medios – Individuo – Valores – Ética – McLuhan – Postman

BIOÉTICA COMO MARCO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN HOSPITALES PÚBLICOS

AUTORES

Esther Sofía Urdaneta y José Vicente Villalobos Antúnez

U. Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana en Maracaibo
(Venezuela)

eurdaneta02@gmail.com y jvillalobos@fec.luz.edu.ve

El propósito del estudio consistió en describir la Bioética como marco de la Responsabilidad Social en Hospitales Públicos. En una tendencia de un mundo cambiante y complejo las organizaciones, y específicamente los hospitales como instituciones fundamentales dentro del sistema de salud, deben promover en su interior conductas que permitan brindar atención digna, segura y humanizada, buscando siempre la máxima aspiración del bien común, mediante el respeto a todos los involucrados: individuos, familia y comunidad.

El estudio es explicativo, de campo, con diseño no experimental y transeccional. La población estuvo conformada por 30 supervisores de enfermería de los 3 hospitales estudiados. Para la recolección de la información se diseñó un cuestionario tipo Likert, se realizó la validación de contenido a través del juicio de expertos, tanto de metodología como especialistas en el tema. La confiabilidad estuvo dada por el coeficiente de Alfa de Cronbach de 0.96. Una vez obtenida la información se codificaron los datos y se realizó el análisis e interpretación a través de estadística inferencial.

Entre los resultados destaca: el principio No-maleficencia se ponderó alto, por encima de los principios Autonomía, Beneficencia y Justicia, que a su vez resultaron moderadamente alto, sin diferencias estadísticamente entre sí. En relación a Derechos del paciente, Asistencia Digna, Atención Sanitaria sin Discriminación, y Libertad de elección, fueron considerados altos por la población estudiada.

En segundo lugar se encuentra Derecho a la Confidencialidad, Derecho a la Información clara y completa, que obtuvieron una puntuación moderadamente baja. El nivel bajo corresponde a Atención sanitaria de calidad. Entre los instrumentos con orientación bioética el Consentimiento informado es ponderado alto, sobre Comités de bioética, considerado bajo. Realizando la comparación de los Dilemas bioéticos, el indicador Aborto es considerado por encima de Muerte cerebral.

El tercer lugar lo ocupa Distanasia, que resultó por encima de Eutanasia, cuya ponderación es baja. El indicador Dimensión interna es ponderado alta sobre Dimensión externa. En relación a la dimensión externa se pondera mayormente a los socios comerciales que al paciente y las comunidades locales.

No existen diferencias entre los componentes Ético, Legal, Económico y Filantrópico, no obstante en relación al componente Económico la buena imagen de la institución se prioriza sobre el capital social. Estos resultados propiciaron el diseño de un modelo de gestión para los hospitales públicos.

Palabras Clave: Bioética - Responsabilidad social - Hospitales públicos

EL CARTODIAGRAMA DE PARENTESCO COMO HERRAMIENTA PARA LA INVESTIGACIÓN ANTROPOLÓGICA

AUTORA

Jacqueline Vílchez Faría
Universidad del Zulia (Venezuela)
Jacque8@gmail.com

Desde los inicios de la disciplina antropológica, el diagrama de parentesco se impuso como herramienta gráfica para expresar, de manera abstracta, los fenómenos observados en los sistemas humanos y relacionados con las formas de organización parental. Más que representación de los hechos comunes, constituyen modelos, abstracciones, representaciones formalizadas en las que se quiere mostrar la lógica de las estructuras observadas por los etnógrafos (FOX, 1972: 10-11). Para tal fin; han sido útiles y eficaces herramientas; sin embargo, y dado su carácter representacional-modelar, la cantidad de datos que pueden ser registrados es reducida.

En el marco de nuestra propuesta, consideramos posible presentar los datos de manera que estos favorezcan una lectura densa, estructural o sistémica en la que varias dimensiones de la vida social puedan ser analizadas en su interconexión. Se trata de representar en un mismo plano una ingente cantidad de información referida a los ámbitos biológico, histórico, genealógico-parental y, en suma, sociocultural. El trabajo sistemático durante un lapso prolongado sobre los datos genealógicos nos condujo a múltiples reflexiones y propuestas, Una de ellas se centró en la elaboración de una “cartografía genealógica” o una “cartografía del parentesco”, una representación de los diagramas de genealogía y parentesco que, a través del vaciado y la yuxtaposición de datos de carácter cultural y sociohistórico, condensasen gran cantidad de información con miras a procurar una lectura “densa” de la sociedad en cuestión.

Pretendemos proponer, con ello, una **cartografía social y de parentesco** que nos facilite la comprensión de los complejos fenómenos sociohistóricos de una pequeña sociedad facilitando la exposición de las reiteraciones, repeticiones o recurrencias que nos permitieran reconocer la presencia de regularidades, formas o estructuras. Sugerimos que este propósito cartográfico puede ser denominado CARTODIAGRAMA DE PARENTESCO y pueda ser desarrollado a través de la minuciosa elaboración de un cuadro de leyendas pormenorizado que facilite el vaciado de toda la información disponible, procedente de distintas fuentes y relativa a los más diversos aspectos de la vida social,

Palabras Clave: Cartodiagrama de parentesco – Parentesco y genealogía – Parentesco y familia – Investigación antropológica – Herramientas etnográficas



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

CIENCIAS
HUMANAS 2:
Filosofía de la
ciencia

A GESTÃO DAS ORGANIZAÇÕES E A NEUROCIÊNCIA: ANÁLISE DE ALGUMAS CONTRIBUIÇÕES

AUTORAS

Alva Benfica da Silva e Iris Barbosa Goulart
Centro Universitário UNA em Belo Horizonte (Brasil)
alvabenfica@gmail.com e irisbgoulart@gmail.com

Este trabalho constitui um estudo que busca identificar contribuições da área da Neurociência para a Administração, na procura de uma visão diferenciada da gestão, que considere o ser humano capaz de construir a organização, de gerenciá-la através de seu pensamento e ação e, sobretudo, de trazer sua contribuição para uma sociedade melhor.

Busca explorar algumas descobertas da Neurociência que convergem para a Administração, especialmente na área de gestão de pessoas, destacando o papel do cérebro no comportamento e na natureza humanos, que podem proporcionar *insights* a um novo modelo de gestão, que priorize o potencial humano, a criatividade, o respeito pelas limitações humanas. Faz-se uma apresentação do conceito de Neurociência, cita-se estudos e pesquisas recentes relacionados ao funcionamento cerebral, à relação entre processos cerebrais e comportamento humano.

Aborda temas como ritmos circadianos, importância da respiração, do sono, do relaxamento, da meditação, das pausas e do ócio criativo, largamente pesquisados nos últimos anos pela Neurociência, na busca de entendimento do ser humano. A análise desses temas sugere a possibilidade de aproveitamento das conclusões dos estudiosos da Neurociência para otimizar procedimentos, com uma combinação de esforços de “cientistas” e “homens de negócios” para inovar a gestão organizacional.

Na trajetória metodológica, foi feito o levantamento da produção científica disponível em livros, periódicos e sites na internet, como Scielo, Capes, Google acadêmico na busca de consolidação do conteúdo abordado no referencial teórico.

Palabras clave: Gestão organizacional - Comportamento organizacional - Gestão de pessoas - Neurociência

A COMUNICAÇÃO NA INTERDISCIPLINARIDADE

AUTORA

Anabela Félix Mateus

Universidade da Beira Interior e FCT (Portugal)

anabela.mateus@netcabo.pt

As rápidas e profundas mudanças tecnológicas e económicas que hoje se verificam potenciam cada vez mais a tendência para epistemologia interdisciplinar que há muito se destaca.

Falar de interdisciplinaridade é falar de interação de disciplinas. Cada disciplina apresenta-se como uma propriedade intelectual única e que a diferencia e distingue de todas as outras. O discurso da interdisciplinaridade implica a busca de fundamentos em várias áreas de conhecimento para alcançar a complexidade do objeto. A interdisciplinaridade traduz-se numa abordagem metodológica que consiste na procura sistemática de integração das teorias, dos instrumentos e das fórmulas de ação científica de diferentes disciplinas, baseada numa conceção multidimensional e global dos fenómenos. Com a utilização desta metodologia o objeto de estudo é abordado de forma integral o que leva à motivação para a elaboração de novas perspetivas metodológicas para a resolução de problemas.

A importância da interdisciplinaridade, e sequente construção de redes de investigação interdisciplinares, surge com o próprio desenvolvimento científico-técnico que tem permitido e provocado o nascimento de variados ramos científicos. Essas novas abordagens passam a contemplar a pesquisa científica dos processos transnacionais. Um fator há a realçar: ciências distintas, discursos próprios. O efeito sinérgico que resulta da complementaridade ativa das várias ciências que se propõem a um mesmo objetivo só se obtém através da ação da comunicação, presente ao longo de todos esses processos. A necessidade de um esforço suplementar de cada uma das áreas, complementares, em ordem a uma comunicação eficaz e eficiente, impõem-se dentro de cada grupo de pesquisa, devido às características dos seus discursos técnicos e científicos, particulares a cada uma.

O presente trabalho pretende apresentar uma reflexão sobre as características do fator dinâmico que é a nova comunicação (conceito implícito à interdisciplinaridade), assaz recorrentemente técnica, e a imprescindível responsabilidade que detém na interligação entre os distintos campos da ciência que lhe são transversais, traduzindo a filosofia das áreas com que está comprometida enquanto estratégia implícita, com uma missão política que detém, nunca esquecendo a vocação primeira que a fundamenta: ser eficaz e eficiente perante os destinatários a quem serve.

Espera-se contribuir para o entendimento desta nova comunicação, implícita ao tipo de economia que regula as sociedades atuais, fundamental ao processo de interdisciplinaridade a que a generalidade das ciências recorre hoje com o intuito do seu desenvolvimento.

Palavras chave: Interdisciplinaridade - Metodologia de investigação - Redes de investigação - Complementaridade - Comunicação

VERDAD COMO COHERENCIA: UNA APROXIMACIÓN ENTRE JAMES Y DAVIDSON

AUTORA

Nairobi Margarita Fuenmayor Mendoza

U. del Zulia en Maracaibo (Venezuela)

naymfm@hotmail.com

James nos ofrece una forma de concebir la verdad que posee una gran riqueza de elementos, entre otros podemos mencionar: la verificación, el conservadurismo, la instrumentalización, la pluralidad, el humanismo o como guía de la experiencia. Se consideran básicos o pilares fundamentales de su doctrina de la verdad los siguientes: la verdad como proceso de verificación o verificación –como el propio James resalta– y la conservación de verdades pasadas o coherencia. Este trabajo está dedicado al estudio de este último elemento lo que permitió tener una idea más clara de la coherencia en James, al exponer las razones que condujeron a este autor a introducir este aspecto en su interpretación de la verdad y, también, su forma de concebirla, al hacer más notoria la importancia del concepto de actuación y su concepción instrumental de la verdad.

Ahora bien, este estudio se enfocará, principalmente, en comparar la coherencia como elemento de la verdad, tan importante en James, con una explicación más reciente sobre la coherencia aportada por Davidson, con la finalidad de mostrar hasta qué punto son coincidentes sus planteamientos al considerar que este último posee una orientación pragmatista en sus explicaciones sobre esta materia; y que ambos parecen concebir la coherencia como prueba de la verdad.

Se parte del concepto de *actuación* ofrecido por James que va a consistir en una íntima relación entre el proceso de verificación de nuestras ideas y la efectiva congruencia con las verdades pasadas, y al referirse a éste último aspecto nos dice que “la teoría debe mediar entre todas las verdades previas y determinadas experiencias nuevas” (James, 2002: 139).

En base a tal concepto se compara la posición coherentista de James con la Davidson en los siguientes aspectos: oposición a dualismos, conciliación de correspondencia y coherencia en relación con la verdad, coherencia como garantía de verdad, antifundacionalismo y ausencia de intermediarios epistémicos. Al final se muestra que al compartir James y Davidson algunos compromisos ontológicos y epistemológicos, como algunos de los mencionados, la coherencia está presentada como garantía o resguardo.

Palabras Clave: Verdad – Coherencia – Garantía – Actuación

FILOSOFÍA DE LA CIENCIA DEL DERECHO

AUTORA

Cristina Fuertes-Planas Aleix

Universidad Complutense de Madrid (España)

cfuertes@ucm.es

La filosofía de la ciencia tiene como objeto de investigación el conocimiento científico, es decir, cómo se conoce la ciencia, así como los problemas prácticos que pueden darse en la práctica científica, lo que se encuentra íntimamente relacionado con la teoría del conocimiento y con el método lo que, normalmente será acometido por parte de filósofos, aunque una buena parte de científicos, partiendo del pensamiento griego, se han interesado en este ámbito de conocimiento.

Si se puede predicar la existencia de una “ciencia del Derecho” que, tradicionalmente se denomina “dogmática jurídica”, también existirá una “filosofía de la ciencia del Derecho”, como así ha sido elaborada por eminentes iusfilósofos.

No se pueden ocultar los problemas inherentes a estos planteamientos por varios motivos: a) La negación del estatuto científico del Derecho (como señaló von Kirchmann: *tres palabras del legislador y bibliotecas enteras se convierten en papeles inútiles*), en cuanto el objeto de estudio, al igual que el de otras parcelas sociales y de humanidades, además de contingente y no cuantificable, es sumamente mutable; b) Las soluciones que utilizan los juristas para la resolución de problemas no encajan de modo exacto con una lógica formal, como lo hacen otro tipo de ciencias; c) El *esoterismo* de la ciencia del Derecho, es decir, su carácter misterioso, casi mágico, comprendido tan sólo por quienes se dedican a su estudio; d) Porque la ciencia del Derecho tampoco cuenta con un rigor metodológico como el de otros saberes científicos.

No obstante, se han elaborado multitud de aportaciones para tratar de dilucidar cómo tiene que ser el saber jurídico para considerarse científico, es decir, para saber si las afirmaciones que nos proporciona la ciencia del Derecho son o no verdaderas.

Todas las aportaciones realizadas por la filosofía de la ciencia, en cuanto investigación del conocimiento científico, ya sea observando la ciencia como un producto de la lógica y la razón (empirismo lógico y falsacionismo); como la reacción a tales postulados excesivamente “angostos” (historicismo, cultura); como otras más modernas (estructuralismo, semántica, naturalismo, sociologismo, realismo, etc.), para predicar la existencia de lo “realmente científico”, así como de los métodos adecuados aplicables, han sido trasladados, con mayor o menor acierto, al ámbito de la ciencia del Derecho.

Este título quiere responder al planteamiento de tales problemas, su recorrido histórico, marcando la diferencia entre el propio Derecho, que utiliza un lenguaje prescriptivo, y su ciencia -dogmática jurídica-, que es descriptiva, ya que señala cómo es la ciencia del Derecho pero, como ponen de relieve muchos juristas, también es prescriptiva, en cuanto intenta influir en las conductas.

Por otra parte, para los juristas -no así para los expertos en metodología externa al propio Derecho- lo más importante no es la catalogación o no del saber jurídico como un saber científico, que naturalmente dependerá de la misma concepción que tengamos de la ciencia, para atribuirle o no estatuto científico, sino poder llegar a comprender el funcionamiento, en cuanto a la posibilidad de conocimiento, de quienes se dedican -científicos o *jurisprudentes*- al estudio del Derecho.

Palabras clave: Ciencia del derecho - Filosofía de la ciencia - Jurisprudencia

ANÁLISIS EPISTEMOLÓGICO DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN AMÉRICA LATINA

AUTOR

David J. Luquetta Cediel

Universidad Autónoma del Caribe en Barranquilla (Colombia)

david.luqueta@uac.edu.co

El presente artículo tiene como objetivo exponer la inquietud que ha surgido en el ámbito de las ciencias sociales con base en la homogeneización de la globalización como objeto de proyectos investigativos. En general las ciencias sociales han ubicado en segundo plano al individuo como sujeto de estudio. En el proceso de comunicación o de interacción social se genera un intercambio de subjetividades y contenidos culturales donde se pone de manifiesto o materializan las interpretaciones, creaciones y re-creaciones del mundo que cada individuo genera en un territorio específico.

Es en estas relaciones donde adquieren valor las relaciones materiales, inmateriales, interpersonales y externas que establece el ser humano con su entorno, tanto cultural como medioambiental. Por esta razón se pretende reflexionar acerca de cómo la epistemología de las ciencias sociales se ha interesado por otros objetos y se invita a pensar en el retorno al individuo y la cultura como sujeto de investigaciones en ciencias sociales.

Palabras clave: Cultura - Epistemología de las ciencias sociales - Globalización – Individuo – Objeto o sujeto de estudio

LA TRADICIÓN CATÓLICA: SU PAPEL EN LA CONSOLIDACIÓN DE LA CIENCIA ECONÓMICA EN ESPAÑA

AUTORA

Begoña Pérez Calle
Universidad de Zaragoza (España)
bperez@unizar.es

El peso del sustrato católico, tanto procedente de la filosofía neotomista como de posturas conservadoras, fue relevante para el desarrollo del pensamiento económico español desde finales del siglo XIX y hasta el primer tercio del siglo XX. De dicho sustrato surgirían una serie de posiciones gremialistas y antiliberales que, en sus variadas manifestaciones, conformarían algunos de los elementos básicos de la filosofía de la ciencia económica española cuando ya ésta adquirió cierto corpus de rigurosidad. El sustrato referido en este trabajo no es otro que el conceptualizado como catolicismo social, terminología habitualmente empleada por la historiografía francesa, y cuyo pensamiento conformaría un cuerpo doctrinal denominado Doctrina Social Católica. El catolicismo social, al contemplar un movimiento que incluiría tanto un pensamiento como un conjunto de iniciativas prácticas, desde los Círculos a los Sindicatos, en un terreno en principio neutral y separado del catolicismo político, y además superador de las diferencias cada vez mayores en el seno de éste último, se uniría al *modus operandi* pragmático español a la hora de concebir la ciencia económica en sus primeras épocas de rigor, llegando para quedarse cuando dicho rigor formase parte finalmente de la misma.

De esta manera, el catolicismo social y pensamiento católico en general, presidiría en muchos casos la enseñanza de la Ciencia Económica, mientras que sus postulados de Política social influirían enormemente en las concepciones de muchos de los principales economistas españoles de la época. La encíclica *Rerum Novarum* (1891) significó prácticamente el punto de partida del catolicismo social en España, el cual adquiriría un papel especialmente relevante junto al clima regeneracionista a la hora de configurar el pensamiento de algunos economistas científicos. Partiendo de una crítica unánime al liberalismo, se plantearía una Economía cristiana asentada en los preceptos neotomistas que habría de sustituir, o al menos converger doctrinalmente con la Economía Política clásica. Su nueva interpretación se haría sobre las raíces de la cuestión social, lo que llevaría a una nueva concepción de la ciencia económica como Economía social, que se asentaría en no pocas cátedras y ambientes académicos en general.

En este trabajo puede observarse cómo esta ciencia económica española se alimentó de su propio ataque al liberalismo, conformando uno de sus rasgos básicos de identidad la prevención y reforma de la libre competencia, cuya necesidad obedecía a que la consecuencia final del capitalismo era una monopolización o cartelización del sistema desde el marco liberal con nefastas consecuencias para el mercado y la sociedad, creando así un sustrato claro que, unido a otros, justificaría la economía corporativa como filosofía compañera de tratamientos científicos rigurosos, como podemos comprobar en el caso de Olegario Fernández Baños.

Palabras clave: Ciencia Económica – Pensamiento Económico – Doctrina Social Católica – Marginalismo – Corporativismo

BAYESIANISMO: ENTRE EL OBJETIVISMO Y EL SUBJETIVISMO

AUTORES

Milton Quero Virla y Nelson Romero Suárez

Universidad del Zulia (Venezuela)

mquero@demat-fecluz.org y nromero@demat-fecluz.org

En esta disertación se argumentan aproximaciones posibles entre el Objetivismo y el Subjetivismo; además, se propone al Bayesianismo como una conexión integradora de lo objetivo y lo subjetivo. Tomando como centro del análisis las *soluciones pre-metafísicas* dadas por Hessen (1925) a la *esencia del conocimiento*, dentro de la *teoría general del conocimiento*, se dan argumentaciones que sustentan algunas posibles aproximaciones entre el Objetivismo y el Subjetivismo, dentro del marco de las investigaciones sociales. Una vez definida y caracterizada esa región común en la que se conecta el Objetivismo y el Subjetivismo, se propone al Bayesianismo como una solución optativa al problema de la esencia del conocimiento, bien con una cierta jerarquía epistemológica o como una perspectiva teórica u opción metodológica, que formal y concretamente puede integrar *evidencias* objetivas y subjetivas en una investigación social.

Las argumentaciones y propuestas de este trabajo, son inducidas-deducidas mediante la comparación constante y el contraste de los documentos-textos de referencia seleccionados, identificando alusiones y elusiones, los cuales constituyen técnicas específicas consistentes con la perspectiva hermenéutica y la metodología documental empleadas e integradas en una indagación documental hermenéutica; y sus conclusiones, en términos de lo que se argumenta y propone, están circunscritas dentro de las referencias bibliográficas usadas y de las interpretaciones particulares de los autores.

En esta ponencia, se parte de la premisa de que en un nivel epistemológico superior, pre-metafísico, lo apropiado y riguroso es tipificar las investigaciones sociales esencialmente dentro del objetivismo y del subjetivismo, y no en el nivel epistemológico donde reside lo cuantitativo y lo cualitativo, y su complementariedad. Superado el contrapunteo subalterno entre lo cuantitativo y lo cualitativo, debate que más ha favorecido a la burbuja positivista, y que ha promovido a estos elementos como absolutamente determinantes al momento de tipificar una investigación, pese a que su ubicación natural esté mejor en un nivel de técnicas, o a lo sumo metodológico, que en un nivel epistemológico superior, se dan acá, en esta disertación, argumentaciones para considerar aproximaciones entre el Objetivismo y el Subjetivismo, y seguidamente se propone al Bayesianismo como un puente que se tiende entre esos dos extremos más próximos que distantes.

El Bayesianismo, o Epistemología Bayesiana, es una *teoría de aprendizaje de la incertidumbre*, una aplicación de los métodos bayesianos a los problemas del conocimiento, y estudia las propiedades y dinámicas de los grados de creencia, entendidos como probabilidades. Para las investigaciones sociales cuyo entorno es dinámico, complejo, incierto y conflictivo, el Bayesianismo se presenta como una opción frente a la epistemología *tradicional*, y que apoyándose en grados de credibilidad o creencia previos del investigador social individual o colectivo, integra evidencias tanto objetivas como subjetivas obtenidas mediante una diversidad de métodos y técnicas, que continua y dinámicamente permiten ajustar esos grados de credibilidad iniciales, obteniendo así estimaciones posteriores de dichas creencias.

Palabras clave: Bayesianismo – Objetivismo – Subjetivismo – Cuantitativo – Cualitativo

CINE Y FILOSOFÍA. LAS *LIBERTARIAS* DE ARANDA

AUTORA

Rita Vega Baeza

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

mrvbaeza@hotmail.com

La película *Libertarias* (1996) dirigida por Vicente Aranda y dedicada a la memoria de José Luis Guerner, muestra imágenes sobre una parte de la Guerra Civil española (1936-1939) tan plurales como críticas –una monja con muchos amigos anarquistas. Sesenta años después de esa guerra, el cineasta apela a la memoria de una manera estética y feminista: una organización, ‘Mujeres libres’, revolucionarias militantes; las mujeres del convento, las del prostíbulo –todas vinculadas al final por un lema “Ni Dios ni patria ni amo”- y los compañeros de lucha. Afloran las mezclas, se manifiesta la música con su omnipresente Orquesta Sinfónica de la Radio de Bratislava, así como los coros casi a la manera de *un plano fijo* sonoro.

Desde una responsabilidad cívica, una melancolía estética, y en momentos un desenfado conciliatorio el cineasta aborda cuestiones políticas y religiosas; se exhibe la radicalización de las partes: los republicanos, anarquistas y los fascistas. En principio y a posteriori el filme tiene el valor añadido del reparto que participa, las ya ahora figuras emblemáticas del cine español: Ana Belén, Ariadna Gil, Victoria Abril, Jorge Sanz, Loles León, Miguel Bosé, Laura Maña, entre otros. Así como de haber rodado en los lugares reales y simbólicos donde acontece la historia: Barcelona, Madrid, Zaragoza.

Sin duda este filme tiene una arista tanto filosófica como histórica que bien ha tratado ya Maguí Crusells (2003) en *La Guerra Civil española: cine y propaganda*. Nosotros nos centraremos más bien en una perspectiva reflexiva y quizá controvertida desde algunos pensadores y figuras contemporáneas que no puede agotarse en un “¿a favor o en contra de la religión”? En esta película de Aranda se revelan algunos aspectos de moral difícil –más allá de la fácil lectura maniquea-, específicamente aspectos del mundo religioso y su vínculo con lo político de esa época en la que se expone la decadencia de los integrantes de la Iglesia católica, obispos y curas vinculados con el mundo de la prostitución; y la humanización y dignificación de las prostitutas vinculadas con la revolución.

En la cinta vemos la destrucción y la quema de estatuas religiosas, imágenes y objetos. Se alude a los líderes de los movimientos revolucionarios y anarquistas como Bakunin (y Kropotkin de fondo); y a dirigentes históricos como Durruti –cuestionado en el filme por su machismo al excluir a las mujeres del Frente. Pero también se valoran sus convincentes frases –en esos tiempos-anarquistas recuperadas del propio Bakunin: “Ni Dios, ni patria ni amo”, “el ser humano tiene que desear la libertad de todos los hombres en interés de su propia libertad personal”.

Palabras clave: Cine - Filosofía - Religión - Hermenéutica - Pensamiento débil



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

CIENCIAS

HUMANAS 3:

**Creatividad,
Retórica y Cultura**

NUEVAS PANTALLAS PARA LA IMAGEN AUDIOVISUAL. CONSIDERACIONES A LA GÉNESIS DE SU ESTÉTICA

AUTORA

Anna Amorós Pons
Universidad de Vigo (España)
amoros@uvigo.es

En la Era de la convergencia mediática (Henry Jenkins) y de la transmedialidad narrativa (Carlos Scolari), del eclecticismo estético en la imagen audiovisual (Román Gubern), de la diversidad de pantallas y de escenarios *cross-media* (Drew Davidson), de las multiplataformas multimedia (Tony Feldman) es necesario en estos momentos hacer una reflexión sobre la artísticidad-estética (Ricciotto Canudo) de la imagen audiovisual que circula imparablemente por múltiples plataformas del magma universal virtual. Meditar y pensar entorno a su naturaleza, a su génesis (Carlos Staehlin) y a sus antecedentes en el arte cinematográfico, a través de los textos clásicos recopilados en las principales teorías cinematográficas. Un ejercicio de reflexión, de retorno a los orígenes estéticos que se centran en los postulados mantenidos por formalistas (Rudolph Arnheim) y que se contrastan con las aportaciones teórico y fílmicas de sus contemporáneos (Hugo Munsterberg, Sergéi Eisenstein, Vsévolod Pudovkin...), con los de la escuela realista (Siegfried Kracauer, André Bazin...), sin descartar a los contemporáneos Jean Mitry, Christian Metz, Noël Burch, Gilles Deleuze, etc.

Se verá que buena parte de los postulados de estos teóricos permanecen -casi un siglo después de ser escritos- más vigentes que nunca en la actualidad. Principios que todavía hoy pueden contribuir a estimular la reflexión y el espíritu crítico. Ayudar a valorar lo realmente artístico de mucha superficialidad que circula por las múltiples pantallas (cinematográficas, televisivas y todas aquellas que ofertan los nuevos equipos y soportes tecnológicos que van surgiendo). Animar a desconfiar con más ímpetu de esa pretendida objetividad de las imágenes audiovisuales que se deslizan ante los ojos de los prosumidores. Y, finalmente lo que es más importante, a prevenir de una aceptación a veces irreflexiva de cualquier nuevo procedimiento creativo surgido del avance tecnológico que intente asentarse, bajo la coartada de la necesidad creciente de realismo, desviando y/o menguando el debate en torno a sus verdaderas posibilidades artísticas (Manuel Villegas, Umberto Eco).

El texto es una reflexión acerca de la diversidad de imágenes audiovisuales (2-D, 3-D, infográficas, pixilación, rotoscopia, real, etc.) que circulan por las nuevas pantallas y escenarios, en base al dilema que se nos plantea de si estética y creativamente poseen identidad propia o se trata de una nueva síntesis de las artes culturales precedentes.

Palabras clave: Imagen audiovisual – Teorías – Estética – Artísticidad – Convergencia mediática

LA CONSTRUCCIÓN ÉTICA Y RETÓRICA DE LA MEMORIA EN COLOMBIA

AUTORA

Adriana Ángel Botero

Grupo de Investigaciones de la Comunicación de la Universidad de Manizales (Colombia)

aangel@umanizales.edu.co

Siguiendo las ideas de Arnett sobre ética dialógica, esta ponencia se centra en el contexto colombiano con el fin de analizar la contribución de la comunicación en la construcción ética de la memoria y, específicamente, la contribución de la ética dialógica en la reparación simbólica de las víctimas del conflicto interno armado colombiano.

Esta construcción ética de la memoria conlleva tres procesos interrelacionados: la construcción de la memoria como un acto retórico (Ricoeur), la capacidad de respuesta y responsabilidad de los individuos (“answerability” para Bakhtin) y el reconocimiento de la diferencia (Hyde). En este sentido, el diálogo constituye una experiencia no sólo ética, sino también retórica que permite a las víctimas y no víctimas la posibilidad de participar en una construcción colectiva de la memoria sobre el conflicto colombiano.

Aunque este llamado a construir memoria puede ser abordado como un encuentro dialógico entre las víctimas, victimarios, agentes del gobierno, académicos y medios de comunicación, en esta ponencia nos centramos en la relación específica que se da entre víctimas y no víctimas con el fin de mostrar el rol que la memoria –como experiencia dialógica y retórica– puede jugar en la reparación de una sociedad herida por la violencia y el conflicto como lo es la colombiana.

Palabras clave: Memoria – Retórica – Ética dialógica – Conflicto Armado Colombiano – Víctimas

HERMENÉUTICA DE LA FRONTERA: LAS REPRESENTACIONES MEDIÁTICAS DEL RIESGO INMIGRATORIO. EL CASO DEL NAUFRAGIO EN EL CANAL DE SICILIA (ABRIL 2015)

AUTORES

Pilar Antolínez Merchán y Ángel Rivero Recuenco
Universidad Camilo José Cela y Universidad de Alcalá (España)
pantolinez@ucjc.edu y a.rivero@uah.es

El domingo 19 de abril de 2015, 700 personas procedentes del norte de África naufragaron frente a las costas de Libia. Este acontecimiento, una de las mayores catástrofes humanitarias sucedidas en Europa en los últimos años, dio lugar a un notable eco en los medios de comunicación, provocando así mismo una reacción política inmediata por parte de los mandatarios de la Unión Europea.

En la representación mediática de este acontecimiento, se articuló una percepción de los riesgos asociados a la presión inmigratoria en las fronteras de la Unión Europea, sobre el telón de fondo constituido por un contexto de crisis social, económica y política más amplio.

El objeto de la comunicación que se propone es el tratamiento mediático de este acontecimiento, en particular en la prensa escrita. El problema a analizar es la representación discursiva de los riesgos asociados a la inmigración, considerando varias dimensiones de análisis. Básicamente cinco:

1. La construcción del fenómeno: ideas fuerza, categorías y verbalizaciones claves, estructuración metafórica, actores representados, estructuras predicativas y argumentativas.
2. Silencios y huecos del discurso: Análisis de lo excluido en la representación (confrontación de lo dicho en los medios con aquello no dicho pero que podría haber estado en el discurso).
3. Procedimientos retóricos y construcción de verosimilitud: verosimilitud referencial, lógica y afectiva.
4. Configuraciones narrativas: análisis de los ejes de polarización que tensionan los discursos y que revelan lo que está en juego en estos.
5. Sentido general de los discursos mediáticos: relación de los discursos con su contexto social y político y con su intencionalidad manifiesta y latente (esclarecimiento de por qué y para qué se dice lo que se dice en los medios, relación de los discursos con la acción social y política).

La fuente del análisis son las noticias aparecidas entre los días 19 y 30 abril en dos medios de prensa escrita: El País y la Razón. La metodología combina procedimientos cuantitativos de análisis de contenido con métodos cualitativos de análisis socio-hermenéutico del discurso.

Palabras clave: Inmigración – Análisis crítico del discurso – Opinión publicada – Sociología del riesgo

LA PARTICIPACIÓN HECHA PEDAZOS. LA EMERGENCIA DEL CAPITALISMO SOBRE LOS ACCESOS

AUTOR

Raúl Antón Cuadrado

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

raulanton@gmail.com

La cosmología de la Red se sustenta sobre construcciones ideológicas capaces de afiliar y movilizar a una buena parte de su base sociológica invocando la horizontalidad de la participación. Sin embargo, buena parte de este andamiaje conceptual se ha construido por agentes que aspiran a reproducir e incluso fortalecer en este medio las relaciones de poder desequilibradas, jerárquicas, que existen en la sociedad desconectada.

La ideología y el contexto socioeconómico sustrato esa generalización de la creación se compendia en un capitalismo basado sobre el acceso al *bandwidth* y la detención de los canales de difusión, que queda oculto tras una construcción publicitaria de la realidad de gran violencia simbólica. El modelo se sustenta tecnológicamente en la componentización fordista de los contenidos que cosifica la expresión hasta hacerla reutilizable e intercambiable, contra la posibilidad remota pero real de lograr la viralidad para los mismos. Por otro lado, el autor no muere, pero se desvanece. Deviene avatar y se difumina para acabar como un término más de la folksomía para las búsquedas y un conjunto de atributos utilizables en publicidad contextual. Y la pérdida de peso de la autoría, junto con la construcción ideológica que ha travestido los ideales de la protoética de la red, construidos sobre el acceso libre al conocimiento, en una economía de precio 0 del contenido, ha descapitalizado la creación generalizada haciéndola amateur y permitiendo que los recursos clave continúen en manos del segmento dominante, perpetuando la estructura de poder social desconectadas.

Este trabajo aspira a revisar los mecanismos por los cuales se funda un capitalismo sobre los accesos a los contenidos de Internet, muy alejado de lo proyectado en las protoéticas de la Red y que se fortalece incluso con movilizaciones aparentemente contrahegemónicas que abogan por la horizontalidad. Entre estos mecanismos se cuenta la componentización, la avatarización de la autoría y el modelo de precio 0 que fuerza la amateurización de la producción de contenidos.

El desvelamiento del esquema de la infraestructura económica antes descrito es la condición seminal de un enfoque productivo de los ejercicios de activismo para el empoderamiento de la comunicación horizontal y participativa en la red.

Palabras clave: Capitalismo de los accesos – Componentización – Avatarización – Modelo de Precio 0 – Muerte del Autor

CULTURA EN EL PERIÓDICO *EL MUNDO*

AUTORA

Emy Armañanzas

Universidad del País Vasco (España)

emiliana.armananzas@ehu.eus

El periódico *El Mundo*, nacido el 23 de octubre de 1989, cuenta, desde su origen, con una sección de cultura, publicada en el ejemplar diario, y con un suplemento cultural de edición semanal. Ambos espacios han experimentado distintas etapas en los casi veinticinco años de vida de la publicación que aquí se analiza (1989-2013), consecuencia de los momentos vividos por el periódico y por la cultura del país que, a su vez, se han visto afectados por la marcha de la economía. Su primera etapa de organización corresponde al despegue del periódico, por ello, la sección diaria de cultura era prudente en su número de páginas y en el primer suplemento, llamado *Libros*, dedicado exclusivamente a las letras.

La segunda etapa de *El Mundo* fue la de crecimiento como empresa y como producto. De ahí el importante incremento del número de páginas de su sección de cultura tras una década de vida. Coincidió con los años en los que la producción cultural, las infraestructuras y las programaciones de espectáculos y exhibiciones se multiplicaron en España, además de la demanda del público de más cultura, las mejoras en la educación y la época de bonanza vivida en el país. Así, a finales de los 90 el periódico se mostraba consolidado con una sección de cultura rica y el suplemento *El Cultural* que comenzaba a venderse junto a *El Mundo* desde 1999, un amplio cuadernillo dedicado a todas las artes, no exclusivamente a las letras. La posterior crisis económica que ha repercutido en la prensa con especial dureza, provocó una disminución en el número de páginas diarias de cultura y del suplemento. A ello se ha unido la etapa de zozobra que vive la prensa hasta que se dirima el futuro del periódico en papel y digital.

Este artículo analiza los dos espacios que *El Mundo* dedica a la difusión de cultura: su sección diaria y el suplemento semanal *El Cultural*. Con la metodología cuantitativa comprobamos cuáles son los géneros periodísticos y los referentes culturales que prevalecen en cada ámbito para después interpretar la función que cumple cada uno (metodología cualitativa y análisis de contenido). La dispar periodicidad de publicación de la sección de cultura -diaria- y del suplemento -semanal- provoca un modo de organizar y trabajar los contenidos distinta en cada caso y, en consecuencia, diferentes características en la tipología textual, en la frecuencia de los referentes así como en la autoría. Por ello, tampoco el enfoque de los contenidos y la función que cumplen ambos espacios resultan iguales.

Concluyo que la sección diaria trata las artes (literatura, artes plásticas, teatro, danza, arquitectura, música, cine) mayoritariamente a través de los géneros informativos e interpretativos, escritos por periodistas de plantilla con la función primordial de informar e interpretar los más recientes hechos culturales. De otro lado, la organización de *El Cultural* también recae en periodistas de plantilla pero el grueso de los textos están escritos por expertos en las diversas artes: académicos, escritores, profesores, intelectuales, muchos ajenos a la publicación. Se les encarga la redacción de géneros argumentativos y de opinión, que resultan mayoritarios, lo que provoca que la función del suplemento cultural sea preferentemente la de valorar obras de creación.

Palabras clave: Cultura – Periódico – El Mundo – Comunicación impresa

USO DE MEDIOS DIGITALES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA LA DIFUSIÓN DE LA HISTORIA DE LA LUCHA LIBRE POBLANA

AUTOR

Francisco Felipe Arreola A. Flores
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)
fcoarreola@gmail.com

Para las personas familiarizadas con la lucha libre es bien conocido su origen y establecimiento en nuestro país, sin embargo ¿todas las personas que se acercan a esta disciplina conocen su historia? Desde la primera función organizada por una empresa mexicana hace más de 81 años, han surgido una buena cantidad de historias relacionadas con algunos de los luchadores que han desfilado por los encordados mexicanos y que por sus combates y triunfos lograron ocupar un sitio entre las figuras de este deporte.

A partir de una serie de prohibiciones en la Ciudad de México aplicadas por el entonces gobierno de la capital mexicana a la lucha libre en sus primeros años de existencia, ésta pudo extenderse a otros estados y ciudades de la república. Una de las poblaciones que se benefició de la expansión del pancracio en la república mexicana, fue Puebla. El 18 de Julio de 1953 se inauguraría la Arena Puebla, perteneciente a la Empresa Mexicana de Lucha Libre (hoy conocida como Consejo Mundial de Lucha Libre), en su primera función contó con la presencia de luchadores como El Santo enmascarado de Plata, El Cavernario Galindo, Tarzan López y Black Shadow. Desde entonces, el recinto de la 13 Oriente no ha dejado de brindar funciones de lucha libre al menos una vez por semana.

En un periodo de 61 años, se podría esperar una buena cantidad de historias en torno a la lucha libre en la ciudad de Puebla, considerando que se cuenta con un buen espacio para la práctica y realización de funciones de dicho deporte. El problema está en que (además de ir y platicar con algún luchador poblano) no existe una fuente de fácil acceso que permita conocer algunos de esos relatos.

Resultaría inocente pensar que con la inauguración de la Arena Puebla se originó la lucha libre en Puebla, debió de haber algo antes de la apertura de este espacio. Considerando esto como un punto de partida se podría realizar la siguiente pregunta: ¿Qué es lo que luchadores y aficionados conocen acerca de la lucha libre en Puebla? Buscando saber cuándo y cómo se da su llegada a la ciudad, además de sedes y exponentes de este deporte espectáculo en la capital del estado de Puebla. A partir de una investigación sustentada en la comunicación estratégica y que además se valdrá de entrevistas a luchadores locales, encuestas a aficionados Poblanos y algunas de las distintas plataformas que existen en la actualidad en Internet, se contestará este cuestionamiento, además de que se creará un documento que ayude a difundir la historia de la lucha libre Poblana.

Palabras clave: Comunicación Estratégica - Internet - Medios Digitales - Lucha Libre

BRUMAS Y CLAROS EN EL DIBUJO ANIMADO

AUTORAS

Carmen Cantillo Valero y Sara Osuna Acedo

Universidad Nacional Española a Distancia (España)

carmen.cantillo@invi.uned.es y sosuna@edu.uned.es

Este artículo aborda las teorías que sustentan la percepción de la visión de una imagen en movimiento y los flujos afectivos-mágicos que convierten a sus personajes en modelos con los que identificarnos en los dibujos animados. Cuando se decidió acotar el tema y restringirlo al ámbito de unos dibujos animados concretos, las Princesas Disney, empezaron a aparecer una serie de brumas: la historia de Walt Disney y sus dibujos animados, el surgimiento del fenómeno cinematográfico, la percepción del dibujo en movimiento, etc, aspectos que inciden en la historia del cine de animación, precisan de una clarificación que aporte luz a este complejo camino que exige ser explorado.

Las imágenes en movimiento provocan un estado hipnótico capaz de activar en el público la necesidad de escapar del mundo que le rodea. El cine, con su extraordinaria cualidad comunicativa, emociona, entusiasma y enternece a todas las personas que se someten a su influencia. Las narraciones fílmicas reconstruyen una experiencia que sólo conoce nuestra imaginación y nos trasladan a un mundo mágico que seremos capaces de contemplar, sin apenas sorprendernos. Pero, este fenómeno también contiene un inmenso potencial para estandarizar nuestro pensamiento y que resulta preocupante cuando se dirige a un público infantil, carente de recursos para detectar la influencia de las imágenes que contempla.

Para conocer el poder que ejerce el lenguaje cinematográfico sobre la identidad humana es necesario entender su historia, saber cómo y por qué se originó, así como analizar su desarrollo. Por tanto, lo primero que necesitamos entender es cómo se genera la percepción de movimiento en el cine. Aunque ya el intento de demostrar la génesis de la ilusión de movimiento aparente resulta ambiguo, puesto que existen varias teorías, ahora contradictorias, sobre este principio básico. Hasta hace unos años se mantenía la teoría de la persistencia retiniana, basada en la imagen estroboscópica que muestra una serie de imágenes fijas que son percibidas por el ojo humano como un movimiento continuo, fue demostrada por Peter Mark Roget en 1824 y, posteriormente, se ha descartado por resultar fisiológicamente imposible, puesto que significaría que imagen tras imagen se irían acumulando en nuestra retina, provocando un amasijo que impediría ver con nitidez la imagen proyectada.

Recientemente, y apoyada en la neurociencia, encontramos teorías basadas en el procesamiento de las señales eléctricas procedentes de la retina que efectúa el cerebro y que serán transmitidas mediante el nervio óptico al Núcleo Geniculado Lateral y otras zonas del cerebro, donde serán procesadas.

En virtud de esto surgen dos interrogantes: ¿de qué forma estas teorías son la base de esa “fuerza bruta”, en términos de Edgar Morin, que provoca nuestra participación afectiva? y ¿cómo esas imágenes en movimiento son utilizadas por las multinacionales para influir en la cultura infantil? A todas estas cuestiones intentaremos responder en el texto de este artículo.

Palabras clave: Cultura infantil - Dibujo animado - Disney - Imagen cinematográfica - Movimiento cinematográfico

CORTOCUENTOS: NUEVAS FORMAS DE CREAR Y DE LEER.

AUTORA

Mónica Carbajosa Pérez

Centro Universitario Villanueva adscrito a la Universidad Complutense de Madrid (España)

mcarbajosa@villanueva.edu

Presentación de las conclusiones del Proyecto de creación, experimentación, innovación e investigación sobre escritura creativa y lectura denominado **Cortocuentos**. El proyecto, iniciado en el año 2012, tiene varios objetivos:

1. Investigar nuevas formas de creación en la era digital, experimentando con la escritura fuera del medio que le es propio.
2. Búsqueda de nuevos encuentros de la literatura y los medios audiovisuales. Ahora que el mundo de las fronteras es tan habitable, investigamos las posibilidades del medio audiovisual con la intención de ampliar sus contactos con la literatura.
3. Ensayar otras formas de difusión del relato breve, uniéndose así a los esfuerzos que está llevando a cabo la literatura al verse desplazada por otras maneras de entretenimiento.
4. Experimentar con otros modos de lectura convirtiendo a los lectores en lectoespectadores.

Los frutos de la investigación han sido, hasta el momento, múltiples y de distinta naturaleza. Por un lado, la obra creativa resultante: los cortocuentos *El arrendajo*, *Resiliencia*, *Detroit* y *Vasbia*. Sin espíritu combativo alguno, los relatos abandonan el papel y se trasladan a la pantalla, donde la escritura comparte espacio con otros lenguajes (sonidos, música, imágenes fijas o en movimiento), multiplicando de este modo la significación. El lector se ve así enfrentado a una nueva forma de lectura, simultánea a la de otros lectores, que exige un lectoespectador activo y atento, dispuesto a enriquecer sus experiencias lectoras. Se trata de un modo distinto de ver y de leer que refuerza el efecto del relato.

Los cortocuentos han sido proyectados en nueve ocasiones a distinto público y en distintos lugares (Centro Cultural Galileo, Madrid; Trinity College, Dublín; Casa del Lector, Matadero Madrid; Universidad Complutense de Madrid; Centro de Arte Moderno, Madrid...). En todos los casos, tras la proyección se ha mantenido un largo y enriquecedor coloquio con los asistentes.

Por otro lado, el análisis y las reflexiones que acompañaban a las distintas experiencias creativas, a lo que hay que sumar las aportaciones de los lectoespectadores tras las proyecciones, han ido conformado un cuerpo teórico que abarca distintos aspectos: el proceso creativo y los condicionamientos del medio; la formación del escritor en la era digital, nuevos conocimientos y habilidades; la contaminación de otras formas de entretenimiento, los peligros y tentaciones de la literatura digital o transmedia; de la página al clip, disposición y tiempo de exposición, transiciones, número de clips, duración limitada, blanco sobre negro; ritmo del relato y ritmo de lectura, mecanismos de control; proceso de recepción, entendimiento y significación; experiencias lectoras, de lector a lectoespectador, niveles de concentración y comprensión, tiempo de lectura, creación de imágenes mentales; interactividad y formas de difusión de los cortocuentos y de su fundamentación teórica.

Palabras clave: Creación - Relato breve - Literatura y Medios Audiovisuales - Lectura

CREATIVIDAD Y GÉNERO EN EL VIDEOARTE INTERNACIONAL, DESDE LOS AÑOS 60 HASTA LA ACTUALIDAD

AUTOR

Xesqui Castañer López
Universitat de València (España)
xesquicastaner@hotmail.es

Los orígenes del videoarte se remontan a 1963 cuando Nam June Paik expone en la galería Parnass de Wuppertal con el título *Music Electronic Television* y Wolf Vostell en la Smollin Gallery de Nueva York. Desde el punto de vista teórico, los escritos de Marshal McLuhan, Buckminster Fuller y Claude Lévi-Strauss, desplazan los modelos tradicionales de arte, conocidos en Occidente. Desde un principio se presenta como un medio innovador y transgresor en el contexto del arte contemporáneo y bebe de las fuentes del cine experimental, la televisión, la música electrónica y el arte efímero.

Las artistas que trabajan en este medio, usan la tecnología televisiva por su rapidez en la difusión, pero al mismo tiempo pretenden crear una cultura viva frente a la industria de los medios de comunicación. En el ámbito conceptual realizan una crítica de la institución arte, para poder redefinir el sistema hasta su desaparición, y para conseguir uno de sus principales objetivos, unir arte y vida. Marta Rosler habla de dos corrientes, en los orígenes del vídeo: una proveniente del surrealismo que elabora una nueva poesía a partir del lenguaje televisivo, y otra más colectiva, desde posicionamientos políticos. Mientras que Rosalind Kraus se centra en el análisis estético, los lugares comunes y las diferencias con otros medios.

La primera generación de artistas que utilizan el video como soporte, lo hace para cuestionar la situación de la mujer en una sociedad patriarcal que la oprime y le cercena sus derechos. En esta línea se encuentran los trabajos de Dara Birnbaum, VALIE EXPORT, Lynn Hershman Lesson, Ulrike Rosenbach, Martha Rosler.

En los años ochenta se produce una redefinición de la feminidad que se escenifica en composiciones documentales y visualizaciones sin transición. En las piezas de video, producidas en estos años, se entrecruzan conceptos como ficción/realidad o parodia/ autenticidad. En ese contexto surgen las obras de Pipilotti Rist, Andrea Frazer y Vanessa Beecroft.

La utilización del televisor y su presentación en instalaciones, ha hecho posible la participación del espectador física y psíquicamente en el proceso de reconocimiento. En ese entorno de los media se desarrolla el “live-feedback”, es decir la visualización inmediata de las imágenes captadas que permite el control y la vigilancia de los individuos, a través de escenificaciones estratégicas de poder y control. Chantal Akerman, Julia Scher y Ann-Sofi Sidény Marie Jo Lafontaine, trabajan a partir de estas premisas.

En los últimos diez años del siglo XX, el vídeo adquiere plena autonomía como soporte artístico y narrativo, adquiriendo un carácter teatral, ilusionista y documental. Las narraciones se vuelven más complejas, con la inclusión de repertorios de imágenes cinematográficas y, con las ácidas críticas de los códigos culturales existentes. Todo esto desemboca en una videografía de formato documental, en la que se superponen imágenes, sonido y texto. En este contexto trabajan artistas como Monika Oechsler, Eija-Liisa Ahtila o Fiona Tan.

Palabras Clave: Género – Imagen - Nuevas tecnologías - Vídeo

ARTE Y ENFERMEDAD: REFLEXIONES Y ESTRATEGIAS ARTÍSTICAS EN TORNO A LOS MECANISMOS DE OCULTACIÓN DE LAS ENFERMEDADES EN EL ESPACIO PÚBLICO

AUTORES

Alfonso del Río Almagro y Marta Rico Cuesta
Universidad de Granada (España)
delrio@ugr.es y martaricocuesta@gmail.com

El grupo de investigación HUM-425 de la Universidad de Granada desarrollamos una línea de trabajo sobre la capacidad de los lenguajes artísticos para cuestionar las políticas culturales de representación de la enfermedad en el espacio público, interfiriendo en los discursos que lo generan y promoviendo nuevas formas de visibilización y representación.

En este texto presentamos los resultados de las últimas fases del proyecto en las que analizamos los diversos modos de abordar la exclusión de la enfermedad en el espacio público desde las estrategias artísticas contemporáneas. El objetivo de esta comunicación es examinar los mecanismos que llevan a la ocultación pública de las enfermedades en las sociedades avanzadas, cuestionándonos por las causas y planteando una valoración sobre las consecuencias de dicho silenciamiento, para tratar de entender las posturas que se han desarrollado desde las estrategias artísticas.

Las prácticas artísticas analizadas contribuyen a generar nuevas formas de relación y convivencia con la enfermedad, favoreciendo nuevas formas de representación que produzcan unos imaginarios más diversos.

Palabras clave: Arte – Enfermedad – Espacio Público – Ocultación

GIGANTES Y PODER. RELACIONES Y MENSAJES DE UNA ICONOGRAFÍA CLÁSICA EN LA CULTURA ACTUAL

AUTORAS

Reyes Escalera Pérez y Sonia Ríos Moyano

Universidad de Málaga (España)

drescalera@uma.es y srios@uma.es

Esta aportación se encuadra dentro de los contenidos de las asignaturas de *Iconología e iconografía* y de *Historia y diseño de lo cotidiano* que se imparten en el Grado de Historia del Arte de la UMA al amparo del proyecto de innovación educativa PIE13-145 de dicha Universidad.

En los últimos años, los enfoques disciplinares van cobrando un mayor protagonismo y transversalidad, de modo que, progresivamente, hemos asistido en las últimas dos décadas a una ampliación de los tradicionales contenidos de Historia del Arte hacia la *Cultura Visual*. Nuestra rica disciplina permite hoy día que vehiculemos contenidos y saberes hacia el mundo actual. Si el siglo XXI se iniciaba con la expansión del término cultura visual y el estudio de todos los *mass-media* y nuevos medios de expresión propios de la era posmoderna, este texto sirve para demostrar que los estudios tradicionales de historia del arte, remontándonos incluso a los clásicos, tienen plena vigencia y actualidad, sirviendo como ejemplo para nuestro alumnado. La Historia del Arte se mantiene viva en sus medios y mensajes, demostrando con ello que a pesar de los siglos hay conceptos y temáticas que permanecen inalterables en esencia aunque cambien los medios de expresión.

El tema escogido es el gigante, legendario personaje dotado de una gran fuerza que cobra protagonismo en numerosas mitologías –especialmente la clásica-. Suelen ser presentados como seres brutales y monstruosos, alejados de la civilización. Muchos de ellos se enfrentan a dioses y héroes que los derrotan, victorias que se presentan como la supremacía de la inteligencia sobre la brutalidad y las pasiones. Esta dicotomía fue aplicada en numerosas manifestaciones artísticas que muestran claramente cómo su sentido primigenio sigue vigente hasta nuestros días.

Los objetivos principales de este estudio se centran en el análisis del tipo iconográfico del gigante, exponiendo los principales relatos que protagonizan, interpretando su simbología y haciendo un recorrido por las más relevantes representaciones de la edad moderna, contemporánea y del arte actual, demostrando que a pesar del paso del tiempo los mensajes vinculados a su imagen siguen siendo válidos, llegando incluso hasta la expansión de lo cotidiano y sus formas de consumo masivo, dedicando un apartado a su manifestación en el cine, la publicidad y el cómic, sin olvidar la escultura pública y su carácter persuasivo.

Esta expansión hacia lo cotidiano y las manifestaciones plásticas y culturales actuales se presenta empleando metodologías de análisis multidisciplinares que permitan demostrar su vigencia y actualidad, manteniendo así su modernidad e influencia constante entre artistas y demás creativos que forjan las imágenes de consumo del siglo XXI, de ahí la relevancia de esta propuesta, puesto que su estudio permite obtener una visión global de la percepción actual de la iconografía del gigante, de su imagen, mensajes, pervivencia, consumo y transformación en señal de identidad.

Palabras clave: Iconografía – Mitología – Arte contemporáneo – Cultura visual – Emblemática

LAS TERTULIAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: BALANCE DE VEINTE AÑOS

AUTOR

José María Fernández Calleja
Universidad Carlos III (España)
fernandezcalleja@gmail.com

El autor lleva participando en tertulias de radio y de televisión desde hace más de veinte años. Cree necesario hacer un balance científico de lo que las tertulias han significado y significan en la vida social y política española. Un asunto muy importante es si los periodistas pueden, en las tertulias, llegar al fondo de las cosas, descubriendo las estructuras de aquello que abordan. Hay dos posiciones encontradas: a) la de quienes desprecian a los tertulianos, llamándoles “todólogos” porque no saben elevarse sobre las anécdotas y b) la de quienes piensan que la filosofía de verdad está en los medios de comunicación; en las Facultades de Filosofía los profesores enseñan doxografía, es decir, la colección de opiniones sobre un asunto, pero sin comprometerse con una posición concreta; en las tertulias, sin embargo, cada participante desarrolla lo que en la retórica clásica se denominaba “discurso deliberativo”. Y ha de encontrar pruebas o crearlas. De ahí que los periodistas puedan llegar al fondo de las cosas y, además, transmitirlos a la audiencia.

La misión fundamental de los políticos es pro-poner (poner delante) planes y programas a los votantes. Y el mejor instrumento para proponer es la palabra. Al final, los votantes juzgan a los políticos por sus realizaciones, no por su dominio de la palabra. Los tertulianos actúan como mediadores, durante los cuatro años entre elección y elección, entre los votantes y los políticos. Por eso, necesariamente, han de indicar cómo van los planes y programas. Y al igual que en política, hablar es hablar contra alguien, y la palabra es esencialmente polémica, la de los tertulianos ha de ser necesariamente controvertida.

Por eso hay tertulias que atraer a audiencias millonarias. Incluso, últimamente, las tertulias son un instrumento que algunos políticos, que saben el valor de la palabra, utilizan para darse a conocer y transmitir sus planes y programas. Es decir, convierten sus intervenciones en lo que retóricamente se denominaban “discursos epidícticos” y “deliberativos”. Las tertulias dependen mucho, para su éxito, de que el moderador sepa dirigir el tráfico de la discusión. De ahí que el autor, acudiendo a su experiencia, ofrezca unas reglas pragmáticas para que las tertulias no se conviertan en una sucesión de monólogos o de duólogos, sustituyendo el debate por las discusiones personales

También contribuye al éxito de una tertulia el que quienes intervienen posean la información adecuada sobre hechos del pasado. Ahora bien, el éxito no depende de disponer de la mayor cantidad de información importante sino de la menor cantidad de información no importante. Un tertuliano puede fracasar porque suministra un exceso de información, sin distinguir lo esencial de lo accesorio. O como dirían los retóricos, triunfa quien sabe construir un buen “discurso judicial”, dominando la historia de los acontecimientos. El autor proporcionará muestras de este tipo de discurso.

Palabras clave: Tertulias – Política – Planes – Programas – Retórica

LA MUJER DEL SIGLO XIX COMO TRANSMISORA DE LA CULTURA EN SALONES Y ESPACIOS PRIVADOS

AUTORA

Belén Fernández de Alarcón Roca

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

belen.fernandezdealarcon@urjc.es

El panorama de la mujer en España durante el siglo XIX se cuestiona de forma permanente debido a que su papel, en gran parte, estaba condicionado a ser pilar fundamental de la familia, así como transmisora de la fe y de otros elementos indispensables en la denominada *educación de adorno*.

Sin embargo, no debemos olvidar la gran importancia que tuvieron muchas de estas mujeres que, siendo anfitrionas en sus casas, se convertían también en “transmisoras de la cultura”, en una sociedad marcada por un alto índice de analfabetismo, en concreto, más del 80% de la población. Los objetivos de esta investigación son: analizar el porcentaje de analfabetismo y tipo de educación que recibía el sexo femenino en la España decimonónica; constatar que existía un gusto por el arte en diferentes ámbitos: música, literatura, teatro etc.

A la vez, existían verdaderas ganas de ser utilizado como deleite para una sociedad que intentaba desconectar de esta forma en una etapa políticamente convulsa; verificar que la celebración de tertulias y bailes en palacetes y Quintas, organizados por mujeres de clase acomodada servían como centro de reunión para varios fines: no solo para establecer futuras relaciones matrimoniales, sino también para transmitir la cultura; y dar a conocer los mecanismos utilizados, en varias ocasiones, -como son los álbumes de las románticas, o bien la literatura de folletines en el ámbito doméstico-.

Se ha realizado una muestra de porcentajes de analfabetismo en España, así como la selección de un corpus de revistas de prensa femenina del siglo XIX donde se verifica la importancia de este nuevo tipo de narrativa adaptada al formato de un *diario*. Los resultados constatan que, en el Siglo XIX, se celebraban en espacios privados representaciones teatrales y bailes amenizados con partituras, que además servían como “deleite” a una sociedad convulsa, y cuyos promotores fueron, principalmente, las mujeres. Además se infiere que la mujer que había recibido cultura en su *educación de adorno*, lo fomentaba en su círculo de amistades y a veces, también con carácter público; se corrobora la aparición de unos libros profusamente decorados denominados *álbumes de las románticas*, porque su mayor difusión coincide con la época de Isabel II, donde se da mayor énfasis al movimiento romántico.

Estas encuadernaciones sirvieron también de medio de difusión de pinturas, poesías o partituras musicales, dentro del ámbito social de aquella época; se reseña el trabajo de periodistas y escritoras que estuvieron en 1882 a favor de la instrucción femenina en Congresos Pedagógicos y que, de esta manera, ayudaban a ampliar el horizonte cultural femenino. En definitiva, se asiste en pleno debate de la mujer decimonónica a resaltar su doble papel, actuando como *redes telegráficas de una sociedad*.

Palabras clave: Mujeres del Siglo XIX – Salones y espacios privados – Tertulias culturales – Transmisión de cultura – Analfabetismo en España

LA MUJER EN EL TEBEO ESPAÑOL: DEL RECATO AL VAMPIRISMO

AUTORA

Raquel Fernández Martín-Portugués

Madrid (España)

raquelfmp@yahoo.es

La representación y el papel de la mujer a lo largo de los años ha sido muy variada pero en todas las manifestaciones artísticas el modelo se suscribe a dos: la mujer perfecta y el deseo oculto del hombre. Tradicionalmente la mujer, siempre vista bajo el patrón de los ojos masculinos, ha de ser el estándar perfecto, no solo en belleza sino en carácter ya que ambas cualidades conforman el origen de la semilla: la madre tierra que dará perpetuidad a la especie. Haya sido representada de una manera u otra, conforme a los cánones estéticos de una época, la mujer debe de cumplir esa perfección y su papel será el de ser la continuidad del ser humano. Sin embargo en el hombre subyacen impulsos sexuales que hacen que, cuando él es quien describe a la mujer, esta podrá abarcar roles opuestos que darán dos tipos: la que se tiene y la que se desea. Son la oposición entre el bien y el mal, aunque siempre como en una novela de ángeles y demonios, el deseo será machacado por el bien.

En la inmediata posguerra española nace un medio de comunicación de masas que obedece a su época: el tebeo. Junto a la radio, la novela popular y el cine, crearon una amplia cultura popular de la que se retroalimentaban. Y entre sus páginas, la mujer perfilada siempre por manos masculinas, estuvo presente. Ella era parte del conflicto narrativo y su modelo fue el del recato o el de la maldad obedeciendo siempre a los impulsos del hombre.

Tanto su psicología como su iconografía fueron el reflejo de los cánones estéticos de la época. Bellezas voluptuosas latinas y rubias anglosajonas compartieron los trabajos del héroe. Vistas en positivo o en negativo, dependiendo de la tradición cultural de cada país, los estereotipos femeninos respondieron a un juego de metonimias en los que se traspasaban sus cualidades morales a las físicas. La novia eterna será el complemento perfecto del galán pero sin olvidar el papel de la anti heroína. Una y otra serán representadas icónicamente muy sensuales siempre sin evadir los límites establecidos de la censura y así lo analizaremos en esta investigación.

El principal modelo femenino responderá a ser el complemento masculino: ella será el origen de la familia siendo la vía principal para conseguir este objetivo la unión religiosa de ambos protagonistas. Sin embargo estos tebeos no olvidan a otro tipo de mujer como es *Lilith*: vampiresa que representa la parte negativa del estadio femenino y a la vez el deseo oculto del hombre. Ella será la contraposición a la maternidad, el modelo opuesto a la perfección que desemboca en la *femme fatal*, el mito sexual de los hombres, que son, en el fondo quienes las pincelaron a ellas en estas viñetas.

Palabras clave: Mitos - Mujer Fatal - Tebeos - Iconografía - Posguerra española

PUBLICIDAD INMOBILIARIA Y MEDIATIZACIÓN: UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

AUTORES

A. Raúl Fernández Rincón y Pedro A. Hellín Ortuño

Universidad de Murcia (España)

antonioraul.fernandez@um.es y phellin@um.es

El mercado inmobiliario constituye hoy un sector transversal cuyo devenir afecta al ámbito económico, político, social y cultural de las sociedades industrializadas. En un contexto en el que los medios de comunicación desempeñan un papel relevante en la configuración de la realidad de los consumidores, el análisis de la publicidad como maquinaria de comunicación y expansión de los bienes de consumo en el mundo material, es un revelador privilegiado de la cultura social. El publicitario es un discurso capaz de legitimar visiones, imaginarios y modelos de comportamiento.

Con el objetivo de generar un acercamiento a los mecanismos discursivos de la publicidad inmobiliaria, desarrollamos una metodología de análisis que parte del modelo sociosemiótico de Rodrigo Alsina. Un modelo anclado en la fenomenología de Charles S. Peirce y la sociosemiótica pluridisciplinar de Eliseo Verón, para el que la construcción social de la realidad es contemplada como un proceso de producción, circulación y consumo discursivo. Su relevancia para nosotros reside en que analiza cómo las circunstancias políticas, económicas y culturales inciden en las industrias comunicativas, afectando a los discursos generados.

Discursos que circulan en un ecosistema comunicativo o espacio simbólico de mediación, donde se inscriben e interrelacionan, proponiendo una realidad social a consumir por los individuos, que merece ser descrita. A partir de este modelo, introducimos una dimensión más en el proceso que enlaza con las últimas corrientes de pensamiento en comunicación: la mediatización. A través de este concepto, estaríamos entendiendo un nuevo lugar de articulación de un contexto de actuación de las marcas desde el que se divulga la ideología del consumo. Si la semiótica es útil para desvelar los mecanismos creativos y el contenido ideológico de los textos publicitarios, la mediatización podría servirnos para conocer cómo esa carga ideológica circula y es consumida. El objetivo de esta metodología, por tanto, es describir las relaciones de mediatización en la publicidad inmobiliaria.

A partir de aquí, nuestro modelo aplica una ficha de análisis a un corpus de anuncios publicitarios aparecidos en los principales diarios de información general españoles. El periodo de análisis elegido coincide con la denominada burbuja inmobiliaria española (1997-2006). El estudio de las variables que integran las cuatro fases del proceso: producción, circulación, consumo y mediatización, ayudarán a describir las relaciones de mediatización presentes en la publicidad: tipos de vivienda, anunciantes, características de los soportes de difusión, perfil de las audiencias y ámbito geográfico, condiciones de lectura o la capacidad de generar un estado de opinión, y efectos o señales visibles de la mediatización en la publicidad inmobiliaria.

Estimamos que la metodología *ad hoc* que presentamos aquí puede servir para describir y comprender el discurso publicitario contemporáneo. El sector de la vivienda supone un campo de estudio novedoso cuyos resultados esperamos sean altamente extrapolables.

Palabras clave: Publicidad inmobiliaria - Mediatización - Consumo - Cultura - Sociosemiótica

LA LITERATURA INFANTIL: UNA FORMA DE LEERNOS, O UNA MANERA DE PROPICIAR LA IDENTIDAD CARIBEÑA

AUTORA

Jenny Fraile Velásquez

Universidad Metropolitana en Caracas (Venezuela)

yfraile@unimet.edu.ve

Desde épocas ancestrales el hecho de descubrir quiénes somos se ha constituido en una pregunta filosófica que ha orientado desde la duda más existencialista hasta una de las frases más célebres de una obra literaria “ser o no ser, he allí el dilema”, tanto en lo personal como en lo social, y nuestra sociedad latinoamericana y caribeña no escapa de esta inquietud, de esta búsqueda identitaria. ¿Quiénes somos? Definitivamente somos mucho más que la reminiscencia de pueblos indígenas diezmados, o pueblos africanos desarraigados, despatriados, que se mezclaron, se fundieron, se amaron, se odiaron, se reconciliaron, con el conquistador europeo.

La intención de estas líneas es presentar una revisión de los signos de identidad caribeña en un corpus de cuentos de literatura infantil de autores venezolanos, brasileños, colombianos, y argentinos como parte de esta búsqueda de respuesta a una inquietud, o quizás, en el mejor de los casos, el encuentro con muchas otras preguntas que llevarán a buscar sus respuestas, o seguir preguntándonos por nuestra cultura y nuestra identidad. La revisión de los documentos propuestos en literatura latinoamericana y del Caribe abrió un nuevo panorama, que ha permitido resignificar un territorio y cómo este es visto, plasmado en la literatura infantil.

Ahora bien, la inquietud por el término “identidad”, está rondando desde la década de los setenta (70), sin embargo, parece que ha sido en la últimas décadas motivador de arduos debates, tema de congresos, simposios, eje filosófico, pero es en realidad un problema propio de la existencialidad humana, y que desde el cuento, puede favorecerse el proceso de construcción de identidad, del entendernos, asumirnos; ya que, como es sabido a lo largo de la historia se ha dado lugar al surgimiento de diferentes corrientes del pensamiento, como bien planteó Galíndez (s/f) “la universalidad se alcanza comprendiéndose como hombre para poder así comprender a otro hombre”, y en la literatura infantil se puede encontrar una forma de leernos, de mirarnos. Latinoamérica tiene tiempo en la búsqueda de su identidad, ha pasado por diferentes etapas, han surgido términos como la hibridación, negritud, tercer espacio; tanto los estudiosos de los textos literarios de Latinoamérica como del Caribe, tanto en su zona insular como continental, con la llegada del europeo se desdibujó al indígena, se dominó al negro y el blanco de allá o de aquí siempre guio.

Con lo cual, en la generalidad de los casos se obvia el mestizaje cultural, étnico y social. Esta falta de identidad era un problema, según los documentos revisados a finales del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX, pero al leer algunos documentos emanados de las cumbres de las Américas pareciera que sigue vigente este conflicto de identidad, por lo cual se tornó interesante realizar una revisión de algunos libros de autores latinoamericanos de literatura infantil e indagar en sus textos esos rasgos que pueden fomentar la construcción de la identidad caribeña en conexión con la latinoamericana y presentar y los hallazgos.

Palabras clave: Cultura – Identidad – Literatura infantil – Creatividad

FINLANDIA EN LAS ELECCIONES EUROPEAS 2014 Y 2009: CONTEXTO HISTÓRICO Y LÍNEAS ARGUMENTALES DE LAS CAMPAÑAS ELECTORALES

AUTORAS

Liisa Hänninen y Felisa Arribas Pérez
Universidad Complutense de Madrid (España)
liisaire@ucm.es y felisaarribas@telefonica.net

En Finlandia, los últimos comicios europeos 2014 para elegir los MEPS para el periodo parlamentario 2014-2019 fueron una réplica de las elecciones anteriores 2009 en cuanto a resultados por partidos y confirmaron el auge del nuevo nacionalismo radical, aparte de consolidar la posición de los conservadores. Las campañas electorales se basaron en repeticiones de ideas de las campañas anteriores, con pocas innovaciones creativas. Sin embargo, fueron realmente las elecciones europeas del verano 2009 marcaron un antes y un después en la política de muchos países, entre ellos Finlandia.

La pérdida de fuerza de los partidos de centro-izquierda e izquierda y el fortalecimiento de los movimientos nacionalistas junto con las voces de alarma sobre las posibles causas y soluciones de la crisis económica, además de una participación electoral baja fueron denominadores comunes en los comicios europeos. También en Finlandia, el centro-izquierda perdió votos, mientras que un partido de nueva creación, conservador y nacionalista, los Verdaderos Finlandeses ganaron 2 de los 13 escaños que el país tiene en el Parlamento Europeo.

Los resultados seguían la tónica europea, previsible y pronosticado por analistas europeas con varios meses de antelación a las elecciones. Sin embargo, las campañas electorales de los principales partidos finlandeses sorprendían en cuanto a sus mensajes e ideas creativas, en muchos casos muy distantes a la ideología tradicional y forma de comunicar de las agrupaciones, tendencia que se repitió en 2014, aunque con mayor moderación.

La estética *flower power* y los mensajes alegres y entusiastas de la Coalición Nacional, de tradición derechista, los mensajes individualistas de los candidatos del Partido Socialista, como por ejemplo “*A Europa no se va a hacer tonterías*” y la evocación de los tiempos duros del pasado mediante el uso de la “*Canción de la tierra hambrienta*” del Partido del Centro junto con las “*hadas-conciencia del pueblo*” de la Izquierda llamaron poderosamente la atención en la actual situación económica y política que requiere soluciones realistas y mensajes claros de los partidos políticos.

En el presente trabajo, mediante un análisis de contenidos centrado tanto en los mensajes verbales como en el uso de las imágenes y los símbolos, se analizan las líneas argumentales y la creatividad utilizadas por las principales fuerzas políticas finlandesas en los comicios europeos 2009 y 2014, tratando de comprender y explicar la disonancia entre la ideología manifiesta de los partidos y sus campañas electorales. Así mismo, para contextualizar el panorama político finlandés, se hace un breve recorrido por la historia política y nacimiento de los principales partidos en el país nórdico.

Palabras clave: Creatividad - Campaña electoral - Parlamento Europeo - Historia política - Finlandia

LAS IDEAS DE LA ANTIGÜEDAD CLÁSICA REFLEJADAS EN LA PINTURA NEOCLÁSICA

AUTORA

Elena Le Barbier Ramos
Universidad de Oviedo (España)
lemaria@uniovi.es

La mayoría de los pintores de la segunda mitad del siglo XVIII y principios del XIX trataron en sus obras las temáticas de la antigüedad, aunque con una finalidad, en muchos casos, bastante diferente. Gracias al descubrimiento de los yacimientos de Pompeya y Herculano y siguiendo en la mayoría de los casos las teorías artísticas propuestas por los teóricos como Winckelmann, los pintores neoclásicos trataron de reproducir en sus obras tanto la arquitectura y modelado de los personajes de la época clásica como sus ideales culturales, siendo la belleza y virtud una de sus características esenciales.

Somos conscientes del estudio de algunas de estas obras, pero la novedad de este trabajo radica en que aquí se analizarán diferentes pinturas neoclásicas considerando igualmente la iconografía musical representada como un aspecto esencial de la obra, ya que sabemos que la idea de la música fue muy relevante para estos autores, como lo fue para los clásicos. La aportación metodológica para este trabajo es igualmente novedosa ya que, como acabamos de señalar, los investigadores no suelen incluir en sus análisis la representación de la música ni los instrumentos musicales y por tanto se deja al margen un aspecto que consideramos esencial de la cultura de la antigüedad, la idea que engloba la expresión musical.

Muchas de las iconografías clásicas reproducidas por estos pintores incluyen aspectos musicales, tanto en las temáticas mitológicas como en las históricas. Así por ejemplo, junto a temas clásicos de la mitología como el cuadro titulado *Orfeo y Eurídice* de Louis Ducis o *Ariadna y Baco* de Antoine-Jean Gros, aparecen otros temas extraídos de la poesía clásica como *La Apoteosis de Homero* de Ingres o los dos cuadros de Jacques Louis David titulados *Los amores de Paris y Helena y Leónidas en las Termópilas*. Además de estas temáticas, hay una figura femenina que adquiere mayor importancia en esta época, nos estamos refiriendo a Safo, es lógico que la azarosa vida y muerte de la poetisa griega atraiga a numerosos artistas que la retratan en sus obras, como Jacques Louis David, Antoine-Jean Gros, Louis Ducis o Angélica Kauffman entre otros.

En las conclusiones se probará que a través de sus obras los artistas de la época neoclásica plasman las ideas de teóricos como Winckelmann; además se entenderán cuestiones importantes que los pintores tuvieron muy presentes en esta época un tanto convulsa, como la relevancia y significado de la elección del tema, su forma de ser tratado y cómo las ideas filosófico-culturales de los antiguos clásicos son retomadas por estos artistas de época neoclásica en muchos casos para sus fines sociales y políticos, temas que subyacen detrás de lo meramente visual.

Palabras clave: Antigüedad - Ideas Clásicas - Iconografía - Pintura Neoclásica - Iconografía Musical

LA DEGRADACIÓN DEL DISCURSO FEMENINO: LA LOCURA, LA IGNORANCIA, LA MORDAZA Y LA INQUISICIÓN

AUTORA

Elvira Luengo Gascón
 Universidad de Zaragoza (España)
eluengo1@unizar.es

Partimos de las teorías bajtinianas para el estudio del trabajo biográfico en la obra del escritor aragonés Benjamín Jarnés (1888-1949). La interrelación entre autobiografía y biografía, entre autor y personaje, entre el Yo y el otro, o los otros, como conocimiento personal y del mundo, o la creación artística, son factores que sustentan las biografías noveladas de nuestro autor. Junto a ello se contempla la preocupación jarnesiana por la vertiente teórica del género (Bajtín, 1929). Se expone brevemente la fundamentación teórica que defiende el pensamiento de Mijail Bajtín (1979) en lo que respecta a la biografía, tratando de poner de relieve la semejanza con la búsqueda jarnesiana. Todorov (1984) resume el pensamiento evolutivo del teórico ruso: “L’interhumain est constitutif de l’humain”: esta es la expresión más general de un pensamiento que no se reduce a la ideología individualista y por el cual Bajtín no ha cesado de buscar lo que puede aparecer ahora como diferentes lenguajes destinados a afirmar un único y mismo pensamiento.

Desde este punto de vista meta-bio-gráfico aparecen cuatro periodos y cuatro lenguajes: fenomenológico, sociológico, lingüístico e histórico-literario. La posición de Bajtín en relación a la historia de la estética señala en cuanto a la literatura que la obra es una pluralidad de voces, encrucijada y lugar de encuentros; la transtextualidad como una pertenencia a la historia de la cultura. En Jarnés es constante la muestra intertextual -intertextualidad paródica- y el dominio de una historia literaria y cultural en su escritura. En cuanto a la crítica, Bajtín anuncia una nueva forma: *La critique dialogique*.

En la tarea de *mise en abîme* que acometemos se pretende ir atravesando capas de una red intertextual cada vez más amplia y tupida. La escritura jarnesiana se nutre de esta materia, aumentada en el caso de las biografías de las cuatro vidas españolas noveladas del siglo XIX, *Vidas españolas e hispanoamericanas del siglo XIX* (Sor Patrocinio, Zumalacárregui, Castelar y Bécquer). Biografía y autoficción inevitablemente se rozan con lo cual la escritura y la vida se funden en una ficción que se convierte en metaficción.

Así, en la biografía de *Sor Patrocinio. La Monja de las Llagas* (1929) hemos destacado lo más significativo del personaje y del proceso seguido por el método jarnesiano hasta llegar a la revelación de los refinados métodos inquisitoriales, maestros en la devaluación del discurso femenino todavía en el siglo XIX.

Palabras clave: Biografías noveladas - Leyenda negra - Sor Patrocinio - Benjamín Jarnés - Inquisición

APROXIMACIÓN AL DISCURSO DEL PERDÓN: EL CASO DEL REY JUAN CARLOS TRAS LA CRISIS DE BOTSUANA

AUTORES

J. Pedro Marfil Medina y Julio César Pérez Herrero

Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)

jpmarfil@gmail.com y jcherrero@ucjc.edu

Como apunta Nicolaus Mills, en política, el perdón ha sido tratado como un anatema. El presente trabajo busca desarrollar una aproximación al discurso del perdón, sus principales marcos teóricos dentro de la retórica como medio para restaurar la imagen durante una crisis de comunicación. En él se prestará especial atención a los textos de William L. Benoit, autor de varios trabajos sobre la 'Teoría de la reparación de la imagen' y análisis de casos en los que una firma o personaje público ha visto comprometida su reputación.

Uno de los casos más interesantes que se pueden analizar en España sobre este asunto fueron las disculpas que en 2012, ofreció D. Juan Carlos, por entonces rey. En España, pedir disculpas no era una práctica muy común en la primera línea de la comunicación política, limitándose a la esfera de la gestión política local, donde la relación con los ciudadanos es más directa. Sin embargo en 2012, en un contexto protagonizado por la crisis económica y las reformas puestas en marcha por el ejecutivo de Mariano Rajoy, el rey Juan Carlos pidió disculpas tras un incidente durante una cacería en Botsuana. El suceso tuvo un gran impacto en la opinión pública española y en la percepción de la monarquía. Algunos días después, el monarca se disculpó. Este mensaje logró frenar la vorágine mediática en la que el jefe del Estado se vio inmerso tras el incidente. Las dos principales cabeceras del país valoraron de forma positiva el gesto del monarca.

Merece la pena reconocer que se trata de un caso singular. El perdón de D. Juan Carlos podría no considerarse un caso de perdón en la comunicación política, dado que el monarca no es un político o cargo electo. A pesar de ello, se ha considerado para su elección, el desempeño de la función como jefe del Estado, la proyección pública de su actividad y el seguimiento e impacto del caso que se analiza. De este modo se concluye que las palabras del entonces monarca y sus consecuencias supusieron un acontecimiento de relevancia e interés en el ámbito del perdón en comunicación política. Además, se trata de un ejemplo singular, dado que, hasta el momento, la mortificación o petición de disculpas era una estrategia de restauración de imagen poco usada en España. Más aún, es la primera ocasión en la que un monarca se disculpa públicamente.

Este mensaje sentó un precedente tras el cual políticos como Mariano Rajoy, Pedro Sánchez o Esperanza Aguirre han empleado esta estrategia de gestión de crisis para tratar de reparar su imagen.

Palabras clave: Discurso real - Perdón - Comunicación política - España - Juan Carlos I

CIBERESPACIO, RETÓRICA E INNOVACIÓN: EL CONOCIMIENTO DISTRIBUIDO

AUTOR

José Antonio Marín Casanova
Universidad de Sevilla (España)
jamarin@us.es

La tradición intelectual de Occidente va indisolublemente ligada al problema del conocimiento o ciencia de la realidad. Sin ello no se reconoce eso que pueda constituir la identidad occidental. Ahora bien, ese problema obviamente no se ha enfocado de la misma manera a lo largo de los tiempos. En los antiguos, se reparaba en el lado objetivo del genitivo: lo que preocupaba de la ciencia de la realidad era el *objeto* del conocimiento, la realidad. En los modernos, se reparaba en el lado subjetivo del genitivo: lo que preocupaba de la ciencia de la realidad era el *sujeto* del conocimiento, la ciencia. El *Faktum* de la antigüedad es la realidad; el de la modernidad, la ciencia. ¿Pero qué pasa tras el fin de la modernidad? Quizá el hecho principal que marca la propia “despedida de lo moderno”, sea el hecho tecnológico: las TIC son el *Faktum* de nuestro tiempo.

En el siglo XXI resulta que si queremos repensar el problema occidental de la ciencia de la realidad, nos encontramos con que no tenemos ciencia sin más y que tenemos una nueva realidad, una nueva realidad “no natural”. En efecto, la ciencia hodierna es tecnociencia y la nueva realidad es tecnológica. Esto es, la ciencia actual no sólo es producto intelectual sino actividad técnica, una acción transformadora y no meramente contemplativa, descriptiva o predictiva del mundo, una *intervención* práctica e innovadora, que crea un entorno más allá del natural (del “objetivo” espacio geográfico) o del cultural (del “subjetivo” tiempo histórico), un “tercer entorno” tele-real: el *ciberespacio*. Ambos sentidos del genitivo ya no pueden verse separados, toda vez que hoy el mundo no está lleno de hechos y observaciones, sino que es red de *acciones*. Los instrumentos condicionan la investigación: la ciencia surge de una acción intencional y no viene dada por el mundo.

El ciberespacio presenta la paradoja constitutiva de ser en él lo real virtual y lo virtual real. Esa paradoja *innova* la noción misma de conocimiento. El conocimiento en el ciberespacio es reticular en el doble sentido del genitivo. La red del conocimiento no es solamente una metáfora para ofrecer una imagen del conocimiento, sino que el conocimiento asume bajo esa metáfora la condición literal de reticular. La metáfora reticular del conocimiento deja de ser mero tropo, para pasar a ser constituyente del concepto de conocimiento. No se habla de “red del conocimiento” ya entonces en sentido figurado, sino que el conocimiento no puede ser figurado sin la noción de red. Y es que la Red ciberespacial comporta asimismo la distribución del conocimiento en el doble sentido del genitivo. Ya no es solamente que la Red sirva para distribuir el conocimiento como cualquier otro sistema de distribución, y nos representemos así el conocimiento, sino que el conocimiento en la Red se encuentra ya *distribuido*: el conocimiento reticular es un conocimiento intrínseca y sistemáticamente distribuido.

Palabras clave: Conocimiento – Innovación – Nuevas Tecnologías – Red hipertextual – Retórica

VUELVEN LAS CASTAS. SER, CONVIVIR O TRASCENDER EN LA CULTURA DIGITAL Y DE REDES

AUTOR

Francisco Javier Marín Marín
Universidad de Murcia (España)
orfeo.pan@gmail.com

Traspasada la barrera de “lo nativo” en el mundo digital, la comunidad educativa parece estar hoy conformada, ya casi en su totalidad, por agentes que, de una manera u otra, integran una sociedad de redes “a la nueva usanza”. El curriculum tradicional compite con la ponderación de méritos que casi se cuentan, en relación exponencial, por el número de iconos digitales en el que nuestra identidad tiene un “sitio” específico (desde nubes hasta canales, pasando por las identidades en las redes sociales más utilizadas).

¿Y si comparásemos el conjunto de identidades y plataformas que un individuo maneja con la pintoresca sociedad de castas que se generó a través del imaginario de América Latina en el período colonial? En este sentido, y como forma de conducir a los alumnos hacia el interés por la Cultura y las Humanidades, ofrecemos un análisis comparativo en el que simbolizamos los contextos digitales actuales con la compleja argamasa sobre la que se sustentaba una sociedad pasada. Ser aceptado y ser definido, saber tus límites de movimiento, quiénes están por encima y por debajo de ti, o llegar a trascender por elección o no, constituyen parámetros nada ajenos tanto para el ámbito social como para el mundo académico y de la innovación docente de nuestro tiempo. Y entre una y otra realidad, la propia semántica: ¿Qué son hoy las “castas”? ¿Cuántas personas pertenecen a cualquiera de ellas?

Mostraremos, al fin y al cabo, un contraste entre modelos y agentes sociales que se manejan por las grandes plataformas “de dominio público” (el uso público, y las potencialidades para ejercer influencia pública), fomentando en los estudiantes el espíritu crítico, la capacidad de análisis, la relación entre libertad y responsabilidad, y la necesaria sensibilidad para comprender hechos sociales y realidades culturales.

Palabras clave: Castas – Redes Sociales – Estudio comparativo – Trascendencia – Identidad cultural

PROMOCIÓN DE LA CREATIVIDAD DIALÉCTICA A TRAVÉS DE PRÁCTICAS INTEGRADAS EN LAS ENSEÑANZAS UNIVERSITARIAS DE DERECHO. ESTUDIO EXPERIMENTAL DEL MODELO TRIDIMENSIONAL DEL CONOCIMIENTO EXPANDIDO

AUTORES

María Méndez Rocasolano y Javier Belda Iniesta
Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)
mmrocasolano@ucam.edu y jbelda@ucam.edu

El modelo denominado, tridimensional del conocimiento expandido utiliza la dialéctica, la participación activa del alumnado, y el aprendizaje colaborativo, incorporando iniciativas innovadoras y creativas en la docencia. El proceso de enseñanza-aprendizaje se aborda conjuntamente entre los alumnos y el profesor, conectando con la realidad social, de forma que los tres agentes (de ahí el término tridimensional) se mueven en una constante retroalimentación conformando un proceso helicoidal enseñanza-aprendizaje-enseñanza.

Surge un diálogo a tres bandas, en el que se abre un espacio para la reflexión y la propuesta de nuevas formas de interpretar la docencia universitaria, donde la motivación del alumnado y la necesaria creatividad de los participantes se muestran como vitalizadoras herramientas de mejora.

Partiendo de este contexto, se explican los resultados y propuestas que se han obtenido en un proyecto de innovación docente que ha aplicado experimentalmente el método tridimensional de conocimiento expandido a través de la realización de prácticas multi e inter disciplinares de forma colaborativa. La experiencia se ha realizado en la Facultad de Derecho de la UCAM donde se ha puesto de manifiesto la definición de los extremos conceptuales de un modelo en fase de elaboración que potencia la creatividad y contribuye al desarrollo de una sociedad democrática avanzada expandiendo el conocimiento más allá de las aulas universitarias.

Las prácticas integradas se concretan en un contexto específico con la intención de potenciar el entendimiento epistemológico como proceso metacognitivo, sus implicaciones docentes y educacionales. Para ello se ha planteado como elemento integrador la Corte Universitaria de Derechos Fundamentales, en ella los alumnos estudian y resuelven la casuística propia de dicha sede, de forma que se integren prácticas de varias asignaturas, acercándose a la realidad de los Tribunales.

Siguiendo con la formulación triádica, las problemáticas y mejoras que propone la experiencia se vinculan con 1) el proceso de enseñanza aprendizaje, 2) con el ambiente y valores de los alumnos y además surge 3) una mejora y promoción de una sociedad democráticamente avanzada.

Palabras clave: Proceso de enseñanza-aprendizaje – Aprendizaje colaborativo – Motivación del alumnado – Creatividad – Prácticas integradas

ESCRIBIR EL MUNDO A TRAVÉS DE LA ARQUITECTURA CORPORATIVA

AUTORA

María Merino Bobillo
Universidad de Valladolid (España)
maria.merino@hmca.uva.es

Las empresas de principios del siglo XXI han conocido un cambio de paradigma. A los tradicionales factores de producción —tierra, capital y trabajo— se añade el poder que los ciudadanos han adquirido con la valoración que hacen de la misma. La buena imagen de la empresa, su reputación, se han convertido en activos intangibles del valor estratégico empresarial. La buena marcha de la empresa no depende ya solo de las decisiones gerenciales ceñidas estrictamente a la fabricación y a la búsqueda del máximo rendimiento. La empresa actual no puede evadir su responsabilidad social, es decir, su compromiso con las personas y con el lugar en el que se ubica.

El concepto de cultura empresarial se amplía y va evolucionando en concordancia con la evolución de los valores sociales. El discurso y la práctica de la cultura empresarial pasa por el del cuidado de la naturaleza. La conciencia ecológica ha entrado en la gestión de las empresas más modernas y lo hace a partir de diferentes aspectos que van desde la asunción de políticas medioambientales en la producción, hasta el modo de hacerse visibles a través del diseño de su arquitectura.

La arquitectura corporativa de algunas bodegas son una clara muestra de esta nueva sensibilidad. Se construyen en simbiosis visual con el paisaje en el que se insertan, camuflándose con él y escribiendo un nuevo modo de querer estar en el mundo y de ser vistos por las personas. Con su modo de hacer, no sólo construyen un edificio, sino un mundo nuevo en el modo de relacionarse con el paisaje y con los hombres. Escriben una nueva cultura.

Palabras clave: Cultura corporativa – Comunicación – Identidad corporativa – Ecología – Valores corporativos

APRENDIZAJE Y DESARROLLO DEL VIBRATO EN LOS ESTUDIOS DE CANTO

AUTORES

Ainhoa Merzero, José A. Ordoñana y Ana Laucirica

Conservatorio Fco. Escudero de San Sebastián, Universidad del País Vasco y Universidad Pública de Navarra (España)

amerzero@conservatorioescudero.org; jose.ordonana@ehu.eus y laucirica@unavarra.es

Una de las características más importantes del canto lírico es el vibrato y trabajararlo es uno de los principales objetivos del cantante en su proceso de aprendizaje. Se trata de un proceso natural de la voz y tiene lugar durante la creación del sonido. Se identifica en la zona laríngea, en donde se produce la vibración de las cuerdas vocales. Mediante la técnica vocal el vibrato se volverá más perceptible y se convertirá, así, en uno de los rasgos acústicos, técnicos y estilísticos más importantes de la voz. La regularidad del vibrato es considerada el mejor reflejo de la habilidad de un cantante, ya que en función de su aumento la voz percibida es más bella y el sonido de mayor calidad. Es una característica vocal muy importante en el aprendizaje del canto lírico, ya que está considerada como la puerta de inicio en la búsqueda del buen sonido, del correcto equilibrio entre los músculos y los órganos de fonación.

La presente investigación plantea el estudio de algunas características del vibrato vocal en el proceso de su adquisición: el momento en el que aparece en la voz del cantante, el proceso de producción, sus diversos tipos, la relación entre el aprendizaje y la aparición del vibrato, y algunos modos para su control. Su finalidad es generar conocimiento que ayude a docentes y estudiantes a comprender diversos aspectos como la adaptación, el control y la corrección del vibrato dentro del proceso de aprendizaje y a comprobar si la enseñanza de la técnica vocal aporta al alumnado una mejoría del vibrato o este se adquiere de un modo natural.

Para ello se realiza un cuestionario a 40 estudiantes de canto de entre 15 y 40 años de edad, de clasificación vocal variada, con actividad vocal y formación de diversos niveles. Obtenemos información sobre la relación existente entre la actividad vocal y la aparición del vibrato y entre la consecución de un vibrato correcto y el aprendizaje de la técnica vocal. Se encuentran diferencias intersujetos relacionadas con los diversos aspectos del vibrato vocal y verificamos que su técnica se regulariza en proporción directa a los años de estudio y a la intensidad de la actividad vocal. En relación a esta última encontramos que a mayor actividad vocal más pronta es la aparición de vibrato. Esto nos lleva a la conclusión de que la enseñanza incide directamente en la mejora de la producción del vibrato, ya que ayuda a realizar una actividad laríngea y abdominal conjunta y equilibrada.

Palabras clave: Vibrato vocal – Aprendizaje del canto – Técnica vocal – Educación musical – Autoconcepto en la interpretación musical

NUEVAS IDENTIDADES POLÍTICAS Y SOCIALES, NUEVOS CONTEXTOS COMUNICATIVOS. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA RETÓRICA CONSTRUCTIVISTA

AUTORA

Sara Molpeceres Arnáiz
Universidad de Valladolid (España)
smolpeceres@fyl.uva.es

La presente propuesta se enmarca dentro del Proyecto de Investigación 'RECDID: Retórica Constructivista y Discursos de la Identidad' (FFI2013-40934-R, 2014-2015-2016). Dicho proyecto, incluido dentro de la convocatoria de Retos de la Sociedad, tiene como objetivo principal estudiar la construcción discursiva de las distintas identidades que conforman la sociedad actual, prestando especial atención a las nuevas identidades emergentes y a los medios que utilizan para construir su identidad y transmitirla.

Hay ya autores (Montesano Montessori y Morales López, 2014; Morales López, 2014) que han puesto de manifiesto que el 15-M marca un punto de inflexión en cuanto al nacimiento de un nuevo discurso de cambio social en España. Las Elecciones Municipales y Autonómicas de 2015 han supuesto la materialización real de muchos de los aspectos que planteaba aquel primer discurso de cambio social, un discurso que se ha visto ahora ya no relegado a cauces comunicativos marginales, sino elevado a la categoría de discurso generalista y con acceso a unos medios de comunicación y de difusión de los que hasta ahora solamente eran partícipes los partidos políticos tradicionales.

El presente trabajo pone de manifiesto la transformación experimentada, a nivel discursivo, por estos grupos, que han pasado de ser una base social a ser una base electoral, y cómo este proceso se ha ido construyendo a través de los diferentes medios de comunicación y utilizando diferentes estrategias persuasivas que tenían como objetivo construir la identidad del grupo y extender dicha identidad a un posible electorado. Especial atención merecen los usos que los nuevos partidos políticos de base social hacen de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, particularmente el manejo de las redes sociales o la creación de discursos transmedia (las continuas referencias a la cultura popular actual, por ejemplo), así como la utilización de nuevas metáforas e imágenes sociales que han creado y que apelan a un electorado al que los medios tradicionales de comunicación ideológica parecen no llegar.

En resumen, en el presente trabajo, desde el marco teórico-metodológico que nos proporciona la Retórica constructivista, estudiamos cómo, a través del análisis comunicacional de diferentes discursos de estos nuevos grupos políticos (particularmente discursos de Pablo Iglesias y Manuela Carmena), estos han construido su identidad en contraposición a la identidad política tradicional que representa el bipartidismo y cómo, en este proceso de creación y transmisión de una nueva identidad sociopolítica, el distinto uso que estos nuevos partidos hacen de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías puede considerarse como un elemento determinante y diferenciador.

Palabras clave: Retórica constructivista - Comunicación persuasiva - Identidad social - Discurso político - Medios de comunicación

COMUNICAR EL *BRAND EQUITY*: MECANISMOS DE APRENDIZAJES CONDICIONADOS EN LA CREACIÓN DE ESTRATEGIAS CREATIVAS

AUTORES

Marian Núñez Cansado, Ana Sebastián Morillas y Daniel Muñoz Sastre

Universidad de Valladolid (España)

mariannc11@yahoo.es, ana.sebastianmorillas@gmail.com y danielmunozsastre@gmail.com

El *brand equity*, o valor marcario, es un concepto básico que cobra especial relevancia en los años 80. Su verdadera fuerza radica en su capacidad para establecer claras diferencias en el mercado ante los ojos del consumidor. Es un concepto que depende de la percepción del receptor, e influye en la opinión y en la forma de actuar respecto a la marca. Por lo que podría ser adoptado como un indicador de ventas.

Se trata de un valor activo intangible que refleja la relación existente entre el consumidor y la marca, relación que está sujeta a múltiples variables, entre ellas la propia experiencia y personalidad del sujeto. Esta circunstancia convierte esta labor en un difícil problema a resolver para el marketing que en muchas ocasiones soluciona en torno a las estrategias creativas de campañas publicitarias.

El trabajo académico ha proporcionado diferentes modelos para medir el valor de la marca dependiendo del enfoque en su medición, y basados principalmente en el valor financiero y/o en del consumidor. Metodologías como el Modelo de análisis conjunto de *Green & Srinivasan*, Modelo de *Farquhar*, y el Modelo de *Aaker*, han proporcionado análisis especializados en la percepción del consumidor y el efecto en la elección de una marca, teniendo en cuenta factores como los niveles de ganancia, factores económicos, etc. Pero todos ellos han dejado de lado el análisis del mecanismo que subyace al verdadero comportamiento del consumidor. Comunicar el *brand equity* supone diseñar estrategias creativas acordes con los aprendizajes del sujeto receptor.

Desde la perspectiva conductista presentamos estos mecanismos, que son vitales a la hora de crear estrategias creativas, que permitan diseñar y comunicar el verdadero valor de la marca. Las teorías conductistas presentan una perspectiva del comportamiento del consumidor que nos permite analizar desde el ámbito de la psicología el verdadero comportamiento del receptor ante los múltiples mensajes de *brand equity*.

La descripción de los mecanismos de aprendizaje desde las distintas posturas conductistas: aprendizaje clásico, operante e instrumental, marca pautas esenciales a tener en cuenta a la hora de crear mensajes publicitarios coherentes con los factores fundamentales del valor de marca.

Presentaremos en esta comunicación los mecanismos de aprendizaje condicionados que tienen lugar en los procesos de: el conocimiento de la marca, las asociaciones de marca y la calidad percibida, pilares esenciales en la comunicación del *brand equity*.

Palabras clave: *Brand equity* – Aprendizajes condicionados – Estrategias creativas

LA DISCRIMINACIÓN POR CUESTIÓN DE GÉNERO EN LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS DE LA ESPAÑA DEL SIGLO XX: ESPECIAL REFERENCIA A LA COPLA ESPAÑOLA

AUTORA

Rosa Peñasco Velasco

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

rosap@der.uned.es

Es posible que al principio, resulte chocante la unión de leyes y coplas en el estudio de la discriminación por cuestión de género, en la España del S. XX. Sin embargo, como profesionales no deberíamos olvidar que tanto el derecho como el arte nacen del pueblo, y es el pueblo el que de una forma u otra, va a plasmar en su música una realidad tan esperpéntica, como la tremenda discriminación y la falta de derechos de las mujeres. Así, el “Romancero de la otra” y su estrofa *“No tengo ley que me abone y a escondidas me alimento de tus besos y tu pan. Yo soy la otra, la otra y a nada tengo derecho porque no llevo un anillo con una fecha por dentro”*, pone de manifiesto la ausencia de derechos de las parejas no legalizadas y cómo era la mujer la que no tenía derecho a alimentos ni a ninguna otra expectativa jurídica, simplemente por carecer de aquella legitimación. Aún resulta mucho más ilustrativa, la escalofriante estrofa de *“Y sin embargo te quiero”*: *“Sabes que tienes un hijo y ni el apellido le vienes a dar”*, pues, canciones aparte, no hace sino manifestar la deleznable consecuencia jurídica que supone la filiación extramatrimonial no reconocida, la falta de derechos que tenían tanto las madres como los hijos –entonces ilegítimos- y la discriminación social que esta realidad suponía para ambos de por vida.

Por tanto, los principales objetivos del análisis histórico-artístico-jurídico y en consecuencia multidisciplinar, consisten en plasmar y dar a conocer a través de la simbiosis derecho-copla, las múltiples discriminaciones sufridas por las mujeres en todos los ámbitos de su vida, pero, fundamentalmente, en aquellos que tenían consecuencias jurídicas porque determinaban el conocido como Estado Civil o situación jurídico-personal. La metodología empleada para tal fin, consistirá en hacer un recorrido por el Estado Civil de la mujer o por estas circunstancias personales con relevancia jurídica en las que una persona puede encontrarse a lo largo de su vida (nombre, apellidos, nacionalidad, soltería o matrimonio, vecindad civil, consentimiento matrimonial, nulidad, separación o divorcio, maternidad, ausencia, defunción y etc.). A su vez, para transmitir cómo se ha configurado el Estado Civil de la mujer en la España del s. XX, será más que interesante utilizar métodos tan aparentemente dispares como el breve estudio de la legislación de la época, ejemplificado con letras de conocidas coplas españolas.

Así, podríamos ilustrar con derecho y coplas, la vida de la mujer y su Estado Civil en la España del s. XX. Y así, a través de este estudio histórico-artístico y jurídico, podemos conocer un poco más nuestra historia y de nosotros mismos, ya que *“ahora somos por lo que fuimos y sólo seremos, conociendo cómo somos”*. Pasado, presente y futuro tienen una cita gracias a la creatividad que nos brindan las tórridas letras de las coplas.

Palabras clave: Discriminación género - Estado civil - Copla - Derecho de Familia - Leyes

UTOPIA DE UN HOMBRE QUE ESTÁ CANSADO

AUTOR

Antonio Rabazas Romero

Universidad Complutense de Madrid (España)

arabazas@ucm.es

Andréi Tarkovski (1932-1986) en su película *Stalker* (1979) propone un discurso independiente del relato visual, evocador, indeterminado en los sucesos y en los diálogos, a veces incongruente, otras, contradictorio, las más, digresiones paralelas a lo que muestra la cámara frente al relato argumental. No voy a repetir los comentarios realizados desde la crítica cinematográfica, mi principal objetivo es ampliar un poco algunas referencias y puntos de vista conceptuales, que esta obra compleja es capaz de suscitar en y desde las artes visuales. Intentaré relacionar algunas de estas obras con las cuestiones esenciales que trata Tarkovski en su película. Seguiré el modelo de “Las iluminaciones” profanas que tanto defendía Benjamin. Las iluminaciones, colecciones o conjuntos de imágenes, nos preguntan sobre nuestra capacidad de ver entre, o de ver más allá.

Enumeraremos algunas: La errancia y el vagabundeo de R. Walser, como método de creación. Las formas de desaparición, como nos cuenta W.G. Sebald, o las denominadas poéticas de la extinción. P. Brueghel el Viejo, lo hizo vivible en su pintura *La parábola de los ciegos*, como la ceguera blanca que tan bien describiera J. Saramago en su *Ensayo sobre la ceguera*. Sobre la transcendencia: *El paso de la laguna Estigia* de J. Patinir, (1520-1524), Caronte, el agua, el mensajero, entre lo material y lo espiritual.

Del paisaje como enigma, *La tempestad* (1508) de B.C. Giorgione (1477-1510) El paisaje moderno, el ensueño, los personajes como invitados de piedra, la fugacidad, el agua, el aire y las historias que se desvanecen. Del Paisaje holandés, con su tranquila transición del agua, las nubes, la lluvia, la nieve y el mar, a la naturaleza translúcida de *La muerte de Ofelia* de J.E. Millais (1851–1852) y el paisaje terrible, sublime del *Mar de hielo* de C.D.Friedrich (1774-1840) para cerrar el círculo con “El árbol” de la *Adoración de los Magos* (1481-82), de Leonardo da Vinci, y la soledad, desolación, melancolía del árbol seco, y el cuento del monje que lo regaba, del primer plano secuencia de la película *Sacrificio* de Tarkovski.

Como conclusión *Stalker* es una gran alusión indeterminada, sobre lo que conocemos, lo que creemos y lo que queremos. Los personajes caminan y hablan sobre el papel del arte, de la ciencia, de la cultura, duermen y sueñan. El *Stalker*, es el único capaz de orientarse en ese territorio movedizo que es la Zona. El artículo pretende sólo señalar algunos de estos problemas y quizás plantear otros.

Palabras clave: Arte - Cine - Ensayo visual - Tarkovski - *Stalker*

JUAN LARREA HOLGUÍN Y LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

AUTOR

Juan Carlos Riofrío Martínez-Villalba

Universidad de Los Hemisferios (Ecuador)

jcriofrio@gmail.com; juancarlosr@uhemisferios.edu.ec

Analizamos aquí la visión de la universidad de Mons. Juan Larrea Holguín. Tal visión se encuentra recogida principalmente en cuatro de sus libros y en varias anécdotas su vida, que son el corpus de este estudio.

La estructura del análisis es la siguiente:

1. Se inicia delimitando el fin último objetivo y subjetivo de la labor académica, que es el que marcará cuáles son los caminos para llegar a ese fin.
2. Al ser el fin último objetivo el acceso a la verdad universal, se estudia en primer lugar “el amor a la verdad” y todas las virtudes que ello implica.
3. Luego se da cuenta de la visión de libertad y responsabilidad, de pluralidad y sentido que tiene la labor universitaria en la mente de Larrea.
4. A partir de ahí se analizan otras virtudes como el orden, la disciplina, la exigencia, la magnanimidad, la fortaleza y la valentía en la propagación y defensa de la verdad. La ponencia termina con unas breves conclusiones.

La visión de Larrea sobre la universidad la encontramos fundamentalmente en cuatro obras: *Doctrina para vivir* de 1986, *Nuevo Catecismo Universal* de 1993, *Educación ética y cívica* de 1993, y, *Derecho constitucional*, tomo I, del año 2000, donde trata de forma técnica el derecho constitucional a la educación. Además, pueden hallarse referencias parciales en otras conversaciones o discursos suyos, y en varias anécdotas de su vida que iremos hilando al paso. Este será nuestro *corpus* de estudio.

La estructura de la investigación es la siguiente:

- I. La finalidad de la labor universitaria
- II. Amor a la verdad
 - a) Confianza en la verdad
 - b) Esfuerzo y valentía en la conquista de la verdad
 - c) Hacer amable la verdad
 - d) Humildad en la investigación y en la enseñanza
 - e) Fidelidad al Magisterio de la Iglesia
- III. Libertad y responsabilidad, pluralismo y sentido
- IV. Orden, disciplina y exigencia
- V. Espíritu de servicio y de cooperación
- VI. Magnanimidad, audacia y fortaleza en la propagación de la verdad
- VII. Conclusiones
- VIII. Bibliografía

Palabras clave: Educación superior - Academia ecuatoriana – Cátedra – Docencia-Pedagogía

EDUCACIÓN INFORMAL DIRIGIDA A DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS DESDE EDADES TEMPRANAS

AUTOR

Gabriel Rodríguez Garnica

Universidad de La Rioja (España)

gabriel.rodriguez@alum.unirioja.es

Está comprobado que se puede educar en emprendimiento desde edades tempranas y que es compatible con hacerlo de forma divertida, con metodologías innovadoras y participativas, que sean motivadoras y descansen en vivencias y experiencias reales. Con todo ello los niños y las niñas anclan los conocimientos de forma natural, casi inconscientemente.

Además, resulta importante que las metodologías de enseñanza se adapten a cada persona, movilicen sus inteligencias múltiples y permitan el desarrollo de su autonomía personal para aprender.

También, se acepta con carácter general que se educa bien y perdura cuando todos los agentes (persona, familia, profesorado y sociedad) contribuyen en esta tarea aportando lo mejor de cada cual.

Todos estos elementos citados se han tenido presentes para diseñar, probar y evaluar el proyecto formativo de educación informal diseñado. Las actividades realizadas han exigido a los niños y a las niñas no sólo saber y adquirir conocimientos indagando con las TIC, sino también aprender haciendo y saber ser estando en contacto con su grupo y con la persona emprendedora, en la visita a la empresa o en el debate de la película y en el taller de creatividad.

Movilizar su talento hacia u objetivo concreto, trabajar en equipo, innovar y cooperar han sido decisivos para lograr resultados originales y aprender significativamente. Los principales rasgos diferenciadores de nuestro proyecto educativo son que es: innovador, multidisciplinar, práctico, abierto, flexible e inclusivo, desarrolla habilidades valiosas (ejecutivas, comunicativas,...) en los niños y las niñas. Además, es fácilmente replicable, generando un importante impacto económico y social en el ecosistema.

Palabras clave: Educación informal - Aprendizaje experiencial – Emprender - Educación primaria - Desarrollo habilidades ejecutivas

LA PRESENCIA RETÓRICA DE GÉNEROS DE AUTORREPRESENTACIÓN EN EL AULA UNIVERSITARIA

AUTORES

Margarita Esther Sánchez Cuervo y Francisco Alonso Almeida

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

margaritaesther.sanchez@ulpgc.es y francisco.alonso@ulpgc.es

Este trabajo analiza la presencia retórica en un conjunto de autorretratos en la práctica del aula universitaria. Se ha definido la presencia como una estrategia retórica que implica la elección deliberada de un elemento sobre otro con el fin de afectar al auditorio (Perelman and Olbrechts-Tyteca 1969: 115-120). Además de la selección de determinados componentes, la presencia es una actividad que se asocia con la manera en que estos se presentan, es decir, con cómo se amplifican ciertos términos a lo largo de la argumentación para captar la atención de dicho auditorio. El autorretrato, que se enmarca dentro del género de autorrepresentación, tiene como fin darse a conocer ante el profesor. En este estudio, se analizan las estrategias retóricas más utilizadas por los estudiantes para saber los mecanismos que seleccionan y cuáles prefieren omitir durante la presentación de su retrato. Una vez concluido el análisis, se puede identificar la presencia a partir de la combinación de la selección y presentación de estos elementos que permiten la caracterización retórica de este discurso (Gross y Dearin, 2003).

El estudio se ha propuesto para estudiantes de primer curso del Grado de Educación Infantil de la Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España), en el marco de la asignatura *Comunicación oral y escrita en lengua inglesa para el desarrollo profesional*. El nivel de inglés se corresponde con un B1 según el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas (MCERL). El corpus para realizar este trabajo consta de ochenta ensayos de alrededor de cien palabras que contienen autorretratos, donde los estudiantes escriben, entre otros temas, sobre sus datos personales, sus aficiones y la vestimenta que prefieren. La metodología ha sido cuantitativa y cualitativa, basada en el análisis manual de corpus pequeños de textos. Se ha seguido la formulación de microactos de retórica desarrollada por Kaufer, Ishizaki, Butler y Collin (2004) para comparar elementos de selección y omisión en los textos estudiados.

En las conclusiones preliminares predomina una imagen positiva de los estudiantes, caracterizada por el uso de la primera persona y la autorrevelación de datos en expresiones como “I think”, “I like”, “I prefer”; también destacan la interactividad con el lector y las expresiones de sentimientos y de afecto a través de intensificadores como “really” y “very”. Puesto que es el profesor quien evalúa estos ejercicios, se cuestiona hasta qué punto el alumnado plasma una versión sincera de sí mismo, o si selecciona y/o elimina elementos importantes de su personalidad y su experiencia con el fin de satisfacer las expectativas del lector. Se ofrecen también futuras propuestas de trabajo a través de la comparación de la presencia retórica en otros tipos de género de autorrepresentación, como el ensayo de opinión, el diario y la carta de presentación.

Palabras clave: Presencia retórica – Géneros de autorrepresentación – Argumentación – Enseñanza del inglés – Enseñanza superior

CULTURA, RELIGIÓN Y MARKETING, APROXIMACIÓN A UNA NUEVA REALIDAD EMPRESARIAL: CASO TURISMO HALAL EN ESPAÑA Y PERÚ

AUTORA

Pilar Sánchez González

ESIC, Business & Marketing School de Madrid (España)

pilar.sanchez@esic.edu

Cuando se piensa en Marketing se hace partiendo de la diferenciación. En la actualidad, se trata de buscar nuevas estrategias, de ser más competitivos, de microsegmentar, de realizar acciones *one to one* y de ser emprendedores en la búsqueda de nuevos mercados. Se buscan nuevas variables o al menos nuevas valoraciones de antiguas variables, que consigan cambios en los comportamientos del consumidor y fidelizarlos.

En este caso se trata de analizar la relación que tiene el Marketing con la Cultura y la Religión en un sector empresarial concreto: el Turismo. Y específicamente con el Islam, es decir Turismo Halal. La relación entre Turismo e Islam es clara, el Islam supone una forma de vida y el Turismo forma parte de ella, de hecho uno de los 5 pilares, en los que se sustenta dicha religión, es la peregrinación a los santos lugares.

El turista musulmán viaja por el mundo necesitando unas características específicas en los establecimientos que utiliza. El Marketing se ha percatado de ello y elabora estrategias ad-hoc para este microsegmento, al fin y al cabo *se compra y se viaja como se reza*.

Este trabajo trata de analizar el Turismo Halal en dos países concretos, España y Perú. Ambos con trayectoria histórica empresarial del sector turístico en auge. Por otro lado les diferencia los entornos continentales, étnicos, culturales, religiosos y de desarrollo económico. Un país emergente frente a la *vieja Europa*. Dos mundos, dos realidades y una microsegmentación glocal: el turista musulmán como objetivo empresarial.

Palabras clave: Marketing - Cultura - Religión - Islam - Turismo *Halal*

PODER Y MECENAZGO EN LA ARQUITECTURA DEL AZÚCAR EN ANDALUCÍA ORIENTAL. EL DUQUE DE SAN PEDRO DE GALATINO Y LA FÁBRICA AZUCARERA DE LÁCHAR (GRANADA)

AUTOR

Francisco José Sánchez Sánchez
Universidad de Granada (España)
francisco63@telefonica.net

La comunicación estudia la vida y obra del propietario, empresario y político granadino, Julio Quesada Cañaveral y Piédrola que fue Señor de Láchar, Conde de Benalúa y de las Villas, Duque de San Pedro de Galatino y Grande de España.

El estudio se centrará en la arquitectura del azúcar generada en la Vega de Granada después del año 1882, analizando con máximo detalle la historia y las tipologías funcionales constructivas que se manifiestan en la azucarera por él levantada, la denominada fábrica de azúcar “Conde de Benalúa” en dicha localidad de Láchar (Granada), que era de su propiedad.

Nació el Conde de Benalúa en Madrid, el 30 de octubre de 1857. Perteneció al partido conservador, siendo Diputado a Cortes por Huelva y Granada. Fue Senador por Granada, convirtiéndose en vitalicio como Grande de España, a partir del año 1905. Se casaría con María de la Concepción Miró, enviudando en 1900 y contrayendo un segundo matrimonio con Fernanda Salabert y Arteaga, Marquesa de Valdeolmos y viuda del Conde de Villagonzalo, no tuvo descendencia, y por tanto, los títulos pasaron a los descendientes de su hermana María Angustias, y la mayor parte de lo que quedaba de su fortuna, a su segunda esposa que le sobrevivió hasta 1945. Construyó en el año 1890 en Láchar una fábrica de azúcar nombrada Fábrica Conde de Benalúa, además de otra de electricidad y una línea de ferrocarril privada que unía la azucarera de remolacha con la estación de Íllora (Granada).

El Conde siempre tuvo problemas económicos o mejor dicho financieros, debido a las numerosas dificultades derivadas del desarrollo de sus iniciativas o proyectos empresariales. Le ayudarían siempre sus amigos, la Banca Rodríguez-Acosta, mediante tres procedimientos: el préstamo hipotecario, el pagaré avalado por dos firmas y la pignoración del azúcar producido en su fábrica de Láchar. Falleció en Madrid el 15 de julio de 1936 siendo trasladado su cadáver a Granada.

Palabras clave: Arquitectura, Paisaje industrial, Patrimonio azucarero.

REPRESENTACIÓN DE LAS MARCAS PUBLICITARIAS EN *LOS SIMPSONS*

AUTORAS

Esther Simancas González y Alba García Hidalgo

Universidad de Cádiz (España)

esther.simancas@uca.es y alba.garciahidalgo@alum.uca.es

Más allá de ser una serie de culto, *Los Simpsons* han llegado a convertirse en un fenómeno social. Seguida tanto por público infantil como por público adulto, la serie de animación estadounidense con más entregas de la historia (25 temporadas completas, con un total 574 capítulos y 61 extras) cuenta con más de 40 millones de televidentes semanales en más de 25 países (Marta y Tovar, 2011).

Su repercusión y éxito a nivel mundial así como su peculiar manera de retratar, a partir del humor ácido y la ironía, la cultura occidental y en concreto la norteamericana (Grandío, 2008) han hecho que se haya convertido en objeto de estudio de multitud de investigaciones, interesadas en diferentes aspectos de la misma: influencia de la serie en los telespectadores de temprana edad, comportamiento y estereotipos sociales de los personajes, representación de la sociedad,...Pero hasta ahora, la serie no había sido abordada científicamente desde una perspectiva publicitaria.

Si en *Los Simpsons* se alude y refleja la realidad social, no es de extrañar que la publicidad, uno de los elementos cotidianos más característicos de nuestra sociedad, esté presente en la serie. Esta investigación pone el foco en las marcas publicitarias, al ser uno de los elementos cruciales del universo publicitario descrito en *Los Simpsons*, y se pregunta: ¿cuál es la finalidad u objetivo de la representación de las marcas publicitarias en *Los Simpsons*?, ¿se hace alusión a marcas reales?, ¿se pretende hacer publicidad de las marcas o, al contrario, criticarlas?

Para responder estas preguntas, se ha empleado el análisis de contenido, teniéndose en cuenta un conjunto de variables destinadas a analizar la identidad visual corporativa de las marcas que aparecen en la serie y a averiguar qué tipo de técnicas publicitarias se emplean. Además, también se han tenido en cuenta otras variables que contribuyen a una mayor contextualización de las mismas, como por ejemplo, el uso que se hace de una marca determinada o los comentarios de los personajes relacionados con dicha marca.

Los resultados y las conclusiones apuntan a que las marcas que aparecen en *Los Simpsons* son representaciones de marcas reales, a las que se le hacen pequeñas variaciones en algún elemento de la identidad visual corporativa para ser criticadas en alguno de sus elementos esenciales o más reconocibles. La mayoría de las representaciones de marcas se hacen de forma indirecta y sutil, a través de la técnica publicitaria del *product placement*, con el objetivo de que esta crítica sea aún más mordaz, ya que de esta forma la marca forma parte de la trama y de la vida cotidiana de los personajes.

Palabras clave: Publicidad – Los Simpsons - Crítica – Contrapublicidad – Marca publicitaria

EL ANÁLISIS DEL DISCURSO COMO HERRAMIENTA PARA EL ANÁLISIS Y LA PRODUCCIÓN CREATIVA EN EL DISEÑO DE LA INFORMACIÓN

AUTORA

Martha Tappan Velázquez

Universidad Anáhuac México Norte (México)

mtappan@anahuac.mx

Este artículo presenta las exploraciones teóricas y prácticas del curso *Análisis creativo* impartido a lo largo de una década en la Maestría en Diseño de la Información de la Universidad Anáhuac México Norte.

La escritura es la forma de la expresión que media la relación entre el análisis y la producción discursiva. Por escritura entendemos un sistema semiológico integral que comprende no sólo el análisis de textos sino del contexto de su emisión, producción y recepción (Harris, 1999). De acuerdo a esta propuesta, los formatos en los que se materializa la escritura son parte constitutiva del sistema integral de comunicación. Este hecho es relevante cuando el horizonte de enunciación del discurso es el diseño de la información.

Lo anterior se asienta a través de la reformulación del signo saussureano propuesta por el lingüista Lois Hjelmslev en donde el modelo de signo se concibe como una entidad integrada por una sustancia que adquiere una forma material, la *expresión*; y una sustancia que adquiere una forma conceptual, el *contenido*.

Siguiendo la lógica de la corriente estructuralista, se parte de la identificación de las unidades mínimas de sentido y su articulación en unidades más complejas a través del análisis de una selección de piezas literarias cuyo común denominador es una clara alteración del discurso que subvierte alguno de sus niveles (morfosintáctico, semántico o pragmático). El estudio de estos ejemplos revela cómo en esa desviación de la norma se genera la experiencia estética de la sorpresa, rasgo esencial de las producciones creativas (Koestler, 1998).

Si hasta aquí se ha establecido el juego poético que nace del correlato *forma de la expresión / forma del contenido*, avanzamos a un nivel superior de análisis al introducir el modelo de las *funciones del lenguaje* propuesto por el lingüista Roman Jakobson. Este modelo permite comprender cómo se articula la intención de un mensaje y esclarece el sentido de categorías teóricas como *género* y *estilo*. Asimismo, permite explorar las posibilidades creativas que tienen las funciones metalingüísticas y fática en la producción discursiva. Por otro lado, este modelo permite introducir la dimensión denotativa y connotativa del significado y considerar la naturaleza de las producciones creativas desde la exploración de las tensiones generadas entre la función referencial y la función poética (Beristáin, 1992).

Finalmente, se presenta el modelo que describe el entramado textual a través de las categorías de adecuación, coherencia y cohesión (Halliday, 1976) a modo de recapitulación de los modelos anteriores y punto de partida de una serie de ejercicios de exploración discursiva (es decir, la generación de producciones creativas por parte de los alumnos) cuyos resultados entran en el amplio rango de posibilidades del universo llamado diseño de la información.

Palabras clave: Semiología integracional – Funciones del lenguaje – Formatos de escritura – Coherencia textual – Cohesión textual

LA INFLUENCIA DE LAS CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS PERSONALES DEL EMPLEADO EN LOS COMPORTAMIENTOS DE CIUDADANÍA ORGANIZACIONAL

AUTORAS

María Mayela Terán Cazares, Mónica Blanco Jiménez y María Eugenia García De La Peña
Universidad Autónoma de Nuevo León (México)
mayela.teran@gmail.com

El presente estudio analiza la relación entre las características demográficas personales del empleado, las cuáles son definidas en este estudio en relación a la edad, el género, la escolaridad, el estado civil y la religión de la persona y cómo influyen estas en los comportamientos de ciudadanía organizacional. Se estudió una muestra de 805 empleados de diferentes niveles en 3 dependencias públicas relacionadas con el área social, la muestra seleccionada corresponde a directores, coordinadores, jefes de unidad y apoyo administrativo los cuáles tenían un contacto directo con la comunidad en su apartado social, en esta investigación se prueba la relación de las mencionadas características demográficas personales individuales, en los comportamientos ciudadanos, los cuáles son aquellos comportamientos extra rol que el empleado manifiesta fuera de sus actividades o roles establecidos, este comportamiento se analiza a través de las dimensiones identificadas en los estudios de Dennis Organ (2006) denominadas ayuda, lealtad, iniciativa, virtud cívica y auto desarrollo.

El análisis de los datos se desarrolló a través del estudio discriminante en el que se muestra como los diferentes comportamientos ciudadanos tienden a ajustarse en virtud de la relación en cada una de las características demográficas personales del empleado, esto significa que el analizar en los puestos una característica demográfica específica puede proveer a la dependencia social una guía informativa para la selección de personal en ciertas áreas en donde se requiera un comportamiento o conducta específica.

La importancia de este estudio radica en entender cómo los cambios en la conducta del empleado están vinculados a sus propias características demográficas personales, los cuales a través de su vida van influyendo en sus comportamientos.

Palabras clave: Características demográficas personales – Comportamiento de ciudadanía organizacional

GUION DE VIDA DE TERESA DE CEPEDA Y AHUMADA, SANTA TERESA DE JESÚS

AUTORA

Carmen Thous Tuset

Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (España)

carmenthous@gmail.com

Teresa Sánchez de Cepeda Dávila y Ahumada era el nombre de Santa Teresa de Jesús, Santa Teresa de Ávila y este año 2015, se celebra el V aniversario de su nacimiento. En este artículo se analiza su “guion de vida” desde la metodología humanista, de acuerdo a la teoría del Análisis Transaccional del doctor Eric Berne. Estudiaremos la razón por la cual llegó a ser una religiosa, y cómo posteriormente su vida experimentó un gran giro, naciendo Teresa de Jesús que fundó las carmelitas descalzas y mostró al mundo toda su fecundidad espiritual, mística y literaria.

A diferencia de otros modelos, el Análisis Transaccional observa los hechos registrados, siendo sencillo y muy predictivo, brindando las claves para el estudio de la personalidad, conducta y la interacción que mantuvo con otras personas Santa Teresa, doctora de la Iglesia católica, hecho que nos permite conocerla mejor aún.

Eric Berne defendió que las personas realmente actúan en su vida siguiendo un argumento prestablecido por otros y que es similar al de una obra dramática. Es lo que entendemos por el “guion de vida”, que contiene lo más significativo que le va a suceder. Es desarrollado en la primera infancia bajo la influencia parental, que dirige la conducta del individuo en los aspectos más importantes de su vida, y es reforzado por las diferentes experiencias y acontecimientos que el niño va viviendo a medida que crece.

Estudiaremos la vida de Santa Teresa de Jesús bajo este prisma del guion. El conjunto de múltiples estudios y análisis escritos por otros autores desgraciadamente enmarañan y recrean subjetivamente la realidad que vivió Teresa. Por este motivo, este análisis se basa principalmente en los libros escritos por ella misma y también en la investigación histórica de su época, el gran siglo de oro español. Especialmente importante ha sido estudiar su propia biografía, libro que ella no sabía que iba a ser publicado posteriormente, y que por tanto, nos muestra la realidad tal cual ella la vivió y sintió. Además, se estudia la figura e influencia de sus ancestros quienes nos aportan claves fundamentales para conocer a Santa Teresa. Su madre escribe la parte espiritual, religiosa y mística de su hija. Su padre, representará el aspecto más mundano, pero también su fondo obediente y humilde. Ambos nos aportarán también respuestas y nos harán entender a Teresa.

Eric Berne nos dijo que afortunadamente, los guiones de vida no están cerrados, y pueden ser modificados. Este cambio sólo se realiza cuando la persona decide ser uno mismo, reescribiendo el guion con los deseos legítimos según los que la persona quiere vivir su vida. Sabemos que Santa Teresa lo hizo, pero cuando tenía más de 40 años y su padre había muerto. Es entonces cuando su tercera “huida” será la definitiva, afrontará la vida que quiere, no su inicial guion, y será Santa y doctora.

Palabras clave: Análisis Transaccional - Guion de vida - Cupones del guion - Posición existencial - Mandatos

NUEVOS CONCEPTOS EN RELACIÓN CON EL APRENDIZAJE Y LA CULTURA DE LAS ORGANIZACIONES

AUTORA

Mireia Tintoré Espuny

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mtintore@uic.es

En el marco de las Ciencias Humanas y de las Ciencias Sociales, el aprendizaje de las organizaciones es un tema que se abre paso con fuerza. El objetivo de este trabajo es ahondar en algunos conceptos básicos relacionados con el aprendizaje organizativo que suelen aparecer en la bibliografía habitual sobre el mismo y que ayudan a situarlo y a orientar las investigaciones. Llamamos “nuevos” a estos términos para diferenciarlos de otros ya clásicos en la literatura organizativa y también por otra serie de motivos. En primer lugar porque muchas veces se trata de auténticos neologismos. En otros casos, porque son conceptos que se emplean en la literatura organizativa con una acepción que no es la habitual en otras disciplinas. Y finalmente porque muchos de ellos adoptan una carga metafórica que hace nuevo su significado.

Cuando el investigador se introduce en el mundo del aprendizaje organizativo y las “organizaciones que aprenden” empieza por analizar los conceptos clave en torno a estas dos teorías. Es habitual detenerse en términos como “aprendizaje”, aprendizaje de bucle simple, de doble bucle o de bucle triple, “conocimiento” y otros conceptos de índole similar. Pero otras palabras o imágenes, a fuerza de ser utilizadas, se han introducido con fuerza en la bibliografía organizativa. Nos referimos a términos como “barreras y rutinas defensivas”, “desaprendizaje”, “dilemas de aprendizaje”, “trampas de competencia”, “mathofobia”, “filomathia”, “sintropía”, “entropía” “capacidad de absorción” o “ciclos de aprendizaje incompletos”. Y junto a ellos, conceptos más sofisticados como la llamada “ley de Albrecht”, la “técnica de la columna izquierda” o el “principio de negatividad organizativa”. También a imágenes y parábolas como las de la “rana hervida”, o el problema del “enemigo externo” señalados por Senge, o “la incompetencia competente” que elabora Argyris.

Nuestro trabajo define y explica estos términos con los que nos hemos topado en el curso de nuestras investigaciones, y que nos parecen dignos de ser tenidos en cuenta porque ayudan a describir y entender el panorama a veces confuso de las todavía jóvenes teorías organizativas.

Algunos de estos términos tienen autores conocidos, de otros no somos capaces de rastrear el origen pero sí podemos señalar quién o quiénes han sido sus máximos difusores. Lo que está claro es que se trata de terminología muy característica del ámbito de las “organizaciones inteligentes” y por eso hemos optado por una breve explicación de lo que significan estos conceptos y cómo intervienen en el aprendizaje de las organizaciones y en la generación de cultura organizativa.

En resumen, la bibliografía sobre aprendizaje organizativo ha generado numerosos términos nuevos, de origen variado y connotaciones metafóricas, para poder ilustrar conceptos necesarios de una forma mucho más expresiva. El origen de estos conceptos muestra la naturaleza multidisciplinar del aprendizaje organizativo. Su puesta en práctica, modifica la cultura y aprendizaje de las instituciones.

Palabras clave: Aprendizaje organizativo - Organizaciones que aprenden - Cultura organizativa

EL CYBORG COMO HÍBRIDO POSMODERNO EN EL ÁMBITO DEL PROCESO DE CREACIÓN MUSICAL

AUTORES

Juan Salvador Victoria Mas, José Borja Arjona Martín y Miguel de Aguilera Moyano
 Universidad. Málaga, Universidad. Internacional de la Rioja y Universidad de Málaga (España)
jsvictoria@uma.es, josarjon@hum.uc3m.es y maguilera@uma.es

Estudio parcialmente financiado por el Plan propio de investigación de UNIRResearch, 2014-2015. GdI-13 Procomm (Prospectivas en la comunicación multimedia).

Si la hibridación representa una de las características más definitorias de la Posmodernidad en los ámbitos de la cultura e incluso de la antropología, el *cyborg* vendría a representar la mezcla definitiva y paradigmática del momento actual. Tal y como afirma el Manifiesto *Cyborg* (Haraway, 1991), un *cyborg* es un “organismo cibernético, un híbrido de máquina y ser vivo, una criatura de realidad social y también de ficción” (149).

Pero, para la Posmodernidad, las fronteras entre ciencia ficción y realidad social son una ilusión óptica: la producción de la Modernidad ya estaba colonizada por *cyborgs* que facilitaban el Capitalismo; la medicina actual ha llegado a estar llena de *cyborgs*, de “acoplamientos” entre organismo y máquina que curan, solucionan nuestras discapacidades o llegan incluso a crear nuevas posibilidades (¿humanas?), como el caso de Neil Harbisson; la guerra y la logística actual son una orgia del *cyborg*, representada especialmente en ese objeto que representa el *drone*... También y especialmente en el área de la Comunicación el *cyborg* se erige como área novedosa para la investigación y el estudio. Hasta mitad del siglo pasado, la relación entre máquina y organismo ha sido de guerra fronteriza. En tal conflicto estaban en litigio los territorios de la producción, de la reproducción y de la imaginación.

El presente trabajo, al igual que el de Haraway en 1991, es “un canto al placer en la confusión de las fronteras y a la responsabilidad en su construcción”. Primeramente realizamos la introducción y el *status quo* de esta realidad. En una segunda parte de esta investigación efectuamos un estudio aplicado a un campo específico de la cultura. Uno de los campos privilegiados donde hemos asistido al recurso a herramientas de tipo *cyborg*: el proceso de creación musical. No deja de ser significativo el hecho de que la música, la más inmaterial de las artes, haya sido también el contexto cultural más fácilmente recreado en su proceso de producción.

Palabras clave: Comunicación - Cibercultura - Creatividad - Hibridación - Posmodernidad

LOS ROLES NARRATIVOS DEL NIÑO Y DEL ADULTO EN LA ILUSTRACIÓN GRÁFICA CONTEMPORÁNEA

AUTORA

Mariona Visa Barbosa
Universitat de Lleida (España)
marionavisa@filcat.udl.cat

Las situaciones y los personajes recreados por el ilustrador Jordi Labanda han conformado un universo propio fácilmente identificable. La prepotencia femenina, la autoridad de los niños, la desorientación masculina, la frivolidad y la importancia de la belleza son valores que relacionamos con el mundo posible del autor.

Jordi Labanda empezó a dibujar sus viñetas en 1998, recogiendo los valores que desde entonces han ido en aumento en la sociedad y que han sido definidos por autores como Neil Postman y Gilles Lipovetsky, entre otros. Postman (1988) describió el fin de la niñez, promulgada en parte cuando la televisión se impuso como medio de comunicación mayoritario.

Por su parte, Lipovetsky (2000) definió la sociedad actual como la era del vacío en la que predominan valores narcisistas. Este artículo analiza 100 chistes gráficos publicados en el magazín de *La Vanguardia* durante los años 2000 y 2002 en la sección “Si te he visto no me acuerdo”, de la cuáles se ha realizado un análisis de contenido cualitativo a partir de un análisis enunciativo, discursivo y narrativo de las imágenes. Los resultados permiten relacionar los valores implícitos en las ilustraciones con tendencias sociales presentes en nuestra sociedad desde la posmodernidad, como la infantilización del adulto y la adultización del niño.

Palabras clave: Infancia – Adulto – Posmodernidad – Humor gráfico



CUICIID 2015 21 y 22 Octubre

MESA

PANEL:

Cine y Realidad

LA OPACIDAD DE LO VISIBLE. APUNTES SOBRE IMAGEN Y REALIDAD

AUTOR

Manuel Canga Sosa
Universidad de Valladolid (España)
mcangasosa@gmail.com

Esta intervención se inscribe en el contexto de unas jornadas de trabajo sobre la relación entre *Cine y Realidad*, organizadas por la Dra. Mercedes Miguel Borrás en la Universidad de Valladolid durante el otoño de 2014, y tiene por objetivo examinar, de manera esquemática, los puntos de conexión entre el proceso perceptivo y eso que denominamos *realidad*, cuyo sentido debería ser interrogado en profundidad desde un enfoque teórico. Se trata de un debate que ha provocado el desarrollo de corrientes antagónicas y cuyo referente más destacado podría ser André Bazin, que nos ilustró acerca de las dos grandes tendencias que marcaron, casi desde sus orígenes, la historia del cine: la de quienes trataban de respetar cierta idea de realidad y la de quienes pensaban que el cinematógrafo daba oportunidad de inventar nuevas realidades. Para éstos, la realidad está determinada por la existencia y el manejo del lenguaje que la hace posible, por los diferentes sistemas de representación y escritura que interpretan lo real para motivar al espectador, ya sea por vía racional o emocional.

Como ha señalado Arnheim, en la actividad artística el pensamiento está mezclado con los procesos perceptivos, que determinan el sentido de lo que vemos y escuchamos. Los filósofos y psiquiatras han demostrado que es habitual interpretar erróneamente lo percibido y que la formación de un juicio válido no está garantizada por la percepción pura y simple de los fenómenos circundantes, lo cual indica que es harto complicado comprender lo que se ve, aunque se disfrute con intensidad. La percepción humana no puede reducirse al simple registro de datos estímulares cuya lógica de funcionamiento sería análoga a la de una máquina, porque está determinada por la cultura y la sensibilidad individual.

Cuerpo y lenguaje condicionan el proceso perceptivo y nuestras reacciones ante lo que vemos, hasta el punto de que solo podemos percibir, por ejemplo, una apariencia de la tercera dimensión gracias al mecanismo de la *estereopsis*, que, según ha explicado Hubel, depende de la actuación conjunta de dos ojos. Los científicos han tratado de disipar las ilusiones ópticas para hacernos ver la realidad tal como es, y no como aparenta ser, hasta llegar a describir los movimientos de los átomos que, paradójicamente, no se pueden contemplar a simple vista.

En consecuencia, entendemos que un debate sobre las relaciones entre cine y realidad debería considerar los factores que determinan la percepción del mundo y dar cuenta de los límites que la estructura ocular impone a la creación artística. De igual modo, debería hacerse cargo de los límites del dispositivo cinematográfico, que pueden ser empleados, no obstante, para acusar la opacidad de lo real y dar forma a esa experiencia artística que es simbolizada en la mirada, sin olvidar que la experiencia misma depende del modo en que manejamos el lenguaje, que nos obliga a distinguir entre la realidad y lo real. Quizás por eso los surrealistas insistieron en la necesidad de buscar la sobre-realidad, donde se armonizan la realidad y el sueño.

Palabras clave: Cine – Fotografía – Realidad – Percepción – Representación

LO SOCIAL EN EL CORTOMETRAJE DE FICCIÓN

AUTORA

Ana Isabel Cea Navas
Universidad de Valladolid (España)
ceanavas@gmail.com

La inquietud que constantemente siente el hombre, de transmitir su realidad, de manifestar lo social (representar su mundo, sus vivencias), con el fin de interactuar con el otro y de transferir conocimientos, materializándolos, se ha visto satisfecha, en múltiples ocasiones, a través de diversas manifestaciones artísticas, entre ellas, y especialmente mediante el Séptimo Arte.

El cine, desde sus orígenes, ha dedicado un amplio espectro de su producción a la creación de obras que se han implicado con los valores humanos, “cine social”.

La representación de lo social ejecutada bajo la impronta del lenguaje cinematográfico consigue traducir los ideales del ser humano, registrando los comportamientos, manifestando aquello que se produce en la sociedad, haciendo que los hábitos y costumbres puedan ser compartidos. Las imágenes se relacionan íntimamente con lo social, con las creencias del individuo, etc., de ahí su significado de creación de las mismas.

Las imágenes apelan al intelecto del público, esta labor amplía sus límites, incluso fuera de la exhibición de la obra desde el momento que estas creaciones se asientan y permanecen en la memoria del espectador. Son testigo constante de lo que acaece, capaces de mostrar la existencia del hombre. Así, las narraciones, independientemente de su extensión (largometraje o cortometrajes), pueden convertirse, en un legado en el que archivar nuestras historias. Conociendo las posibilidades de ambos formatos, este estudio propone enfocarnos en el relato breve de ficción.

El cortometraje de ficción, es una herramienta idónea para dar testimonio de nuestra realidad social, ya que puede reproducir fielmente y garantizar una identificación (emocional) entre relato y espectador/a. Esta disposición, propia del cine, de imitar nuestras prácticas diarias, hace que las obras tengan credibilidad, estableciéndose este vínculo entre las figuras ficcionales y el público.

Cabe decir que, el relato breve de ficción, no es un producto cinematográfico, audiovisual, contaminado por las tendencias mediáticas, generalmente condicionados por la industria, en ocasiones, manipulados. Por el contrario, se trata de una creación comprometida con lo social, de ahí que aparezca cualquier aspecto fidedigno o próximo a ello, y relevante en nuestras vidas. Por citar un ejemplo, en la obra *Enterrats* (Alex Lora, 2009), se muestra la situación que experimentan los jóvenes en España en el momento de buscar una vivienda para alquilar o para adquirir. Este hecho se ha convertido en una preocupación generalizada en nuestro país, y ha sido plasmado en este tipo de creaciones. Quizá esta descripción cinematográfica pueda repercutir en los espectadores, y por extensión en la sociedad.

Durante la primera década del siglo XXI, se ha producido en nuestro país una tendencia a reflejar el contexto social en el cortometraje de ficción. Percibir este hecho nos hemos acercado al Festival de Cine de Medina del Campo. Certamen se sitúa como referente a nivel nacional y se implica en cuestiones sociales que a los/as ciudadanos/as nos inquietan, algo palpable en la programación de cada una de sus Ediciones.

Palabras clave: Social - Representación - Cortometraje

I FIDANZATI: PELIGROS Y TENTACIONES DE LA MODERNIDAD **(JUNGER, HEIDEGGER Y ULMER)**

AUTOR

Alberto Lena Ordóñez
Universidad de Valladolid (España)
alena_ord@yahoo.co.uk

Estrenada en 1963, durante los años del boom económico italiano, *I fidanzati* (Ermanno Olmi) es una obra que pone en duda la nueva realidad industrial italiana que está surgiendo en esos momentos. La historia de amor de dos jóvenes del norte de Italia, Giovanni y Liana, obligados a separarse por razones económicas, es el símbolo de una nueva realidad capitalista en la que el individuo se convierte en la marioneta de una serie de fuerzas oscuras que no acierta a controlar. El viaje de Giovanni a Sicilia para trabajar como técnico en una refinería muestra la complejidad de la modernidad: por una parte, representa el descubrimiento del poder de la tecnología para transformar un paisaje ancestral; por otra parte, simboliza además el poder de una civilización antigua capaz de alienar al hombre moderno hasta desorientarlo.

En este trabajo se analiza *I fidanzati* como una de las obras del cine europeo que se adelanta al fenómeno de la globalización, ya que muestra todo el poder de la técnica y el nuevo individuo que surge a partir de esa realidad. Por otra parte, Olmi no oculta los límites y peligros de la nueva realidad tecnológica y económica. Se trata de comprender hasta qué punto el Olmi de los años de la Edison, en los que se defendía la armonía entre técnica y naturaleza, se ha convertido en un artista complejo y profundo que pone en duda muchos de los principios anteriores y comienza a interrogar la realidad más inmediata de manera diferente.

Este trabajo trata de mostrar cómo a partir de los años sesenta surgen nuevos contrastes e incertidumbres en la obra de Olmi. El enfrentamiento entre el paisaje siciliano y milanés que aparece en *I Fidanzati* es un referente esencial para comprender una nueva realidad italiana que es también una nueva realidad planetaria: un mundo en constante transformación que parece ignorar los anhelos más profundos del individuo. En esa nueva realidad, la técnica ya no está al servicio del individuo, sino todo lo contrario: ha terminado por esclavizarlo.

Este estudio propone una lectura del texto fílmico de Olmi recurriendo a diferentes conceptos acuñados por Heidegger y Ernst Jünger que se relacionan con el ocaso de la modernidad y la naturaleza de la técnica recurriendo a conceptos como los de “movilización total” y “trabajador planetario” con el fin de comprender los múltiples significados del film. Además *I fidanzati* se compara con otra obra que se relacionan directamente con la alienación del individuo y el tropo del viaje: *Detour* (Edgard G. Ulmer). Analizar de forma comparativa ambas obras nos ayudará a comprender por qué estos cineastas anticipan el complejo universo con el que tiene que enfrentarse el individuo en el siglo XXI: un mundo funcional, desenraizado, en donde la única constante es el cambio.

Palabras clave: Neorrealismo - Modernidad - Posmodernidad - Cine y realidad

LA CONSCIENCIA DEL MONTAJE Y EL CAMBIO DE SENTIDO

AUTORA

Lidia Martín Merino

Universidad de Valladolid (España)

lidia.mitos@gmail.com

La forma de crear sentido en el cine por medio del montaje de materiales de archivo, cambia esencialmente la forma de entender el sentido del montaje del “documental convencional”: *Metraje encontrado, montage de compilation, found footage*.

En el *montage de compilation* partimos de un montaje de conceptos, donde el orden discursivo sigue una pauta temática y semántica más que un orden de continuidad espacio temporal. Este cambio de “reglamento” hace que aparezca una ruptura en el entendimiento para sentir la carencia de la imagen con su referente histórico y encontrarle una evolución hacia otros sentidos, distintos a las intenciones originarias del rodaje primigenio.

El nuevo montaje (re-montaje) permite captar la fragmentación del tiempo. Empuja al montador a un nuevo enfoque en el discurso, a partir de unos materiales originarios que existen con la idea de la apropiación (expropiación), lleva intrínsecamente la intención de otra narración, de que se convierta en otro discurso. Se plantea de nuevo la verdad entre lo real y lo imaginario, entre la realidad y la ficción. El hecho de apropiarse de imágenes ya rodadas, permite que en su montaje lo experimental y lo documental se lleguen a encontrar, lo hacen como idea, más que como técnica.

En el *found footage* se plantea una semejanza con la antropología, con el mito de Frankenstein, esa búsqueda de sí mismo se llega a encontrar a través del montaje, la lógica de la reminiscencia, el término alemán “*gefundes Material*” (material encontrado) es el más cercano a la propuesta de un relato que parta del autor con imágenes ya rodadas por otras personas.

Apuntes históricos sobre el Metraje encontrado:

La primera obra de Compilación fue la llevada a cabo por Sfir Shub, integrante del “*Cine ojo*”, con la película “La caída de la dinastía Romanov” (“*Padenie Dinastii Romanovkh*”, 1927).

Durante los años 30 y 40, la utilización del *found footage* se incluyó en mayor medida, como arma de propaganda para una propuesta de manipulación de los dictados de la época de entreguerras y de la 2ª Guerra Mundial.

Tras los años 50 el documental toma un sentido diferente, los principios del montaje y de la apropiación se convierten en formas distintivas de creación pertenecientes a la vanguardia. Tras los años sesenta, la *compilación* como tal, se continuará practicando sobre todo, en los países del bloque socialista (Walter Heynowski, RDA; Santiago Álvarez, Cuba).

Chris Marker convierte el *metraje encontrado* en una modalidad que se caracteriza como cine-ensayo, metacine, cine de ideas, etc. Se considera a la imagen de ficción como un documento, tan cargada de historia y de ideología de la representación como una imagen de documental, y así igualmente productiva para un trabajo historiográfico. Una de las obras de mayor relevancia en el *montage de compilation* es “*Le fond de l’air est rouge*” (Chris Marker, 1977).

Palabras clave: Metraje encontrado - Documental - Cine-ensayo - Cine y realidad

POESÍA Y REALIDAD: EL CINE SEGÚN MARIO BRENTA

AUTORA

Mercedes Miguel Borrás
 Universidad de Valladolid (España)
mermiborras@gmail.com

Tomando como punto de partida las relaciones que el cine establece con la realidad, este trabajo tiene como propósito estudiar la poética presente en la propia naturaleza de su discurso. Los filmes y escritos de Mario Brenta tejen un corpus perfecto que responde a esa poética de la que hablamos. Un realismo entendido como una actitud ética más que estética, expresión de una determinada ideología.

Mario Brenta es un discípulo aventajado de Ermanno Olmi y del Neorrealismo, por ende; pero también de las Nuevas Olas. Y aunque su discurso ha ido evolucionando, siempre ha estado envuelto de esa poética que desprende la realidad: desde sus primeros films, *-Vermisat* (1973) y *Maicol* (1989)- retratos de marginación provocada por el sistema, inmersos en un realismo fenomenológico, su estilo se va desviando hacia la subjetividad visual y narrativa, con estructuras más libres que abren nuevos caminos cercanos a la poesía *-Calle de la Pietà* (2010) y *Agnus Dei* (2012). Pero además, durante estos años, Brenta ha ido elaborando un corpus teórico, fruto de su larga experiencia como profesor de Ipotesi Cinema, escuela (fundada por Olmi en 1982) que basa sus principios en provocar un acercamiento del cine hacia la realidad, que ha dado como resultado filmes realistas, cercanos al documental pero al mismo tiempo a la poesía.

El estudio de los filmes y los ensayos de Mario Brenta nos permite desvelar las múltiples formas en las que la poética del cine se inscribe en la realidad. En nuestro análisis damos entrada al texto audiovisual, al texto escrito y al contexto y, como un mosaico de citas (Kristeva, 1978), vamos construyendo un texto plural en el que se percibe un mismo deseo de acercamiento a la realidad a través del lenguaje en busca de su esencia. El cine, señala Brenta (2011), es una suerte de protolenguaje universal que el hombre ha adoptado desde siempre.

Diferentes aproximaciones metodológicas nos sirven para llevar a cabo nuestra propuesta: Las investigaciones de los estructuralistas, desde Roman Jakobson a Roland Barthes, así como los estudios de Teoría de la literatura de Antonio García Berrio, serán el punto de partida y de llegada de nuestro trabajo. Rastreamos en las huellas del realismo a través de las teorías de Siegfried Kracauer, continuando con Marc Ferro y los estudios de Ángel Quintana. El análisis de los filmes se nutre de la Teoría del texto (Jesús González Requena) y la Semiología en cuanto al estudio y significación de los signos. Todos estos referentes son el foco bajo el que estudiamos, los escritos y filmes de Mario Brenta.

Los resultados de esta investigación nos acercan hacia la relación que este cineasta establece con su entorno, del que surge ese realismo poético. El realismo, nos dice Brenta (2011), no es una cuestión estética ni de estilo, es un problema de orden semántico.

Palabras clave: Esencia del cine - Escrituras realistas - Cine y realidad - Naturaleza poética del cine.



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

DOCENCIA 1:

Las nuevas
fórmulas
docentes:
contenidos

LA FORMACIÓN DE LA INTELIGENCIA EMOCIONAL COMO COMPETENCIA COMUNICATIVA EN EL CURRÍCULUM DE LOS PROFESORES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORA

Marta Abanades Sánchez
Universidad Europea de Madrid (España)
marta.abanades@uem.es

Justificación:

En estos momentos de la educación superior, es todo un hecho y una práctica habitual que los profesores desarrollen competencias dentro del aula. La sugerencia y puesta en marcha del desarrollo de estas competencias dentro del aula, ha obligado a los docentes a formarse mediante lecturas y cursos, para ponerlos en marcha de manera transversal en las diferentes materias.

Una de las competencias más demandadas y comentadas en los diferentes entornos, es la competencia de la Inteligencia Emocional. Muchos son los autores y libros, que a día de hoy, intentan ofrecer una definición sobre este constructo, difícil de adquirir y transmitir en todos los niveles de la educación.

Aun desconociendo si será una moda o finalmente se quedará como competencia fundamental y necesaria para trabajar a nivel multidisciplinar, en estos momentos se podría considerar como destreza esencial en el currículum del profesor del siglo XXI.

Como complemento fundamental para cualquier docente, se hace necesario conocer que formación sería necesaria para verse solvente y ponerla en práctica en los diferentes entornos en los centros educativos.

Descripción de la experiencia:

La propuesta de esta comunicación será obtener información de profesores con experiencia profesional en la educación superior. Saber si consideran necesaria esta competencia dentro del currículum del docente del siglo XXI. Si la formación que han recibido es suficiente o por el contrario consideran que necesitan recibir más formación para poder desarrollar esta competencia en sus alumnos.

La muestra serán profesores de diferentes departamentos y facultades de la Universidad Europea de Madrid.

Principales resultados:

Los datos sugieren que los profesores reconocen tener mejores destrezas no solo con sus alumnos, sino también con sus propios compañeros, no solo con el conocimiento y formación de esta competencia sino también poniéndola en práctica en las diferentes situaciones encontradas tanto dentro como fuera del aula.

Palabras clave: Competencias – Currículum del profesor - Formación - Inteligencia Emocional

MEJORAS DOCENTES EN BASE A LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO PROCEDENTE DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN

AUTORES

Felipe Pedro Álvarez Rabanal, Mar Alonso-Martínez, Juan José del Coz Díaz, Alfonso Lozano Martínez Luengas y Francisco José Suárez Domínguez

Universidad de Oviedo (España)

alvarezfelipe@uniovi.es, alonsomar@uniovi.es, juanjo@constru.uniovi.es, alozano@uniovi.es,
fransd@uniovi.es

Esta ponencia explica cómo se vertebra el proceso de transferencia de conocimientos procedentes de proyectos de investigación relacionados con la construcción sostenible e industrializada a alumnos de diferentes niveles de estudios de titulaciones superiores. Este estudio se engloba en el campo de la Ingeniería de la Construcción y se aplicará a estudiantes de 3^{er} y 4^o Grado y de Master relacionados con las ingenierías industrial y civil.

Actualmente, los docentes se encuentran implicados en diferentes proyectos de investigación, los cuales permiten no solo especializarse, divulgar su trabajo y promocionarse en la escala del profesorado universitario, sino que dan lugar a importantes conocimientos que se divulgan en la comunidad científica por medio de artículos y conferencias. Los autores de este artículo utilizan los resultados de los proyectos como herramientas para la mejora del material docente.

La transferencia de conocimiento procedente de proyectos de investigación a la docencia tiene varias ventajas significativas. En primer lugar, el alumno tiene acceso a las tecnologías más innovadoras, lo que le permite conocer técnicas, metodologías y productos que, en muchos casos, se encuentran en la frontera del conocimiento. En segundo lugar, el contenido impartido en las diferentes asignaturas posee una alta calidad, en muchos casos avalada por publicaciones internacionales, a las que el alumno tiene acceso de manera exclusiva diferenciando la titulación respecto a otras equivalentes impartidas en otras universidades. En tercer lugar, se ha comprobado que durante el proceso de aprendizaje de conceptos innovadores el alumno se encuentra mucho más motivado. En cuarto y último lugar, el profesorado es capaz de realizar clases de gran calidad puesto que explica los resultados de sus propios proyectos de investigación.

En este artículo se expone un caso práctico de la mejora docente propuesta. El profesorado utiliza los resultados de uno de sus proyectos de investigación sobre la construcción de fachadas vegetales ventiladas de manera modular e industrializada, un elemento constructivo sostenible que posee importantes ventajas respecto a los cerramientos tradicionales. Los resultados obtenidos, así como las principales actividades realizadas, los contratiempos, la explicación de los hitos del proyecto y las aplicaciones del producto obtenido, entre otros, se transmiten al alumno en las sesiones prácticas de las correspondientes asignaturas. Asimismo, en este caso en concreto, existe un laboratorio experimental que el alumno puede visitar y comprender *in situ*.

La evaluación de las sesiones prácticas se realiza mediante test escritos que el alumno completa a través de la aplicación Moodle de la universidad “Campus Virtual”. Los resultados obtenidos denotan un alto índice de satisfacción del alumnado, el cual se encuentra muy motivado por la novedad de los conocimientos impartidos, aportando una calidad añadida a la titulación impartida.

Palabras clave: Construcción Sostenible - Docencia - Investigación - Sesiones Prácticas - Transferencia de conocimientos

LA IDENTIDAD PROFESIONAL DOCENTE EN LA FORMACION DEL PROFESORADO

AUTORAS

Alice Bajardi y Dolores Álvarez Rodríguez
Universidad de Granada (España)
alicebajardi@gmail.com y alvarezr@ugr.es

Este trabajo trata el tema de la identidad profesional con particular atención a la identidad docente. Además, se analizan los aspectos que influyen en la configuración de la identidad docente y se argumenta la importancia de la práctica de la reflexión, de la atención hacia los aspectos socio-emocionales y comunicativos y hacia el cuerpo y la corporalidad del docente.

Finalmente se pone de manifiesto la necesidad de proponer y desarrollar el tema de la identidad docente a partir de la planificación de los programas de formación del profesorado.

Palabras clave: Identidad Docente - Identidad Profesional - Corporalidad del docente - Formación del profesorado

OBSTÁCULOS EPISTEMOLÓGICOS EN LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ELABORACIÓN DE TRABAJOS UNIVERSITARIOS

AUTORAS

Olga Belletich Ruiz y Maider Pérez de Villarreal Zufiaurre

Universidad Pública de Navarra

Olga.belletich@unavarra.es y Maider.perezdevillarreal@unavarra.es

La elaboración de trabajos prácticos o de investigación, como método para la enseñanza-aprendizaje de contenidos relacionados con: la capacidad de comprender el conocimiento científico y explicarlo; el tratamiento de las fuentes de investigación científica; el dominio lingüístico de la estructura y redacción de los textos expositivos; y el manejo del lenguaje científico, etc., representan un lento proceso de aprendizaje que se trabaja paulatinamente con los estudiantes a lo largo de la carrera universitaria.

La observación empírica de este proceso, muestra una seria dificultad en los estudiantes para llegar a incorporarlo, en clave de buenas prácticas y de saber ser y hacer, en su producción académica universitaria. Incluso, en el momento de afrontar un requerimiento esencial de los planes de estudio en la formación universitaria, como son los Trabajos de Fin de Grado (TFG), considerados tanto como una asignatura con contenidos a enseñar y aprender, así como un trabajo de finalización de los estudios cursados a lo largo de la carrera, nos encontramos con un conjunto de obstáculos epistemológicos asociados a las nociones de: autoría, plagio, investigación, propuesta, que no han conseguido superar y que se han anclado en esas formas de ser y hacer de los futuros profesionales.

En este trabajo describimos los obstáculos epistemológicos más comunes encontrados en torno a esas nociones, a partir de un estudio de investigación-acción realizado con estudiantes de Grado. La fundamentación teórica del trabajo se realiza a partir de las definiciones y clasificación de obstáculos epistemológicos señalados por Bachelard (1987) en su Teoría de los Obstáculos Epistemológicos, que aplicamos a las Ciencias Sociales y en base a la Teoría de los Errores Conceptuales desarrollada por González, Morón y Novak (2001). De acuerdo a estos autores, los obstáculos se plantean como dificultades de base psicológica relacionados con saberes previos, muy ligados a la experiencia y muy resistentes a su extinción. Su tratamiento es importante por cuanto, como elementos intelectuales, dificultan la apropiación y construcción del conocimiento objetivo y, por tanto el acceso al saber científico.

En el estudio se utilizó como método de análisis y recogida de datos unos cuestionarios y parrillas de observación trabajados con estudiantes del grado de Maestro, durante la elaboración de trabajos de la carrera y TFG. Los resultados del estudio muestran el tipo de obstáculos que se hallan presentes, pero también los factores que inciden en su fijación, relacionados con el uso de las nuevas tecnologías, el manejo de los documentos de acceso abierto, el sistema de monitoreo o tutorización del proceso de elaboración, y el contrato didáctico entre docentes y estudiantes. Culminamos el estudio con la aportación de una herramienta para el profesorado, que le permita identificar los obstáculos de sus estudiantes en el aprendizaje de la elaboración de trabajos, y unas claves a tener en cuenta para el tratamiento de los mismos.

Palabras clave: Errores conceptuales - Obstáculos epistemológicos – Plagio – Trabajos de investigación - Trabajos fin de grado

MAESTROS Y DISCÍPULOS: REFLEXIONES SOBRE EDUCACIÓN EN TORNO AL PENSAMIENTO DE BYUNG-CHUL HAN

AUTOR

José Bernardo San Juan

Centro Universitario Villanueva (España)

jbernardos@villanueva.edu

Desde hace al menos dos años la obra del coreano Byung-Chul Han ha conocido un ‘boom’ en España. Prueba de ello es la traducción y reedición de todos sus textos así como la proliferación de entrevistas y artículos en los suplementos de cultura de los periódicos nacionales. La obra de este pensador es de amplio espectro y por tanto recorre un vasto conjunto de intereses pero hay algunas ideas que vertebran su pensamiento. Una de ellas es la descripción de las relaciones personales en el mundo posmoderno. Una relación que siempre tiene algo de encuentro amoroso. Ya Steiner definió que la relación que se establece en toda educación entre maestro y discípulo es una peculiar forma de relación en la que el Eros tiene un rol importante.

La aplicación del pensamiento del autor coreano a la relación entre maestro-discípulo permite elaborar toda una teoría de la educación. En esta comunicación se exponen los principios de esa teoría educativa y se proponen acciones concretas -innovadoras- que habría que poner en marcha para que se llevara a cabo.

Palabras clave: Byung-Chul Han - Educación personalizada - Maestros y discípulos - George Steiner - Teoría de la educación

DESARROLLO DE COMPETENCIAS EN MANEJO DE INFORMACIÓN A TRAVÉS DE JUEGOS SERIOS

AUTOR

Óscar Boude Figueredo

Universidad de La Sabana (Colombia)

oscarbf@unisabana.edu.co

Este texto tiene como fin presentar a la comunidad académica uno de los productos generados dentro de una investigación desarrollada en la Universidad de La Sabana, desde el segundo semestre de 2013, que trazó como objetivo principal identificar cómo un ambiente ubicuo de aprendizaje con el uso de dispositivos móviles, contribuye al desarrollo de competencias en manejo de información (CMI) en estudiantes de educación media. Utilizó un estudio de corte cualitativo con alcance exploratorio, pues aún son escasos los estudios realizados hasta el momento que integren el uso de dispositivos móviles para desarrollar CMI.

Particularmente en Colombia, el desarrollo de estas competencias es una de las grandes necesidades del país; reportes como el desarrollado por la OECD en el *International Student Assessment* declaran que solo uno entre mil estudiantes colombianos son capaces de localizar información relevante en Internet y evaluar su utilidad en contextos no conocidos (OECD, 2012), lo que implica un gran riesgo para el país, pues con el tiempo la brecha digital del país seguirá aumentando y disminuirán las oportunidades laborales para los estudiantes.

Uno de los principales resultados obtenidos en la investigación, es el desarrollo de un juego serio denominado *Infomaster*, elaborado para dispositivos móviles y Web, que puede ser utilizado por los estudiantes en cualquier momento o lugar, para desarrollar sus competencias en manejo de información. Así como, por parte de los docentes como parte de su práctica docente, como un recurso educativo o como una estrategia didáctica. El video juego está fundamentado en los pasos necesarios establecidos en el Modelo Gavilán para desarrollar este tipo de competencia.

En el mismo sentido, para desarrollar las competencias, *Infomaster* se propone a los jugadores que se enfrenten a solucionar un problema de información en cada una de las seis categorías con las que cuenta el video juego, para esto, el estudiante debe plantear sus preguntas iniciales y secundarias y realizar un proceso de investigación que le permita enfrentar el reto que hay detrás de cada categoría, No hay límite de tiempo establecido, sin embargo, cada jugador tiene claro que entre más rápido se documente de forma adecuada y enfrente el reto, mayores serán sus posibilidades de obtener los mejores puntajes y aparecer en el cuarto de trofeos.

Ahora bien, el fin de este documento es presentar en detalle el proceso que se siguió para la concepción, diseño y desarrollo de este juego serio, así como, aquellos aspectos encontrados en la investigación que permiten indicar que el mismo, contribuyó al desarrollo de las competencias en manejo de información por parte de estudiantes de séptimo grado de colegios oficiales del Municipio de Chía (Cundinamara), Colombia. Asimismo, dejar a la comunidad académica la discusión acerca de los posibles usos que podría tener este tipo de recurso educativo dentro del proceso de formación.

Palabras clave: Competencias en Manejo de Información - Contenidos Educativos - Juegos Serios - Modelo Gavilán - Innovación educativa

ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LOS PLANES FORMATIVOS DEL PROFESORADO PARA INCORPORAR NUEVOS DISPOSITIVOS DIGITALES EN EL AULA

AUTOR

Jon Bustillo Bayón
Universidad País Vasco (España)
jon.bustillo@ehu.eus

Tanto el fomento del uso de dispositivos digitales con baja barrera de entrada como los esfuerzos destinados al desarrollo de habilidades vinculadas a la computación, la robótica o la electrónica gozan de gran popularidad en el sistema educativa actual. Estas iniciativas favorecen el diseño y desarrollo de numerosas acciones formativas orientadas a fomentar la incorporación de nuevas prácticas educativas dentro de contextos escolares diversos.

Sin embargo, el gran número de talleres formativos para docentes y estudiantes de diferentes edades basados en el desarrollo del pensamiento computacional a través de la programación y de la electrónica, no han logrado la transferencia de las competencias adquiridas a los distintos contextos del aula.

En este sentido, este trabajo persigue dos objetivos:

1. Comprender las causas que condicionan el escaso impacto en las instituciones educativas del trabajo en las aulas de contenidos computacionales, electrónicos y de programación.
2. Proponer un conjunto de criterios que provoquen un aumento del número y de la calidad de las transferencias de conocimiento entre los talleres formativos y el aula de clase vinculadas a la computación, la robótica y la electrónica

La investigación planteada posee un carácter interpretativo. En ella se hace uso de una metodología mixta, que combina la implementación de diferentes técnicas tales como las entrevistas en profundidad y los cuestionarios en línea. Los datos obtenidos se analizan a nivel cuantitativo y cualitativo. En este último caso, se establecen dimensiones, categorías y subcategorías, que ayudan a delimitar tanto las circunstancias que actúan como favorecedoras y obstaculizadoras de la incorporación de contenidos centrados en la computación, la robótica y la electrónica, como las temáticas que influyen en el desarrollo de nuevos planteamientos metodológicos en el aula y en la adquisición de competencias asociadas al pensamiento computacional.

El análisis de estos resultados nos permite sugerir un marco de actuación que ayude a superar el modelo actual de integración, co-construcción y trabajo de las habilidades de pensamiento computacionales en las prácticas educativas del aula.

Palabras clave: Impacto educativo - Formación del profesorado - Pensamiento computacional - Programación - Transferencia del conocimiento

GRADOS UNIVERSITARIOS Y FORMACIÓN PROFESIONAL. ANÁLISIS COMPARATIVO

AUTOR

Rafael Carrasco Polaino

Universidad Complutense de Madrid (España)

racarras@ucm.es

En la actualidad las altas tasas de desempleo tienen un origen que se encuentra en la falta de coordinación entre los planes universitarios desde la incorporación del denominado Plan Bolonia y las necesidades de capital humano que tienen las empresas. Muchos profesionales no encuentran empleo y, por otro lado, muchas empresas no encuentran profesionales cualificados que satisfagan sus necesidades y las ayuden a ser más productivas y crecer. Esta situación por la que un Grado universitario no garantiza acceder al mercado profesional con éxito, hace que algunos ciudadanos opten por una formación profesional.

El artículo estudia, a través de datos, la conveniencia o no de estudiar un Grado universitario o una formación profesional según el coste, el tiempo de dedicación a la formación, la remuneración futura y el desempleo del sector. El análisis se realiza en diferentes países europeos además de España, a lo largo de los últimos años, distinguiendo áreas de estudio, sexos y rangos de edad.

La conclusión del artículo lleva a mostrar qué tipos de estudios universitarios garantizan un mayor éxito profesional y cuáles pueden ser sustituidos con un mayor éxito por formación profesional.

Palabras clave: Educación y Empleo - Grados universitarios - Formación profesional - Remuneraciones - Transición a la vida activa

GESTIÓN CURRICULAR UNIVERSITARIA EN LA ADAPTACIÓN AL ENFOQUE DE COMPETENCIAS

AUTORES

María Rita Concepción García y Félix Rodríguez Expósito

U. Autónoma del Caribe (Colombia)

rconcepcion@uac.edu.co y frodriguez@uac.edu.co

El currículo universitario considerado un proyecto educativo sobre la base del cual se gestiona el proceso de enseñanza aprendizaje para la formación integral, deberá ser pertinente, para ello se requiere determinar los problemas del contexto del egresado y las competencias que desarrollará para su desempeño profesional y social. Lo anterior relaciona a la universidad en su interacción con la vida y la práctica laboral, lo que supera la noción limitada del currículo como un conjunto de cursos.

El trabajo aporta una metodología para la gestión curricular en el proceso de adaptación al enfoque de competencias en la Universidad Autónoma del Caribe, Colombia (UAC), como un proceso permanente que transcurre en etapas interrelacionadas, en las que cada una de ellas caracteriza una parte del proceso como un todo influyéndose mutuamente entre sus componentes: Preparación de los docentes, Diseño-rediseño del currículo, Ejecución, Control y seguimiento. La consecución de estas etapas persigue un mejoramiento permanente de la calidad de la enseñanza y el aprendizaje en la institución. Lograrlo requiere implementar y dar seguimiento al currículo diseñado. Un proceso de construcción que invita al diálogo con profesores y estudiantes en una investigación tipo mixta que indaga y construye currículo basado en nuestras realidades. Ésta se soporta en recursos informáticos para la docencia desarrollados por “Academia” -Centro de Desarrollo de Sistemas de la Universidad Autónoma del Caribe-.

La metodología facilitó la construcción participativa de buenas prácticas de gestión curricular, potenciando la integralidad del aprendizaje de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para un desempeño competente del estudiante, en un ambiente de formación humana y contextualizada. Desde 2010 y con base en esta metodología la Universidad Autónoma del Caribe, ha desarrollado una renovación curricular de todos sus programas en el proceso de adaptación al enfoque de competencias, demostrando una gestión curricular con criterios comunes de administración de los procesos en todos sus programas o carreras. Entre los resultados de esta investigación se obtuvo información cuantitativa y cualitativa que permitió evaluar el incremento de la calidad de la gestión curricular y el estado de satisfacción de los estudiantes con la formación recibida. La metodología ha facilitado la preparación de los docentes sobre la toma de conciencia del carácter de sistema del currículo y su pertinencia social comprendiendo la necesidad de relacionarlo con los problemas del entorno para darle vida y realidad al currículo y promover compromisos del futuro profesional con el desarrollo sostenible en su región.

Un aplicativo del programa del curso como soporte informático ha permitido unificar criterios de planificación y administración de la docencia en la universidad para su montaje, control y seguimiento, incluyendo el trabajo independiente como un componente curricular que implica compromiso y responsabilidad del docente y el estudiante con la dedicación de tiempo para el dominio del contenido establecido en el crédito académico.

Palabras clave: Competencias - Gestión Curricular Universitaria - Seguimiento Curricular - Metodología

ANÁLISIS DE NARRATIVAS: UNA TÉCNICA PARA DEVELAR LA PRAXIS DEL DOCENTE UNIVERSITARIO

AUTORES

Marcial Conde, Osiris Frías y Reinaldo Rico

Corporación Universidad de la Costa (Colombia)

mconde1@cuc.edu.co, ofrias@cuc.edu.co, rrico2@cuc.edu.co

A partir de la línea de recomendaciones y estudios de la Unesco (1995, 2004, 2012), se ha reiterado en la importancia estratégica de la práctica docente, como un factor fundamental para el cambio y desarrollo de la Educación Superior. En consecuencia, el presente artículo ha sido derivado de un proyecto de investigación cuyo propósito central comprendió el análisis de contenidos de las narrativas como insumo en la identificación y comprensión de los componentes constitutivos y funcionales de la praxis docente. Para tal efecto se asumió el paradigma de corte histórico – hermenéutico, con un abordaje metodológico cualitativo, sustentado en el análisis sistemático de las narrativas a partir de la técnica de análisis de contenidos (Krippendorff, 1990; Bardin, 1996; Mayring, 2000). Esta es una técnica de investigación cualitativa apropiada para describir de manera objetiva y sistemática, el contenido manifiesto o implícito de una fuente de datos.

La muestra contó con la participación de 49 docentes de Ciencias Básicas de la Corporación Universidad de la Costa – CUC, cada uno de ellos a su vez en el desarrollo de sus clases permitió la generación de una muestra analítica de 147 narrativas que constituyeron el corpus, en congruencia con las exigencias metodológicas de Kolb & Burnett (1991) quienes formulan los criterios de calidad del universo de análisis cualitativo “corpus”, identificando el análisis de narrativas como una estrategia pertinente para el presente estudio.

A partir del seguimiento formulado en el protocolo de análisis de narrativas se identificaron los principales resultados, expresados en la generación de un sistema de categorías emergentes, articulado funcionalmente con el escenario de las redes semánticas, como insumos derivados del procesamiento sistemático de las narrativas con el software Atlas Ti. Dentro de los principales hallazgos, las narrativas señalan dos tipos de praxis docente: *reflexiva* y *tradicional*. La investigación atribuye la connotación de la *práctica reflexiva*, en contextos develados por la narrativas de los maestros fueron procesos reflexivos, acuerdos, y relación horizontal maestro estudiante, que denota una relación maestro estudiante en un nivel horizontal de comunicación, de diálogo, de concertación, en congruencia con Lucio (1989) en sus aportes sobre la práctica pedagógica, de naturaleza institucional, con impacto en los modelos y procesos de formación educativa y una esencia constructivista del saber.

De otra parte, la connotación de la *práctica tradicional*, se genera a partir de la relación vertical maestro estudiante, centrada en las normas y reglas con citas tales como “los alumnos se sienten derrotados” y categorías emergentes asociadas más a los criterios de control que a los procesos de aprendizaje activo. Los resultados, orientan reflexiones consistentes con los aportes de Tolchinsky (2002), quien plantea el reto de la praxis docente como un facilitador y generador permanente de experiencias para promover el aprendizaje significativo con los estudiantes.

Palabras Clave: Análisis de Narrativas - Atlas Ti - Ciencias Básicas, Educación Superior - Praxis Docente

PROCESO COGNITIVO EN LA COMPRESIÓN DEL MAPA DE ORIENTACIÓN EN EDAD ESCOLAR

AUTORES

Lluís Cumellas Ruiz, Miquel Á. Prats Fernández, Enric M^a Sebastiani Obrador y Eduard Inglés Yuba

Blanquerna FPCEE U. Ramon Llull (España) e INEFC Barcelona (España)

lluiscr@blanquerna.url.edu, miquelpf@blanquerna.url.ude, enriquemarias@blanquerna.url.edu y eduard.ingles@gencat.cat

Saber cuál es nuestra ubicación en un mapa, no es tarea fácil. Aprender a orientarnos en zonas desconocidas se convierte en un ejercicio de gran complejidad cognitiva para cualquier persona, pero lo es aún más para los niños. En edades tempranas, la organización espacial se convierte en una habilidad esencial en el proceso de lectura y comprensión del mapa de orientación y, al mismo tiempo, la proyección de uno mismo en el. En la actualidad, la mejora en el desarrollo geoespacial y, más concretamente, en la captación de las imágenes aéreas (ortofotos), así como la visualización de estas en tres dimensiones, ha permitido, en el creciente uso de nuevas tecnologías en el mundo educativo, facilitar en gran medida el proceso de aprendizaje para la comprensión de diferentes tipos de mapas.

Con el objetivo de evaluar el efecto de esta evolución tecnológica en el aprendizaje de la orientación en la escuela, en este estudio comparamos el grado de comprensión e interpretación de un mapa de orientación en dos dimensiones y una imagen aérea oblicua en tres dimensiones, en una misma carrera de orientación. Hay muchos estudios desde un punto de vista geográfico, que se refieren a la interpretación de mapas en edad escolar (Piaget, Piñero, Passini y Wiegand entre otros); nosotros lo hacemos desde la perspectiva de la educación física. Nuestro interés es ver cuál es el grado de interpretación de un mapa de orientación y en qué medida el tipo de representación del espacio en el papel afecta al rendimiento en la ejecución de una carrera de orientación.

Para ello la muestra total analizada fue de 2 chicos y 8 chicas entre 10 y 11 años, en los que se administraron diferentes test:

- Dos carreras de orientación, una con un mapa de orientación 2D y otra con una imagen aérea oblicua representada en 3 dimensiones. Aquí los participantes fueron monitorizado con gps Suunto ambit 3, registrando el recorrido realizado. Se tomaron los tiempos mediante el sistema de *sport ident* para evaluar los resultados finales.
- Una encuesta de evaluación de la actividad y dibujar la ruta percibida por cada alumno en el mapa utilizado para cada una de las dos carreras.
- Un test de habilidades visión-perceptivas, para establecer la madurez visual y comprensión lectora.
- Test de condición física: un test de velocidad (prueba de 50 metros) y un test de capacidad aeróbica (test de recuperación intermitente yo-yo, nivel 1).

El análisis entre los resultado obtenidos en la ejecución de la carrera con mapas 2D y 3D, nos permite observar un mejor rendimiento, para los tiempos obtenidos así como en la elección de itinerarios, en la carrera con imagen aérea en 3D.

Palabras clave: Educación Física – Imagen Geoespacial – Mapa – Orientación

LA TRANSICIÓN ALIMENTARIA ABORDADA DESDE EL PROBLEMA DE LA SALUD Y LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN EL CONTEXTO LATINOAMERICANO

AUTOR

Ernesto Elías De La Cruz Sánchez

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (Venezuela)

ernestodelacruz0203@yahoo.es

La Transición Alimentaria es considerada por los expertos como la secuencia de características, modificaciones y cambios tanto cuantitativos como cualitativos del estado nutricional de la población. A su vez, surge como consecuencia de la sustitución de la alimentación tradicional por una alimentación hipercalórica con exceso de grasas y azúcares, unida a una disminución en la ingesta de carbohidratos complejos, frutas, verduras-hortalizas y fibra. Estas alteraciones en el régimen alimentario se combinan con cambios de conducta que suponen una reducción de la actividad física (sedentarismo), en medio de cambios económicos, demográficos, sociales y de salud (ambiente obeso génico), teniendo como principal resultado el sobrepeso y la obesidad, los cuales son considerados como la epidemia del siglo XXI (OMS, 2006), factores que coexisten con deficiencias nutricionales *silenciosas* de vitaminas y minerales esenciales (hambre oculta) y la pobreza en muchos de nuestros países.

Este fenómeno se ha intensificado en la región por un incremento del sobrepeso-obesidad en la población escolar y adulta (entre 50% y 70% OMS, 2012), conformando uno de los principales factores de riesgo de Enfermedades Crónicas No Transmisibles ECNT (cáncer, enfermedades del corazón, enfermedades cerebrovasculares y diabetes) y constituyen en conjunto la causa principal de mortalidad en la región (entre el 43% y el 78% OMS, 2012), además se espera un incremento significativo en los próximos años (OPS, 2006).

A partir de este marco se revisan: a) las diferentes relaciones entre salud-alimentación-enfermedad desde perspectivas socio culturales, psicobiológicas y educativas. Donde la *Educación Alimentaria y Nutricional* se expresa como una de las principales estrategias para la promoción de una alimentación adecuada y saludable, y presupone procesos articulados-permanentes de problematización, reorganización de valores, actitudes y generación de autonomía, a la par de las estrategias de información y comunicación que se empleen; y b) las propuestas, directrices y acuerdos internacionales y regionales en el campo de la alimentación-nutrición y su relación con el sobrepeso y la obesidad, en el plano de las políticas públicas de los diversos países de la región.

Destacando a la salud-nutrición y a la educación como parte integrante-integrada en las políticas públicas, en las estrategias de los diversos sectores y en los diferentes niveles de participación social, a través de actuaciones sostenibles en el tiempo. Razón por la cual, el nivel de salud-calidad de vida de cualquier grupo social, será el resultado del compromiso y participación de todos los actores sociales, de su nivel de información-formación integral, de su responsabilidad a nivel público, social y privado; lo que se expresará en altos niveles de organización de sus instituciones y de la propia sociedad, constituyendo un elemento fundamental para el desarrollo sustentable de nuestros países.

Palabras Clave: Alimentación - Educación Nutricional - Nutrición en Latinoamérica - Políticas de Salud - Transición alimentaria

EL PASAJERO SILENCIOSO: LA INFLUENCIA DE LAS TEORÍAS IMPLÍCITAS DEL PROFESOR DE LENGUA EXTRANJERA EN SU PRÁCTICA PROFESIONAL

AUTORA

Graciela de la Nuez Placeres

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

graciela.delanuez@ulpgc

Es del todo conocida la realidad española de unas siete reformas educativas en menos de 35 años, unos resultados en el Informe PISA (OCDE, 2004; 2012) reveladores así como una tasa de abandono elevada. Nuestra hipótesis de partida propone que el problema del sistema educativo para alcanzar sus objetivos con éxito, entre otros aspectos de complejidad, tiene una posible dificultad de naturaleza conceptual. Entendemos que cualquier cambio o reforma sustancial debería abordar este ámbito y para ello nos hemos enfocado en la figura del profesor como una de las variables más importantes en la ecuación educativa. Nos interesa indagar sobre la posible repercusión de sus conocimientos, creencias y teorías implícitas en la ejecución de su práctica docente.

El presente trabajo pretende abordar las teorías implícitas de profesores de inglés que actualmente se encuentran en servicio a través de lo que nos posibilita el acceso a su complejo entramado de construcción de significados y de conocimientos del mundo, es decir a través de su lenguaje. Para ello nos situamos dentro del marco teórico y metodológico de las Ciencias Cognitivas y empleamos un modelo de análisis desarrollado en Lingüística Cognitiva por Lakoff y Johnson (1980) denominado “Teoría de la Metáfora Conceptual” para así adentrarnos en lo que ya Facounnier (1994) denominó la punta de un iceberg de andamio conceptual o cognición entre bastidores.

El corpus recopilado de expresiones cotidianas de profesores, nos permitió examinar las metáforas que utilizan para construir su realidad profesional y analizar sus asunciones adoptadas en su acercamiento a la enseñanza y aprendizaje de una segunda lengua. El estudio reveló que las teorías implícitas del profesorado se enfocan principalmente en la conceptualización de la enseñanza como transmisión, la mente como contenedor y el aprendizaje como proceso mecánico. Se observó que la metáfora del conducto de Reddy (1979/1993) juega un papel relevante en estructurar las teorías implícitas del profesor y esto refleja una aproximación reduccionista a su práctica docente. Se reduce por tanto el acto de enseñanza o acto comunicativo en el aula como: envío de información a través del lenguaje en forma de paquetes conceptuales que son depositados en las mentes-contenedor de los estudiantes, sin considerar el papel del estudiante en el proceso de construcción de significado.

El entramado conceptual implícito media en la práctica docente y en muchos casos obstaculiza el aprendizaje como reflejo del proceso de enculturación operante. Este ejercicio de reflexión nos posibilita según Casonato (2003) y su equipo de investigación el proceso de sustitución de las metáforas conceptuales ancladas en paradigmas obsoletos o distorsionados por otras que se ajusten a los nuevos descubrimientos sobre mente, lenguaje y comunicación a través principalmente de la experiencia y la instrucción.

Palabras clave: Teorías implícitas - Metáfora conceptual – Profesores Lengua Extranjera – Enseñanza

DESAFÍOS DE LA EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE: LOS “SIETE SABERES” DE MORIN Y LA CONSTRUCCIÓN DE UNA PEDAGOGÍA JURIDICA DE LA SOSTENIBILIDAD

AUTORES

Daniel de Mello Massimino y Danielle Anne Pamplona

Pontificia Universidad de Católica do Paraná (Brasil)

danielmello@catolicasc.org.br y dapamplona@pamplonaebraz.com.br

La década de la educación para el desarrollo sostenible (o EDS) propuesta por la Organización de las Naciones Unidas terminó en 2014. Sin embargo, los países y las organizaciones supranacionales, como la ONU y UNESCO, reconocen que la EDS es fundamental para la construcción de políticas públicas dirigidas al desarrollo de una educación de calidad, así como la construcción de una cultura sostenible. El reconocimiento de este hecho es que la propia UNESCO ya está desarrollando proyectos más allá de la década de EDS, consagrados en el Acta de la 37ª Conferencia General de la UNESCO, cuyas acciones están planeadas a empezar desde 2015.

Sin embargo, la aparición de la EDS supone la construcción de una pedagogía dirigida a esta nueva realidad, incluso en la educación jurídica. Por lo tanto, el propósito de esta ponencia es discutir sobre el papel de los "siete saberes necesarios para la educación del futuro", articulados por Edgar Morin en su libro del mismo título, en la construcción de una pedagogía jurídica orientada a los desafíos de la sostenibilidad, en particular los desafíos formulados por las organizaciones supranacionales.

La cuestión por resolver es cómo, o si, los “siete saberes” de Morin pueden contribuir para formatear una pedagogía jurídica adecuada a los desafíos de la EDS. A través de las contribuciones de la teoría de la complejidad, que se utiliza como base lógica de la investigación, se pretende verificar la relación teórica existente entre múltiples interfaces posibles entre la pedagogía jurídica, el desarrollo sostenible y los objetivos de la UNESCO para una educación que pueda alcanzar dichos fines.

Por último, se presenta una conclusión sobre el tema, con las posibilidades abiertas por los "saberes" de Morin para la redefinición de la pedagogía jurídica.

Palabras clave: Complejidad – Educación – Educación jurídica – Políticas Públicas – Sostenibilidad

REPRESENTACIONES SOCIALES, INNOVACIÓN COOPERATIVA Y DESARROLLO HUMANO

AUTORES

M^a Ángeles Delgado Burgos, Jesús Aparicio Gervás y Carlos García de la Santa Delgado

Universidad de Valladolid (España) e Instituto Cervantes (Irlanda)

angelesdb2@hotmail.com, aparicio@sdcs.uva.es y cgarciadelasanta@hotmail.com

El trabajo de investigación-acción que aportamos se realizó en un centro educativo ecuatoriano de Manta con una muestra de 47 estudiantes de 1º bachillerato y sus familias, en claro riesgo de abandono escolar y sumidas en la pobreza, para resolver el interrogante: ¿sería viable minimizar el abandono escolar con la aplicación de prácticas de innovación curricular cooperativa que recogieran las representaciones sociales de los actores?

Hemos constatado que existe una clara asimetría entre el discurso institucional relativo a la Educación y la realidad cotidiana de los estudiantes y las familias en los centros educativos. Es probable que dicha irregularidad resida porque en dicho índice estén ausentes los indicadores que reflejan algunos de los motivos del mencionado abandono como: el fracaso escolar con repeticiones sucesivas por la falta de innovación curricular, escasa valoración de la formación -por parte de las familias sumidas en la pobreza-, o a la relación causa-efecto entre ambas.

En un primer acercamiento al espacio educativo comprobamos la ausencia de innovación en las programaciones curriculares, por lo que establecimos la hipotética relación cognitiva sobre la educación reglada, de las familias y los estudiantes, *fracaso-abandono-infravaloración*, como representación social surgida en el espacio de la pobreza, resultado de la interacción comunicativa reactiva ante el anquilosamiento educativo. Así, fue necesario contemplar como objetivo la realización de buenas prácticas curriculares, con el diseño de la materia *El Buen Vivir*, con nuevos contenidos y técnicas de aprendizaje dialógico cooperativo, que contribuyeran, en primer lugar, para actuar como reactivo en el reconocimiento y variación de las representaciones sociales *empírico-útil-mejora de vida*, del imaginario del alumnado y de las familias, que en la vida cotidiana se reflejaba en la acción secuenciada-combinada *drogas-violencia-mejora de vida*; y, en segundo lugar, para lograr la consecución del Desarrollo Humano de la comunidad educativa.

Para esta fase inicial de levantamiento de datos primarios de las construcciones cognitivas de los actores, sobre el objeto de la educación formal e informal, aplicamos técnicas metodológicas interdisciplinarias del ámbito de la investigación cualitativa: entrevista semiestructurada, observación participante, prácticas discursivas, informes estadísticos e históricos del contexto, que nos permitieron establecer -mediante el análisis triangulado- su contenido, estructura, significados, contextos e interacciones.

Los resultados de la experimentación constataron que los diseños curriculares deberían recoger las representaciones sociales de la comunidad educativa para que sus miembros se vean implicados y motivados por la finalidad última del aprendizaje, el logro del desarrollo colectivo-cooperativo de su entorno.

Palabras clave: Abandono escolar - Desarrollo humano - Innovación cooperativa - Representaciones sociales

UNA PROPUESTA DIDÁCTICA PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS INTEGRADAS INGLÉS/HISTORIA A TRAVÉS DE LA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL EN SECUNDARIA

AUTOR

Sergio Díaz Menéndez

Universidad de Oviedo (España)

diazsergio@uniovi.es

El desarrollo de las competencias básicas de manera integrada en contextos plurilingües es uno de los deseos desde el implemento masivo de estas estructuras en Secundaria (segunda mitad de la década del 2000) y la aprobación de la LOE (2006). La Ley Orgánica Para la Mejora de la Calidad Educativa (2013) asume el aprendizaje por competencias pero aún se detectan necesidades en la formación de las docentes, ideas e infraestructuras que permitan llevar a cabo un desarrollo competencial plenamente integrado.

En esta ponencia voy a centrarme en proponer una serie de tareas para un grupo de 4º de ESO en un contexto plurilingüe en el Principado de Asturias. Se trataría, concretamente, del IES Pérez de Ayala, situado en Ventanielles, barrio periférico de Oviedo con un importante influjo migratorio en los últimos años y muy afectado por la crisis económica, el paro y la precariedad. El centro antedicho ofrece un programa bilingüe español-inglés para alumnos seleccionados que quieran dar continuidad al que ya tenían en su centro adscrito de primaria, el Colegio Público de Ventanielles, bajo acuerdo con el British Council.

En mi trabajo desgajo las ocho competencias básicas tanto a escala europea como en su aplicación en la LOE en España y propongo varias tareas con objetivos, contenidos y criterios de evaluación para medir el desarrollo integrado de las competencias en cada una de ellas. Asimismo, propongo varios instrumentos que permitan medir este desarrollo competencial. El tema elegido será la Revolución Industrial, muy relevante dado que los alumnos deben aprender los contenidos de ambos territorios (Reino Unido y España) y el período en que se enmarca este hecho histórico ofrece numerosas concomitancias entre dichos países, donde se hablan la lengua extranjera (entendida como segunda lengua dentro de la metodología utilizada) y la lengua materna o pseudomaterna del alumnado, respectivamente. La intención de este trabajo es ilustrar la posibilidad de cumplir los objetivos de las competencias que se vienen impulsando desde el Informe Delors (1996) pero que son a veces difíciles de materializar.

En cumplimiento de la LOE y de los planteamientos de la sección de Plurilingüismo de la Consejería de Educación del Gobierno del Principado de Asturias, el funcionamiento ideal de este programa plurilingüe implicaría que el inglés no fuera patrimonio exclusivo de trabajo del aula de lengua extranjera, sino que se trabajara en disciplinas no lingüísticas o incluso se contribuyera al mismo desde la Asignatura de Lengua Castellana y Literatura. A cambio, la asignatura de inglés reforzaría, enriquecería y ampliaría los conocimientos teóricos, prácticos y actitudinales del resto de materias. Este es un ejemplo, por consiguiente, de retroalimentación entre inglés y Ciencias Sociales.

Palabras clave: Competencia Plurilingüe - Didáctica de la Lengua Extranjera - Inglés - Historia - Didáctica de las Ciencias Sociales

LA NECESIDAD DE CAPACITAR EN LITIGACIÓN Y ORATORIA PARA JUICIOS EN LOS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS DE DERECHO

AUTORA

María José Fernández-Fígares Morales
Universidad Autónoma de Madrid (España)
mj.figares@uam.es

La efectividad de dos metas propiamente universitarias como son, por un lado, el procurar la creación, desarrollo, transmisión y crítica de la ciencia, de la técnica y de la cultura y, por otro, el ofrecer la preparación para el ejercicio de actividades profesionales que exijan la aplicación de conocimientos, representan clásicas aspiraciones académicas.

De hecho, la ley española recoge estas metas como auténticas funciones de la universidad y añade que lo son al servicio de la sociedad (Art. 1.2.a) b) de la Ley Orgánica 6/2001, de 21 de diciembre, de Universidades). Sin embargo, dichas metas corren el riesgo de quedarse en meras aspiraciones si no se articula la aplicación de una suerte de concretas medidas y métodos específicos que supongan la búsqueda de aquellas metas tan nobles como abstractas. El presente trabajo parte de que las figuras profesionales que constituyen activos actores del diálogo generado en el seno de los procesos judiciales requieren la aglutinación en un itinerario formativo que mejore la asunción de sus tareas y con ello se revierta en un funcionamiento de la administración de justicia de mayor calidad y eficiencia.

Dicho itinerario formativo debería contar con tres áreas fundamentales: el área sustantiva, el área procesal y un área transversal o área puente denominada genéricamente de Habilidades del Oficio. El sistema tradicional ha venido a suministrar valiosos aportes respecto a las dos primeras áreas, sin embargo, prácticamente no existen programas accesibles a los estudiantes que posibiliten la profundización y, sobre todo, el adiestramiento efectivo en las Habilidades del Oficio del litigante. El entorno social y judicial de hoy reclama la formación integral, sistematizada y coherente en las Habilidades señaladas.

El sistema propuesto aquí de enseñanza centrado en la Estrategia de Litigación, Discurso y Oratoria para juicios se sitúa en la docencia procesal como un valioso complemento a la oferta académica que ya ofrece la Universidad, a través de su Grado y Posgrado en materias jurídicas. El trabajo ofrece referentes comparados procedentes del entorno hispanohablante, algunas incipientes iniciativas en España.

A la luz de las necesidades expuestas, se expone un completo programa formativo de carácter innovador que procure precisamente la capacitación en Estrategia de Litigación y Oratoria para juicios, para lo que se presentan, por un lado, sus aspectos formales, como la estructura, duración, destinatarios, los requisitos, la distribución de la carga de trabajo así como el adecuado perfil del profesorado y por otro lado, sus aspectos de contenido, objetivos, metodologías docentes y evaluativas a emplear, con especial atención a las actividades prácticas y a los trabajos del estudiante.

El proyecto presentado aspira a satisfacer plenamente los requerimientos universitarios y las demandas del mercado y, además, sumar calidad a la Administración de Justicia y que tanto afecta a la convivencia social y a los derechos individuales, todo lo que incentiva su desarrollo efectivo.

Palabras clave: Derecho - Docencia - Litigación - Oratoria - Juicios

PROCESO ANALÍTICO JERÁRQUICO PARA LA PRIORIZACIÓN DE COMPETENCIAS QUE FAVOREZCAN LA IMPLANTACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN LAS EMPRESAS

AUTORES

María del Pilar Flores Asenjo y Miguel Ángel Beltrán Bueno

Universidad Católica de Murcia (España)

pflores@ucam.edu; mabeltran@ucam.edu

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) consiste en “integrar de manera voluntaria, las preocupaciones sociales, económicas y medioambientales en las acciones propias de la actividad de la empresa” (Gallardo y Sánchez, 2013). La situación de crisis sufrida recientemente, y las consecuencias de la misma sobre la sociedad, ponen de actualidad este concepto y la necesidad de incorporarlo al proceso organizativo y de gestión de las empresas.

La importancia de la RSC ya se estableció en la Cumbre de Lisboa celebrada en el año 2000 y que dio lugar al Libro Verde (2001), cuya misión era fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. En España también se han ido desarrollando progresivas acciones encaminadas a delimitar y definir el concepto de RSE y a fomentar su implantación en el territorio (la constitución del Foro de Expertos en RSE, la aprobación del Código unificado de buen gobierno de las sociedades cotizadas y del informe denominado Libro blanco de la RSE, la publicación de la Estrategia Española de Desarrollo Sostenible, la incorporación de la RSE a la agenda del Diálogo Social, la creación del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) y la aprobación de la Ley 2/2011 de 4 de marzo, de Economía Sostenible, entre otros).

Dada la importancia de esta temática, se hace imprescindible que los planes actuales de los grados de Administración y Dirección de Empresas recojan competencias orientadas al logro de habilidades y actitudes que favorezcan la implantación de la RSC. Para establecer las competencias prioritarias para este objetivo, se ha realizado un proceso analítico jerárquico (AHP) con un grupo de formadores expertos en esta materia, en el que se ha logrado establecer un ranking de los factores impulsores de la implantación de la RSC en las empresas.

Los resultados del análisis establecen como competencias prioritarias que los alumnos sean capaces de implantar y trabajar con estructuras de comunicación adecuadas, tengan formación específica en las necesidades que genera la implantación de las RSC, y entre sus habilidades destaque el trabajo en equipo y la creatividad e iniciativa.

Palabras clave: Administración - Competencias - Dirección de empresas - Proceso analítico jerárquico (AHP) - RSC y RSE

PLANIFICACIÓN Y DESARROLLO REGIONAL PARA LA REGIÓN ORIENTE DE MICHOACÁN

AUTORA

María del Consuelo Gallardo Aguilar
Instituto Tecnológico de Zitácuaro (México)
cgallardo@yahoo.com.mx

El desarrollo regional es una detonante de la competitividad, una posibilidad también de mejores niveles socioeconómicos y estabilidad económica, social y política en las regiones, sin embargo, el desarrollo no es un evento aislado es más bien un producto de la planificación en las regiones, y la planificación será cada vez más efectiva si se realiza de manera formal, sistemática y tomando en consideración las situaciones de cada región.

La presente investigación pretende sustentar el impacto que la formación a nivel posgrado en el área de planificación de empresas y desarrollo regional representa en el desarrollo de la región oriente de Michoacán.

Palabras clave: Planificación empresarial - Desarrollo regional - Michoacán - Impacto de la educación

INCLUSIÓN DE COMPETENCIAS DIGITALES EN LOS PLANES DE ESTUDIO DEL GRADO EN TRABAJO SOCIAL

AUTORES

Francisco Javier García Castilla y Eloy Vírseda Sanz
 Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)
fjgarcia@der.uned.es y evirseda@der.uned.es

En estos tiempos donde la información y la tecnología fluyen a ritmos elevados creando realidades cambiantes y nuevos escenarios digitales cada pocos espacios de tiempo, *la Universidad se encuentra en un proceso de transformación e innovación pedagógica de sus modelos y prácticas de enseñanza* (San et al.: 2012) que impone la inclusión de nuevos contenidos en competencias transversales dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Los procesos actuales de socialización cultural y digital que experimentan en la actualidad los alumnos de cualquier disciplina, y en concreto de Trabajo Social, son muy diferentes a los de anteriores generaciones. Con los avances tecnológicos nos hemos ido introduciendo en un mundo digital en el que algunas cohortes quedan fuera y jóvenes y niños, en la actualidad, están inmersos en múltiples actividades multimediáticas (ordenadores, *tablets*, *smartphones*, redes sociales, inmediatez de la información, etc.) que, además, son cambiantes en cortos periodos de tiempo. Para los estudiantes universitarios de la actualidad, las tecnologías de la información y comunicación se han convertido en habituales en su día a día y además son "... seña de identidad generacional que les distingue del mundo de los adultos" (Area, M. 2008:2).

La realidad altamente tecnificada en la que está inmersa la sociedad y en la que van a desarrollar su actividad profesional los trabajadores sociales en el marco de la cobertura de las necesidades de la población y en donde el mundo digital se contempla como una oportunidad para reducir las vulnerabilidades, es importante desarrollar competencias digitales e informacionales en varias dimensiones.

Una primera línea sería la de *aprender a utilizar de forma inteligente la información tanto para acceder a la misma, como a recrearla y a difundirla en los medios digitales* con la finalidad de prevenir a quienes empleen estos espacios incorrectamente con comentarios en redes sociales y evitar que se conviertan en "idiotas digitales" perjudicando en el futuro sus currículums profesionales. A partir de esta idea, la segunda línea de trabajo sería *la de adquirir y desarrollar normas de comportamiento, que impliquen una actitud personal y social positiva hacia los demás, evitando actitudes tecnofóbicas ni sumisas ante estas innovaciones*, siendo conscientes de las oportunidades que nos ofrecen. Y por último incidir en *la idea de que las tecnologías no son asepticas desde una visión global y social sino que influyen en las relaciones sociales, culturales y políticas, y se deben evitar conductas desviadas en el acceso y empleo de estas tecnologías*. (Area, M. 2008:4)

La universidad debe tener la finalidad de formar personas con las competencias y habilidades necesarias para sobrevivir en los actuales entornos culturales, del conocimiento, de la ciencia y otras disciplinas y ante todo en las relaciones sociales digitales e informacionales actuales.

Palabras clave: Competencias digitales - EEES – Era de la información – Nuevas realidades sociales – Trabajo Social

ENSEÑAR LA GUERRA: TENDENCIAS ACTUALES EN DIDÁCTICA DE LA GUERRA EN LAS ASIGNATURAS DE CIENCIAS SOCIALES

AUTOR

Víctor García González
Universidad de Málaga (España)
v123gg@gmail.com

Dado que la guerra es una constante en los temarios de la asignatura de Historia en todo el período de Secundaria y un elemento recurrente en otras asignaturas de Ciencias Sociales, tanto en enseñanza obligatoria como en titulaciones universitarias, vale la pena utilizarla como eje vertebrador de los contenidos. Pero no en el sentido tradicional basado en la transmisión de fechas y hechos por parte del profesor de manera unidireccional, sino como pretexto para, desde la guerra, hablar del conjunto de factores que componen el estudio de una época histórica concreta o de una realidad objeto de análisis: estructuras de gobierno y poder, sociedad, economía, cultura, personajes, arte e incluso legado y memoria.

El tratamiento de la guerra en la didáctica ha vivido, *grosso modo*, los mismos vaivenes que la historia militar en el conjunto de la historia general: tradicionalmente estaba omnipresente y era utilizada como medio para inculcar en los jóvenes los valores considerados nacionales por las respectivas autoridades o gobiernos, luego fue condenada al ostracismo, y en las últimas décadas ha vivido un resurgimiento, dominando la investigación histórica actual junto a la historia política y cultural. No obstante, cabe plantearse si estas nuevas perspectivas han calado suficientemente en la didáctica de las Ciencias Sociales en el ámbito hispanoamericano.

Este artículo analiza las tendencias actuales en didáctica de la guerra y asimismo realiza propuestas de aplicación docente inspiradas en éstas. Uno de los objetivos que nos proponemos en ésta investigación es situar al alumno en el centro del proceso de aprendizaje. Reivindicamos la importancia clave de la guerra para entender los procesos históricos y los contextos del presente, para lo que buscamos conocer las propias impresiones del alumno sobre los conflictos pretéritos y actuales, evitando así la unidireccionalidad y relacionando el pasado histórico y el presente a través de recursos didácticos muy diversos, entre los que destacan las TIC o, por ejemplo, innovadores usos de la cartografía como recurso didáctico. Pretendemos establecer un proceso de enseñanza-aprendizaje significativo en el que el alumno construya su propio discurso con la ayuda del docente.

En última instancia, se trataría de inculcar en el discente la consciencia de valores como la paz, haciendo hincapié en los conceptos de memoria y legado y analizando cómo vemos los conflictos históricos desde la perspectiva de nuestros días. No obstante, no estamos realizando un ejercicio de “educación para la paz”. Diferimos parcialmente de los planteamientos de esta corriente pedagógica, aunque reconocemos el carácter renovador que ha aportado a la relación de la guerra con el conjunto de los contenidos de los currículums.

Nuestra aportación ayuda a reforzar un perfil docente que trasciende la mera transmisión de datos y adquiere el papel de guía para la adquisición de competencias por parte del alumnado. Es nuestra intención, en síntesis, poner en valor el estudio de la guerra como campo de conocimiento y debate.

Palabras clave: Cartografía - Didáctica - Guerra - Historia militar - TIC

NATURALEZA Y SOCIEDAD, DE LA GLOBALIZACIÓN A LA ESCISIÓN: UNA REVISIÓN CRÍTICA DE LOS CONTENIDOS CURRICULARES SOCIALES EN LA ACTUAL LEGISLACIÓN EDUCATIVA (LOE / LOMCE)

AUTORAS

**Antonia García Luque, Guadalupe Romero Sánchez y María de la Encarnación Cambil
Hernández**

Universidad de Jaén y Universidad de Granada (España)
agalu@ujaen.es; guadalupers@ugr.es y ncambil@ugr.es

En el marco de los actuales cambios legislativos en materia de educación obligatoria en España, a merced de las corrientes políticas e ideológicas (LOMCE), una de las mayores polémicas está relacionada con las modificaciones producidas en la nueva organización de las asignaturas de la Educación Primaria, con la consecuente alteración curricular de las mismas, especialmente en relación a la estructuración y selección de los contenidos. En esta línea, la presente propuesta plantea realizar un análisis de las transformaciones producidas en los contenidos sociales al hilo de la desaparición del área *de Conocimiento del Medio Natural, Social y Cultura*, que ha dado paso a la división de la misma en dos asignaturas troncales diferenciadas: Ciencias de la Naturaleza y Ciencias Sociales. Se realizará un estudio comparativo entre los objetivos, contenidos, competencias y criterios de evaluación relacionadas con las Ciencias Sociales trabajados en la LOE a través del área de *Conocimiento del medio* y la asignatura troncal de Ciencias Sociales de la LOMCE, a fin de realizar una evaluación inicial del impacto que la nueva legislación pueda tener en relación a la educación para la ciudadanía desde un pensamiento crítico.

Para ello, necesariamente hay que realizar en paralelo un análisis de la nueva dirección que ha tomado la cuestionada asignatura *Educación para la Ciudadanía y los Derechos Humanos*, eliminada en la Educación Secundaria y modificada en la Educación Primaria en base a las ideologías de poder dominantes.

Partiremos del cuestionamiento de la asimilación educación-ideología, presente en nuestro país, responsable en gran medida de que las políticas educativas sean políticas ideológicas, así como de la crítica al inestable contexto de nuestro sistema educativo en relación a la calidad de la educación.

Palabras clave: Contenidos Curriculares – Ciencias Sociales – LOE – LOMCE – Política educacional

INTRODUCCIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA DOCENCIA DEL GRADO DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS EN LA UNIVERSITAT POMPEU FABRA (BARCELONA)

AUTORA

Eva Gómez Colell

Universidad Pompeu Fabra (España)

evagcolell@gmail.com

Una educación para una ciudadanía universal (Nussbaum, 1997) implica trascender la inclinación de profesorado y alumnado a definirse a sí mismo y a la complejidad social siguiendo identidades cerradas. Aplicada a la docencia, esta consideración exige una toma de conciencia. En el caso que nos concierne, la incorporación de la perspectiva de género en el ámbito universitario se entiende como el análisis y la reflexión sobre la posible visión androcéntrica que afecta todo el diseño de una asignatura, incluyendo los contenidos de las unidades docentes, el tipo de ejemplos y fuentes utilizadas, el lenguaje y la definición y evaluación de competencias, así como la forma de hacer participar al alumnado.

El presente trabajo tiene como objetivo el estudio y la implementación de mejora de la oferta educativa referida a cuestiones de género en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universitat Pompeu Fabra (Barcelona). La integración de la perspectiva de género en la docencia universitaria es una apuesta de responsabilidad social necesaria para fomentar la participación de las mujeres en el conocimiento científico, modificar la visión androcéntrica del saber y visibilizar las aportaciones de las mujeres en el ámbito académico y situándolas así en primera línea.

Para lograr el objetivo planteado, se han recopilado los planes docentes que conforman el grado impartido en la UPF y se han sometido a un análisis cuantitativo de contenido a partir de los términos: *Perspectiva de gènere, Gènere, Dona, Sexisme, Estereotips, Feminisme y Sexualitat* [Perspectiva de género, Género, Mujer, Sexismo, Estereotipos, Feminismo y Sexualidad]. **De un total de 57 asignaturas analizadas, tan sólo el 8,7% de los planes docentes contiene alguna referencia al género.** Además, para ahondar en la cuestión que nos atañe, se ha realizado una encuesta tanto al profesorado como al alumnado de los cursos 2º, 3º y 4º del grado mencionado.

Con la intención de comparar las respuestas de ambos grupos de participantes, éstos han sido cuestionados sobre aspectos concretos de la docencia, como el grado de participación e implicación en las clases magistrales y de seminario según el género; sobre el uso consciente de recursos que fomenten el equilibrio de género tanto en los materiales creados por el profesorado como en las actividades realizadas por el alumnado; sobre la relevancia de la incorporación de la perspectiva de género en la docencia; o sobre la formación recibida acerca de temas de género.

En términos generales, **los resultados indican que, si bien hay conciencia de la importancia de la implementación de la perspectiva de género en el aulario, su aplicación práctica se presupone inexistente.** Por ello, se hace preciso elaborar un informe-guía sobre contenidos, competencias y participación en materia de género que valga como campaña de sensibilización y sea trasladable a cualquier ámbito de la enseñanza universitaria.

Palabras clave: Docencia - Perspectiva de género - Publicidad - Relaciones Públicas - Responsabilidad social

LOS RETOS DE LA EVALUACIÓN EN LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEL MAESTRO: UNA EXPERIENCIA DE INNOVACIÓN EN EL MARCO DE LA EDUCACIÓN LINGÜÍSTICA

AUTORA

María Begoña Gómez Devís
Universitat de València (España)
M.Begona.Gomez@uv.es

Esta contribución aborda la dimensión de la evaluación orientada al aprendizaje y el desarrollo de competencias básicas o esenciales en el estudiante universitario mediante la activación de prácticas educativas y procedimientos evaluativos que buscan promover y maximizar distintas competencias.

En el estudio participan 141 estudiantes de primer curso del grado de maestro de la Universitat de València (cursos 2013-14 y 2014-15) a través de un muestreo accidental por accesibilidad.

Tras el desarrollo de una metodología de encuesta basada en análisis descriptivos-exploratorios, los datos recabados nos permiten conocer cuál es el grado de dominio percibido por los futuros maestros en torno a las siguientes competencias: aplicación de conocimientos, argumentación, resolución de problemas, análisis de información, comunicación, aprendizaje autónomo, sentido ético, creatividad, trabajo en equipo y evaluación.

Como conclusiones más relevantes de la investigación se extrae que los universitarios se consideran menos capaces en la identificación de las propias necesidades formativas y en la gestión de estrategias educativas para la formación autónoma, así como para afrontar las tareas de una manera original y novedosa, entre otras.

Palabras clave : Evaluación - Plataforma de enseñanza - Procesos de aprendizaje - Competencias básicas

EL DESARROLLO PROFESIONAL DEL PROFESORADO PARA LA CONVIVENCIA CULTURAL Y DE GÉNERO: REFLEXIONES Y PROPUESTAS

AUTORA

Inmaculada Gómez-Jarabo

Universidad Complutense de Madrid (España)

inma.gomez@edu.ucm.es

Con más frecuencia de la deseada, los medios de comunicación social nos muestran casos de estudiantes de distintas etapas educativas que han sido sometidos a malos tratos físicos, psicológicos, verbales o sexuales por parte de sus compañeros o compañeras de clase. Si bien todas las personas pueden ser objeto de agresiones, parece como si las chicas y el alumnado de origen inmigrante estuvieran más expuestos a la violencia. En todos los casos, esas situaciones marcan de por vida a esos estudiantes y a sus familias, profesores, amigos y allegados y, como no podía ser de otra forma, también a la sociedad, pues parece como si esa violencia se hubiera normalizado y fuera omnipresente. Además, en algunos casos, la situación se vuelve tan extrema que se llega al peor de los desenlaces: la muerte de la persona agredida, ya sea por suicidio o por asesinato.

Tras escuchar noticias de ese tipo, mucha gente se pregunta si esa situación podría haberse evitado y, en la mayoría de ocasiones, se culpabiliza al profesorado por no haber denunciado, prevenido o intervenido, o por no haberlo hecho antes. Pero, ¿realmente nuestro profesorado se siente preparado para prevenir o intervenir ante esas situaciones? ¿Tiene a su disposición formación para reconducir de una forma educativa los conflictos que surgen en su aula o en su centro educativo? ¿Se le forma para mejorar la convivencia en su aula? ¿Recibe preparación para atender a la diversidad cultural y de género y evitar su rechazo? ¿La formación recibida le muestra cómo ha de intervenir cuando se produce un caso de violencia?...

La revisión de diferente bibliografía nos hizo sospechar que existían carencias en la preparación de los profesionales de la educación respecto a temas como interculturalidad, género, convivencia, conflictos y violencia. Por ello, en el curso 2012/2013 comenzamos una investigación para tratar de dar respuesta a los anteriores y otros interrogantes. En ella participaron estudiantes de último curso de distintas titulaciones de educación y profesionales en activo de diferentes etapas educativas y tipos de centros. Los resultados no pudieron ser más reveladores: existe una alta preocupación y sensibilidad por la mejora de la convivencia escolar y la prevención de la violencia pero, en la mayoría de los casos, no se ha recibido formación al respecto, o la recibida no ha respondido a las necesidades reales de los centros educativos.

Basándonos en los resultados de nuestra investigación y de otras precedentes, en la presente ponencia reflexionamos acerca de los cambios necesarios en la formación del profesorado para mejorar la convivencia escolar y prevenir la violencia. Asimismo, nos aventuramos a realizar una propuesta sobre los contenidos que deberían incluirse en la formación de los profesionales de la educación para la mejora de la convivencia y sobre la forma en la que deberían abordarse.

Palabras clave: Convivencia - Educación intercultural - Formación del profesorado - Género - Violencia escolar

EL EJERCICIO DE LA DOCENCIA EN LA EDUCACIÓN ESPECIAL: FORMACIÓN DEL PROFESORADO PARA LA EDUCACIÓN INCLUSIVA

AUTORES

Ángel Luis González Olivares y M^a Montserrat Blanco García

Universidad de Castilla La Mancha (España)

ALuis.Gonzalez@uclm.es y Montserrat.Blanco@uclm.es

El ejercicio de la docencia de las diferentes enseñanzas del Sistema Educativo Español requiere poseer las titulaciones académicas correspondientes y tener la formación pedagógica y didáctica necesaria para cada una de ellas. Las disciplinas de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje no son ajenas a este requerimiento, e incluso la adaptación al sistema de grados y postgrados del Espacio Europeo de Educación Superior ha realizado un cambio importante, los profesionales de la Educación Especial reciben una formación inicial como maestros/as en educación infantil o educación primaria y la especialización la adquieren con la formación en menciones cualificadoras.

El actual itinerario formativo plantea un nuevo marco conceptual que incluye prioridades orientadas hacia una nueva perspectiva y visión de estas especializaciones dentro de la formación general como maestros y maestras, con carácter actualizado e innovador.

Estas prioridades y preferencias se centran en; 1) avanzar hacia el desarrollo de las competencias del maestro y la maestra que dan respuesta a la diversidad del alumnado y a las necesidades educativas especiales que estos pueda presentar; 2) transformar el enfoque, rol y funciones de las actuales Facultades de Educación en las menciones de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje, utilizando metodologías de enseñanza para el aprendizaje y la profesionalización en los laboratorios de educación especial, o simulaciones de la realidad representada; 3) hacer efectivos los derechos a la educación, a la igualdad de oportunidades y a la participación de las personas con necesidades educativas especiales, garantizando su pleno acceso, permanencia y progreso en el sistema educacional, gracias a la aportación educativa y social de la propuesta de acción de profesionalización del maestro y la maestra de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje; 4) adoptar el curriculum común para la educación de todas las personas que presentan necesidades educativas especiales, y cambiar el enfoque y los elementos de diagnóstico y evaluación, con el objetivo de que sirvan para determinar los recursos y ayudas necesarios para optimizar los procesos de desarrollo y aprendizaje del alumnado; y 5) hacer mayor hincapié en la Formación para el Empleo de las personas con capacidades diferentes, hecho que ayudaría a prologar las acciones pedagógicas de una escuela inclusiva a una empresa inclusiva y, con ellas, una sociedad inclusiva.

El presente estudio se centra en cómo llevar a cabo la preparación y profesionalización del alumnado de Grado de Maestra y Maestro en Educación Primaria, en las Menciones de Pedagogía Terapéutica y Audición y Lenguaje, utilizando una metodología basada en prácticas y experiencias innovadoras con entidades y contextos reales, donde las temáticas de las capacidades diferentes y las necesidades específicas de apoyo educativo comparten el aula ordinaria.

Palabras clave: Audición y Lenguaje – Educación Especial – Educación Inclusiva – Formación del Profesorado – Pedagogía Terapéutica

¿ESTÁN LOS ESTUDIANTES DE MAGISTERIO DOTADOS DE RECURSOS EMOCIONALES?

AUTORAS

María D. Gordillo Gordillo y Susana Sánchez Herrera

Universidad de Extremadura (España)

mgordillogordillo@gmail.com y ssanchez@unex.es

En el presente estudio pretendemos, como objetivo principal, analizar la capacidad que tienen los futuros docentes para el manejo, control, regulación y utilización de sus emociones de manera eficaz, en relación con sus emociones o estados afectivos. Para ello, hemos realizado un estudio socio-descriptivo que distingue resultados encontrados en función de las variables edad (primer o cuarto curso) y especialidad de la titulación (infantil y primaria).

Esta Competencia Emocional que perseguimos evaluar fue medida utilizando variables como la Autoeficacia, la Inteligencia Emocional o la Empatía. Para ello contamos con una muestra que estuvo compuesta por 600 alumnos del Grado de Magisterio en las especialidades de Infantil y Primaria de la Universidad Extremadura.

Los resultados obtenidos indican que los alumnos de cuarto curso parecen sentirse más inteligentes emocionalmente y más autoeficaces que los de primero. Por su parte, los alumnos de infantil muestran mayores niveles de Empatía y de *Engagement* que los de primaria, los cuales se sienten más autoeficaces pero sólo a nivel académico. En el desarrollo del trabajo hemos comprobado que estos resultados pueden explicarse porque los alumnos de magisterio parecen encontrarse más seguros de sí mismo cuando alcanzan el cuarto curso, mientras que los de infantil, debido a causas sobre todo en relación con la edad la población con la que van trabajar, necesitan más empatía y es una carrera más vocacional.

Palabras clave: Competencia Emocional - Futuros Docentes - Emociones

DIVERSIDAD CULTURAL, CURRÍCULUM Y FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE LOS FUTUROS DOCENTES. COMPARACIÓN SOBRE LAS ACTITUDES HACIA LA DIVERSIDAD CULTURAL ENTRE DISTINTOS CURSOS

AUTORES

Vicente J. Llorent García y Mercedes Álamo Sugrañes
Universidad de Córdoba (España)
vjllorent@uco.es y s72alsum@uco.es

La formación del profesorado es un elemento clave en la mejora y calidad del sistema educativo. El papel de los docentes y su actualización están siempre en el punto de mira de las reformas educativas y de las demandas sociolaborales. Hay una constante sensación de necesidad de formación, que tiene su lógica en la permanente aparición de nuevos retos en las escuelas, en la educación y en la sociedad.

En concreto, el reconocimiento de la riqueza e importancia que supone la diversidad cultural en las escuelas ha provocado todo un conjunto de teorías, técnicas, estrategias, métodos e innovaciones de distinta índole, que ha ayudado a apostar por la Educación Inclusiva y la Atención a la Diversidad en un amplio sentido. Se ha diagnosticado un déficit en la formación de dicho profesorado, dejando entrever que necesitan estrategias y recursos para la creación de escuelas inclusivas (Colmenero, 2006; Fermín, 2007; Infante, 2010; Llorent y López, 2012). Por esta razón las actitudes como citaba Muntaner (2010), se convierten en un elemento de estudio para analizar la influencia positiva en la formación de los estudiantes de magisterio. Con ello el objetivo que se propone es conocer si la formación recibida en dicha universidad mejora sustancialmente las actitudes hacia la diversidad cultural de los estudiantes o si por el contrario es necesario una mejora curricular en la educación superior, y para eso se compara en este estudio la formación entre el segundo curso del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Córdoba, y el cuarto (y último) curso de esta misma titulación.

El estudio cuenta con la participación de una muestra de 320 sujetos del Grado de Educación Primaria, siendo 184 de primer curso en donde el 32.1% son hombres y el 67.9%, son mujeres, con una media de edad de 20 años (DT: 3.41). El otro grupo corresponde al cuarto curso, contando con un 32.4% de hombres y 67.6%, de mujeres, siendo una media de edad de 22 años (DT: 3.71). Se emplea una escala *ad hoc* de tipo *Likert* denominada escala de Actitudes hacia la Diversidad Cultural (ADC), y aparecen entre los resultados diferencias significativas entre los cursos que se comentan en el artículo.

Palabras clave: Actitudes - Diversidad cultural - Educación superior - Formación del profesorado

VALORES VERSUS AGRESIÓN ENTRE IGUALES: IDENTIDAD PERSONAL, CONTEXTOS CERCANOS FAVORABLES Y EDUCACIÓN EN VALORES CONVIVENCIALES

AUTORA

Lara López Hernáez

Universidad Internacional de La Rioja (España)

Llopez.lara@gmail.com

A medida que el alumno evoluciona personalmente y madura, va dejando formas agresivas de interacción para relacionarse de forma más asertiva. Gracias a los momentos de crisis, los alumnos aprenden a adoptar diferentes perspectivas y adquieren la autonomía necesaria para conseguir la identidad y dejar así de agredir, aunque esta evolución personal sólo se produce si el alumno es apoyado por familiares o personas más allegadas.

En este sentido, las teorías ambientales reconocen que la agresión entre alumnos es aprendida en la imitación a modelos cercanos, principalmente familiares. La situación de marginación social en la que se desenvuelven estas familias influye en el desencadenamiento de la agresividad de los hijos, aunque de una forma indirecta, pues la causa primera de la agresión es la frustración que se siente dentro de una sociedad en la que no se pueden conseguir los objetivos deseados.

Poner en marcha la enseñanza de valores de respeto, de tolerancia, del fomento del diálogo y la empatía, entre alumnos y padres dentro de los centros educativos, podría ser una solución a largo plazo.

Palabras clave: Agresión entre iguales - Educación en valores - Identidad personal - Marginación social

EFFECTO DE UNA INTERVENCIÓN EDUCATIVA SOBRE LAS COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

AUTORES

**Luz Stella López Silva, Carlos Mario Hernández Doria, Azael Elías Gutiérrez Pérez y Diana
Gabriela Zafra Benavides**

Universidad del Norte (Colombia)

lulopez@uninorte.edu.co, cmdoria@uninorte.edu.co, azaelelias52@gmail.com,
dianagabrielazafra@gmail.com

Las intervenciones educativas representan un conjunto de acciones que conducen al desarrollo integral del educador y el educando. Esta, constituye una respuesta asertiva a la necesidad de mejorar los resultados académicos, pues en el proceso de aprendizaje con los docentes es el canal por excelencia entre el estudiante y el conocimiento. El presente estudio determina el efecto de una intervención educativa mediada por la formación docente “Clase para Pensar”, en torno al desarrollo de las competencias comunicativas en estudiantes de tercer grado, por medio de una investigación cuantitativa, con un enfoque positivista, y un diseño cuasi-experimental.

La intervención se llevó a cabo en dos docentes de instituciones distritales de Barranquilla, Colombia y fue evaluada a través de observaciones. Se tomaron medidas pre-postest del producto textual de 60 estudiantes (30 grupo experimental y 30 grupo control) antes y después de la intervención. Se analizaron los textos teniendo en cuenta la presencia y la ausencia de elementos de Supraestructura, Macroestructura y Microestructura. Los resultados indican que la intervención educativa “Clase para Pensar” favorece el desarrollo de las competencias comunicativas. De igual manera, se logró confirmar la importancia de formaciones docentes que propicien la autorreflexión de la práctica docente como agentes de cambio para desarrollo de las competencias comunicativas de los estudiantes.

En el presente estudio se encontraron diferencias significativas entre las medias del grupo Control y el grupo Experimental, después de realizar la implementación del programa de formación de docentes, a favor del grupo experimental en algunos elementos de la Supraestructura, Macroestructura y Microestructura.

Palabras clave: Competencias Comunicativas - Intervención Educativa - Formación Docente

COMPETENCIA INTERCULTURAL Y UNIVERSIDAD. NECESIDAD Y RESPONSABILIDAD UNIVERSITARIA EN LA FORMACIÓN DE FUTUROS PROFESIONALES COMPETENTES EN CONTEXTOS DE DIVERSIDAD

AUTORA

Raquel Martínez Chicón
Universidad de Granada (España)
raquelchicon@ugr.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) favorece, permite y, en cierta medida, exige un seguimiento continuo y personalizado del proceso de aprendizaje del alumnado por parte del profesorado, que debe facilitar no ya sólo la asimilación de conocimientos (Delgado, 2005) sino acompañar en la adquisición de competencias que pretende la materia a impartir. O lo que es lo mismo, promover la construcción del conocimiento (Coll, C., 2001a y 2001b), el aprendizaje de la propia práctica *-learning by doing-*, y convertir el proceso evaluativo en reflexivo y en un nuevo aprendizaje significativo.

Partiendo de estas premisas, la Universidad debería dotar a sus graduados, con independencia de la formación disciplinar de origen y del sector laboral en el que se ocupen (administración pública, empresa, servicios sociales, educación, comunicación, salud, etc.), de las mínimas competencias para el futuro desempeño eficaz de su trabajo en los diferentes escenarios en los que tendrán que desenvolverse (dirigir negocios, ofertar productos, prestar servicios, responder a demandas, comunicarse, relacionarse, resolver conflictos, etc.). Y hacerlo también con personas, grupos o entidades con diferente idioma, cultura, religión o nacionalidad; o lo que es lo mismo, ser eficaces en contextos de diversidad cultural que, en la actualidad, son todos.

También se parte del hecho contrastado (Martínez, 2012 y 2014) de que en caso de existir y contar con una formación que asegure un desarrollo competencial en gestión de la diversidad cultural, se garantiza la eficacia y eficiencia en el desempeño laboral en diferentes contextos y la posibilidad de anticipar y afrontar cambios. Sin embargo, y pese a que esta formación suele ser enormemente demandada una vez que los y las graduados/as se incorporan al mercado de trabajo, sólo en algunos grados del campo de las ciencias sociales con orientación en investigación o intervención con el colectivo de inmigrantes extranjeros –Antropología, Trabajo Social, Educación Social o Ciencias de la Educación- y no siempre ni en todas las universidades, se trabajan de manera más o menos específica estas cuestiones.

A lo largo de las siguientes páginas se mostrará la necesidad y las posibilidades de trabajar las competencias interculturales en la formación universitaria. Y la responsabilidad de la Universidad de hacerlo más allá de la dimensión cognitiva, más allá de las ciencias sociales y más allá de la formación permanente o especializada.

Palabras clave: Competencia intercultural – Diversidad – Innovación docente – Transición a la vida activa – Universidad

GESTIÓN DEL TALENTO DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE CONTENIDO DE CALIDAD

AUTOR

Luis Iván Mayor Silva

Universidad Complutense de Madrid (España)

limayors@ucm.es

En la sociedad actual, se necesitan profesionales con unas competencias que les permitan aportar valor a la sociedad como medio de mejora de la propia competitividad laboral. Las universidades, para desarrollar estas competencias, utilizan programas docentes multimodales que combinan prácticas empresariales, simuladores, gametización y sistemas de mentoría, uso de las TIC, ubicuidad y coaching, con el alto coste que esto supone. Para conseguir estudiantes que no solo aprueben asignaturas el reto está en incidir desde el aula en el desarrollo de las competencias a través de la gestión del talento, generando una mayor autonomía y responsabilidad en su conocimiento y desempeño presente y futuro.

Para ello, hemos desarrollado una Metodología de Creación de contenido llamada ACT, que ayuda a mejorar los tres tipos de competencias transversales y las competencias específicas de la asignatura, persiguiendo una mejora de la transferencia de lo aprendido en clase a la vida del estudiante y a su futuro desempeño laboral. Esta metodología pretende activar un proceso en el que la transferencia de lo aprendido en clase a la vida cotidiana, la construcción progresiva del tipo de profesional que se desea ser y el aporte de valor al conocimiento desde el talento que tenga el alumno, sean los ejes de evaluación y desarrollo de los contenidos adquiridos.

Palabras clave: Creación de Contenido por Alumnos - Desarrollo de Competencias - Gestión del Talento Universitario - Innovación en la Enseñanza Superior - Tutorización por Pares

INNOVACIÓN DOCENTE: UNA HIBRIDACION DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y EL APRENDIZAJE BASADO EN TRABAJO EN EQUIPO

AUTORA

Consuelo Montes Granado

Universidad de Salamanca (España)

cmg@usal.es

Una tendencia innovadora en el nuevo paradigma pedagógico en el que el estudiante es el centro de la enseñanza es el ABP, Aprendizaje Basado en Proyectos. Está cobrando mucha fuerza al promover el aprendizaje colaborativo. En el diseño docente que aquí presento enlazo el espíritu de este enfoque pedagógico con la metodología de enseñanza denominada Aprendizaje Basado en Equipos, ABE, en el que también se pone el énfasis en el papel activo que realiza el estudiante como integrante de un grupo en la dinamización de su aprendizaje. Estos estilos de aprendizaje se distancian del sistema educativo tradicional que concibe el conocimiento como algo estático, conducente a superar unas pruebas al final de la etapa lectiva.

En la particular implementación que he diseñado aúno estos dos enfoques de forma ecléctica, para adaptarlos a mi diseño pedagógico de una asignatura para el Grado en Estudios Ingleses. He refinado este diseño a lo largo de seis cursos y su implementación ha dado lugar a un altísimo grado de apreciación por parte de mis alumnos. En este estudio, presento una descripción de los prerequisites necesarios que han de cumplirse para asegurarse el éxito potencial. Muchos de ellos coinciden con los enfoques pedagógicos arriba indicados, aunque no todos. Es un diseño de implementación para una asignatura de Humanidades, por tanto ha de ser algo diferente al más ortodoxo Aprendizaje Basado en Equipos, pensado para otro tipo de materias científicas. Para mostrar el impacto positivo en mis alumnos he utilizado métodos cuantitativos y cualitativos, principalmente sus escritos de reflexión de grupo, una vez que el proyecto había finalizado, es decir, una vez que ya habían transitado por todo el proceso de aprendizaje, desde los inicios hasta los resultados finales.

Con este énfasis en el proceso, así como en el protagonismo del grupo para que se produzca el aprendizaje significativo de los contenidos, al ser aplicados para analizar la persuasión en la publicidad, la apreciación de mi diseño de innovación pedagógica les ha hecho más conscientes del nuevo modelo de aprendizaje en el que el estudiante es el centro y el agente de su proceso de aprendizaje. Este es el modelo que la EEES, el Espacio Europeo de Educación Superior, ha establecido en los sistemas universitarios europeos a raíz de la Declaración de Bolonia de 1999. Así pues, este diseño pedagógico se suma a las sinergias que los enfoques ABP y ABE están creando en pro de este nuevo paradigma en la educación.

Palabras clave: ABE (Aprendizaje Basado en Equipos) – ABP (Aprendizaje Basado en Proyectos)
– Innovación docente – Metodologías activas de aprendizaje

LA COMUNICACIÓN ACADÉMICA ESCRITA EN LA UNIVERSIDAD: PERSPECTIVAS DE ESTUDIANTES DE GRADO EN TORNO A LA ELABORACIÓN DEL TRABAJO FIN DE GRADO

AUTORAS

M^a del Pilar Montijano y M^a Elvira Barrios
Universidad de Málaga (España)
montijano@uma.es y elvira.barrios@uma.es

Esta comunicación presenta un estudio sobre percepciones de alumnado del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Málaga en torno a la tarea de escritura académica que representa el Trabajo Fin de Grado (TFG). El interés por este tema de investigación se deriva de la preocupación de las autoras por el desarrollo de las competencias de alfabetización académica de este alumnado. Entendemos, a este respecto, que los planteamientos docentes con respecto a cómo facilitar el desarrollo de estas competencias han de derivarse de las percepciones y dificultades experimentadas que, sobre las mismas, manifiesten los propios estudiantes, de ahí la importancia de recogerlas, analizarlas y extraer conclusiones a partir de los datos recogidos.

Para la realización de este estudio, se empleó una metodología mixta, basada tanto en el uso de cuestionarios, como en una entrevista, lo que permitiría triangular los datos aportados por los participantes.

Se elaboraron dos cuestionarios –el *Cuestionario sobre la escritura académica en el TFG* y el *Cuestionario de dificultades experimentadas durante la realización del TFG*. El primero, consta de 12 preguntas cerradas que se respondían mediante una escala de 5 puntos (donde 1="Muy en desacuerdo"; 2="En desacuerdo"; 3="Ni de acuerdo ni en desacuerdo"; 4="De acuerdo"; y 5="Muy de acuerdo") pretendía indagar en el potencial efecto del TFG como tarea que fomenta la concienciación sobre las características del discurso académico escrito, mientras que el segundo se orientaba a explorar las dificultades que distintos aspectos de la escritura académica del TFG había planteado a los estudiantes.

El *Cuestionario sobre la escritura académica en el TFG* estaba conformado por 10 ítems de respuesta cerrada mientras que el *Cuestionario de dificultades experimentadas durante la realización del TFG* comprendía 33 ítems —28 cerrados y 4 abiertos—. Las posibles respuestas de los ítems cerrados se configuraron en forma de escala de 5 puntos (donde 1="Ninguna dificultad; 2="Poca dificultad"; 3="Alguna dificultad"; 4="Bastante dificultad"; y 5="Mucha dificultad").

Asimismo, los estudiantes fueron entrevistados sobre distintos aspectos de la elaboración del TFG. La recogida de datos se realizó una vez que habían finalizado la defensa del TFG. Los ítems cerrados y abiertos fueron analizados, los primeros, mediante estadística descriptiva (media, moda y desviación estándar) y, los segundos, mediante análisis temático (Boyatzis, 1998; Braun y Clarke, 2006).

La comunicación, a partir de las conclusiones que se extraen del análisis de los datos, finaliza con implicaciones de estos de cara al diseño e implementación de estrategias didácticas que capaciten a los estudiantes universitarios en competencias de alfabetización académica.

Palabras clave: Escritura académica – Alfabetización académica – Educación superior – Trabajo Fin de Grado

VARIABLES QUE INCIDEN EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DE LOS ESTUDIANTES DEL GRADO EN ARQUITECTURA TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

AUTOR

Raúl Tomás Mora García
Universidad de Alicante (España)
rtmg@ua.es

El rendimiento académico de los estudiantes universitarios está influenciado por una gran diversidad de factores y es uno de los elementos que influye principalmente al abandono de las enseñanzas universitarias. No es la única causa ya que pueden existir otras condiciones internas y externas que afectan de igual forma, como el factor personal, familiar, económico, laboral, etc. En la actualidad existen muchos estudios y documentación sobre los factores que influyen en el rendimiento académico de los estudiantes, disponer de esta información aportaría un gran valor añadido a la personalización de la educación, pudiendo reducir las tasas de abandono, el nivel de estrés entre el alumnado, aumentar el rendimiento, etc.

Es por ello que esta investigación se centra en conocer e identificar posibles factores que pueden estar interviniendo en el rendimiento académico de los estudiantes, de tal manera que permita mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje y la calidad universitaria. La población objeto de estudio corresponde a los estudiantes matriculados en la titulación del grado en Arquitectura Técnica de la Universidad de Alicante durante cuatro cursos académicos, desde el 2010-11 hasta el 2013-14. La metodología empleada es de tipo descriptivo, correlacional y cuasi experimental, utilizando un instrumento de recogida de información donde se han recopilado de distintas fuentes los datos relevantes de la muestra objeto de estudio. Se han recogido datos sociodemográficos y académicos, como el número de créditos matriculados por curso, los créditos presentados y aprobados, los resultados de las calificaciones por asignatura en cada curso, etc. Tras recopilar la información de interés, los datos han sido procesados mediante la herramienta estadística de regresión lineal múltiple para identificar qué variables y cómo influyen en el rendimiento del estudiante.

El concepto de rendimiento académico tiene un carácter complejo y multidimensional, estando muy asociado al resultado del aprendizaje. Habitualmente los indicadores para determinar el rendimiento académico han sido las calificaciones obtenidas por los estudiantes en determinadas pruebas objetivas (Montero-Rojas et. al., 2007; García-Jiménez, 2000). Este criterio puede tener sesgos debido a que los distintos profesores, asignaturas, titulaciones, escuelas e incluso instituciones universitarias tienen criterios muy distintos en la calificación y evaluación de su alumnado. Esto puede afectar de manera importante al cálculo de lo que sería el rendimiento académico. Para esta investigación se ha adoptado como indicador del rendimiento académico una medida del logro de consecución de los estudios, es decir, la relación de los créditos aprobados en los estudios universitarios frente a los créditos en que se ha matriculado un estudiante.

Los datos analizados estadísticamente han permitido identificar varios factores que afectan al rendimiento académico, confeccionando un modelo de regresión múltiple que estima la relevancia de cada uno de esos factores sobre el modelo.

Palabras clave: Arquitectura Técnica - Construcción - Edificación - Rendimiento académico - Regresión lineal múltiple

ANÁLISIS DE ACTITUDES SOCIALMENTE RESPONSABLES Y EMPATÍA SEGÚN EL SEXO Y EL CURSO

AUTORES

Francisco Manuel Morales Rodríguez y Manuel Alejandro Narváez Peláez

Universidad de Málaga (España)

framorrod@uma.es y mnarvaez@uma.es

La empatía, comportamientos y actitudes socialmente responsables son variables que pueden relacionarse con el bienestar y disposición para el desarrollo de conductas prosociales y solidarias en universitarios. Dado que existen menos investigaciones en el ámbito universitario que analizan el papel que juegan variables como el sexo y el curso, el objetivo de este trabajo es presentar un análisis del efecto de dichas variables en las dimensiones de la variable empatía; actitudes y valores de responsabilidad social. Participaron 114 estudiantes universitarios pertenecientes a titulaciones de Ciencias de la Educación y Psicología (Grado en Pedagogía, Grado en Logopedia y Máster en Profesorado de Educación Secundaria) de la Universidad de Málaga con edades comprendidas entre los 18 y 49 años (60.5% mujeres y 39.5% hombres).

Los instrumentos utilizados fueron el Test de Empatía, el Cuestionario para evaluar comportamientos socialmente responsables en estudiantes universitarios (CACSR) y el Cuestionario para evaluar actitudes socialmente responsables en estudiantes universitarios (CAASR). Para el análisis de los datos se realizó MANOVA con las variables dependientes comportamiento socialmente responsable, actitud socialmente responsable, empatía cognitiva y empatía emocional y las variables independientes curso y sexo. Los resultados demuestran que no aparece un efecto estadísticamente significativo de la interacción de las variables curso y sexo sobre las variables dependientes comportamiento socialmente responsable, actitud socialmente responsable, empatía cognitiva y empatía emocional en conjunto, lo que permite interpretar las variables independientes por separado, encontrándose:

1. Existe un efecto estadísticamente significativo de la variable curso sobre la variable actitud socialmente responsable, que explica un 6.3% de su varianza y sobre la variable empatía emocional, de la que explica un 7.4%.
2. Existe un efecto estadísticamente significativo de la variable sexo sobre la variable empatía emocional, que explica un 4.1 % de su varianza. Finalmente se discute la importancia de estos resultados para el desarrollo de programas formativos de educación intercultural y en los que se trabajan nuevos contenidos relacionados con la responsabilidad social en los que se consideren variables como el curso y el sexo.

Palabras clave: Actitudes socialmente responsables - Curso - Empatía - Sexo

APRENDIZAJE DE LA DOMÓTICA BASADO EN PROBLEMAS

AUTOR

Carlos Morón Fernández

Universidad Politécnica de Madrid (España)

carlos.moron@upm.es

Actualmente, la domótica e inmótica cobran cada vez mayor importancia en la Edificación. Esta materia está involucrada en programas de investigación y desarrollo asociados a áreas tan significativas como el confort, sostenibilidad o eficiencia energética. Sin embargo, el estudio de la domótica, como materia, está poco contemplado en los planes de estudios de las titulaciones oficiales de Arquitectura e Ingeniería de la Edificación. Esta circunstancia hace que los especialistas involucrados en el diseño de edificios (tanto grandes edificios como viviendas) no contemplen, en la mayoría de los casos la inclusión de sistemas domóticos y/o inmóticos en sus diseños.

El autor del presente trabajo ha colaborado en el diseño e impartición de una asignatura de domótica en el contexto del Máster Universitario en Innovación Tecnológica en Edificación de la Escuela Universitaria de Ingeniería de la Edificación. Dentro de este curso, se ha diseñado un temario teórico y algunas prácticas elementales encaminadas a que el alumno tenga una visión general del funcionamiento, la tipología, disponibilidad, complejidad y capacidades de estos sistemas, de manera que el conocimiento de estas tecnologías, por parte de los alumnos, les permita evaluar la conveniencia o no de contemplar dentro de los diseños la inclusión de sistemas domóticos y/o inmóticos en el desarrollo de su actividad profesional.

En este trabajo se expone la metodología utilizada centrada en el aprendizaje, en la investigación y reflexión que siguen los alumnos para llegar a una solución ante un problema planteado por el profesor. Generalmente, dentro del proceso educativo, el docente explica una parte de la materia y, seguidamente, propone a los alumnos una actividad de aplicación de dichos contenidos. Sin embargo, el aprendizaje basado en problemas se plantea como medio para que los estudiantes adquieran esos conocimientos y los apliquen para solucionar un problema real o ficticio, sin que el docente utilice la lección magistral u otro método para transmitir ese temario.

Así, este sistema ayuda al alumno a desarrollar y a trabajar diversas competencias como resolución de problemas, toma de decisiones, trabajo en equipo, habilidades de comunicación (argumentación y presentación de la información) y desarrollo de actitudes y valores como precisión, revisión, tolerancia, etc.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Automatismos - Sistema domótico

LA PRODUCCIÓN MULTILINGÜE EN LA PRÁCTICA PERIODÍSTICA: EL CASO DEL TALLER INTEGRADO DE PERIODISMO

AUTORES

Marta Narberhaus, Irene da Rocha y Albert Elduque

Universidad Pompeu Fabra (España)

marta.narberhaus@upf.edu, irene.darocha@upf.edu y albert.elduque@upf.edu

El multilingüismo es una tendencia cada vez más extendida en los medios de comunicación, en Internet y en las redes sociales, espacios imprescindibles como escaparates de difusión del trabajo del periodista. A su vez, el multilingüismo está descrito como una de las competencias clave en la formación dentro del marco EEES (Proyecto Tuning, 2006). Presentamos una experiencia docente que ha introducido este aspecto en la universidad, concretamente en los estudios de periodismo.

El dominio del inglés por parte de los universitarios ha devenido una condición *sine qua non* en el panorama educativo actual, y especialmente desde que para la obtención del título de Graduado es necesaria la acreditación de un nivel B2 del marco europeo de referencia en lengua extranjera. Esta condición, sumada a la demanda de internacionalización de los estudiantes, propició el diseño de un proyecto de innovación docente en el marco de la asignatura “Taller Integrado de Periodismo” para impulsar la producción multilingüe de reportajes multiplataforma. Se trata de una asignatura de 24 créditos ECTS que se cursa en tercero del Grado en Periodismo de la Universitat Pompeu Fabra. Su naturaleza es esencialmente práctica, ya que engloba los talleres de prensa, radio, televisión e Internet, en los que se reproducen los procesos de producción periodística profesionales.

El proyecto proponía no sólo redactar en inglés, sino abrir una línea de producción en esta lengua añadida a una dinámica docente y metodológica cuya efectividad para la enseñanza práctica del periodismo ya ha sido probada. Hacer prácticas y estudiar en una tercera lengua significa una ventaja añadida al contexto bilingüe que ya viven en Cataluña los estudiantes universitarios. La experiencia les será beneficiosa para su futuro profesional, donde los idiomas tienden, cada vez más, a ser un punto imprescindible en el currículo.

La producción multilingüe ha incorporado también lenguas menos habituales en la universidad, como la lengua de signos. En el Campus de la Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra, la Facultad de Traducción e Interpretación ha desarrollado un amplio estudio de la lengua de signos catalana. En el curso 2014-15, dos estudiantes de lengua de signos han participado en el Taller Integrado de Periodismo signando los informativos de televisión. De este modo, se ha incorporado al taller un nuevo canal de comunicación para facilitar la difusión de sus productos y la inclusión del colectivo sordo, además de generarse sinergias entre las distintas disciplinas que conviven en un mismo campus.

El objetivo de esta comunicación es describir y difundir la experiencia multilingüe e intercultural en la práctica periodística que se ha desarrollado en el marco de esta asignatura, considerando tanto sus resultados como las dificultades del proceso.

Palabras clave: Innovación Docente – Lengua de signos catalana – Lenguaje de signos – Multilingüismo – Periodismo

ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA DEL GÉNERO Y LA CULTURA SOBRE LA JERARQUÍA DE VALORES

AUTORA

Úrsula Navarro Hermoso
Universidad de Jaén (España)
nhursula@gmail.com

La investigación sobre los valores tiene una extensa trayectoria en diversas y variadas temáticas, que sugieren que las personas dirigen sus vidas sociales de acuerdo con un "sistema de valores" (Patrick y Skewes, 2003). Atendiendo a la clase de necesidades humanas, Schwartz (1990) propone diez tipos de valores (poder, logro, hedonismo, estimulación, autodirección, benevolencia, tradición, conformidad, seguridad, universalismo), y construye un inventario que constituye uno de los más utilizados en su estudio (Moriano *et al.*, 2001; Spini, 2003; Schwartz, 2012; González-Rodríguez *et al.*, 2014), confirmando su validez a través de numerosas investigaciones (Schwartz, 1992, 1994; Schwartz, 2006; Del Junco *et al.*, 2010).

Schwartz (1990) se adentra, de esta forma, en la cultura estudiando los valores como una concepción que tienen los sujetos sobre los objetivos, que actúan como reglas para guiar su vida. Son muchos los aspectos en los que la cultura incide en la vida diaria de las personas, por lo que encontrar una definición completa no es tarea sencilla. Una alternativa que ha sido comúnmente aceptada, define la cultura como el conjunto de valores, creencias, y comportamientos esperados que comparten los miembros de una sociedad (Hayton *et al.*, 2002).

A través de la cultura, las sociedades mantienen la regularidad y el orden, siendo plausible sugerir que determinados valores culturales podrían tener importantes implicaciones sobre la discriminación del género femenino. Es más, los países con valores más conservadores son más propensos a vincularse con la desigualdad de género (Yeganeh y May, 2011).

De esta manera, dado que los valores subyacentes en los individuos que componen una sociedad son uno de los elementos configuradores de la cultura, (Kroeber y Kluckhohn, 1952), resulta interesante profundizar en el conocimiento de la relación entre estos valores que forman las distintas culturas introduciendo una perspectiva de género. De hecho, a pesar de la existencia de valores universales, se dan variaciones entre culturas, debido a que la creencia que posee el individuo puede influir sobre sus actitudes y su conducta (Rokeach, 1968). Así, el objetivo de esta investigación es doble. En primer lugar, analizar si existen diferencias en la jerarquía de valores atendiendo al género, sin diferenciar la procedencia de los hombres y mujeres que han participado en la Encuesta Mundial de Valores (WVS), y finalmente, determinar si cuando se clasifican los 59 países atendiendo a su homogeneidad cultural, existen diferencias en esta jerarquía entre hombres y mujeres.

De este modo, se pretende constatar si el género determina la jerarquía de valores, y en qué grupos de países, clasificados en función de su homogeneidad cultural, se encuentran diferencias en los valores de hombres y mujeres. Dado que la educación busca promover la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres resulta interesante determinar si en determinadas culturas se mantienen diferencias significativas en los valores atendiendo al género.

Palabras clave: Cultura – Género – Valores – Schwartz

MODELOS TEÓRICOS EXPLICATIVOS DE LA TOMA DE DECISIONES

AUTOR

Javier Páez Gallego

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

javier.paez.gallego@gmail.com

La labor docente universitaria ha de poner un énfasis especial en el desarrollo de la capacidad de toma de decisión del alumnado, en la medida en que dicha capacidad se lleva a cabo en el desempeño profesional. No obstante, es necesario conocer los modelos teóricos que estudian la toma de decisión para diseñar acciones educativas eficaces dirigidas a ello.

El siglo XVII marcó el comienzo del estudio sobre la toma de decisión. Estos primeros trabajos fueron pioneros en la elaboración de modelos matemáticos que trataban de encontrar regularidades en la conducta óptima durante la realización de tareas de decisión en el juego de azar, incluyendo como criterio de discriminación la racionalidad en la cognición de la tarea decisoria. Este componente racional, cuyo nivel de importancia es fundamental en la descripción de los preceptos teóricos básicos de cada modelo, marcó la dicotomía que, a partir de ese momento, rige el estudio de la conducta decisoria: en primer lugar, los modelos que buscan explicar cuál es la mejor forma de decidir *-modelos normativos-* y, en segundo lugar, los modelos que tratan de describir cómo de hecho deciden las personas *-modelos descriptivos-*.

Cada uno de estos modelos está fundamentado en el enfoque psicológico de la teoría de la decisión, por lo que cualquier aproximación teórica pasa por el análisis del paradigma paramétrico anteriormente descrito. Dentro de este modelo se engloban los enfoques *normativo*, *prescriptivo* y *descriptivo*. Este modelo presenta puntos de acuerdo y divergencia respecto al objeto de estudio. Por un lado, los paradigmas *normativo* y *descriptivo* tienen una conceptualización común de la toma de decisión y de los elementos que la componen. Sin embargo, el objetivo de cada uno de ellos difiere sustancialmente, pudiéndose distinguir una intención normativa de la forma más efectiva de decidir y una motivación descriptiva de los fenómenos que, de hecho, ocurren durante una toma de decisión real. De estas motivaciones surge el modelo *normativo*, el modelo *descriptivo* y el *prescriptivo*. (Aguiar, 2004).

No obstante, la práctica de la tarea decisoria cotidiana de las personas no se entiende de manera radical por ninguno de los tres modelos *-normativo, descriptivo y prescriptivo-*, por lo que se propone un modelo integrador que aúne los principios teóricos de estos tres que mejor expliquen la efectividad de la tarea decisoria con la comprensión e incorporación de los sesgos y heurísticos que de hecho se emplean.

Palabras clave: Heurístico - Racionalización - Resolución de problemas - Toma de decisiones - Teoría de la decisión

PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURSHIP IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS

AUTORES

Davinia Palomares Montero y María José Chisvert Tarazona

Universidad de Valencia (España)

davinia.palomares@uv.es y maria.jose.chisvert@uv.es

The confidence shock related to the economic crisis has affected Southern Europe Countries. In these conditions, some governments are promoting entrepreneurship. The main focus of entrepreneurship is the business context. However, a broader view is required. Entrepreneurial activity can also generate social benefits and there is consensus on the potential of education to provide training related to social entrepreneurship. Teaching social entrepreneurship is different from teaching business competences and involves different perspectives. We apply the content analysis method to conduct a critical review of university degrees offered by public universities in Valencia, and analyze how students are trained in social entrepreneurship. The units of analysis are 32 degree course outlines in social and legal studies fields offered in Valencia's Public Universities.

Later on, to surveying the content validity, the inventories were delivered to an expert group and they analyzed the content along with the researcher in an expert group meeting. Results of our analysis show that moral and social dimensions awarded much less importance while training is mainly focused on intellectual one. Moreover, expert team affirms that moral and social competencies of social entrepreneurship are left in the hands of hidden curriculum. This study contributes to discussions on the development of pedagogical models to teach competence in social entrepreneurship, and to the debate on a new conceptualization of social entrepreneurship.

Key words: Content analysis - Entrepreneurship competences - Social entrepreneurship - University degree course description - Universities

NARRACIÓN DIGITAL EN RED: PROSUMIDOR Y REALIDAD COTIDIANA

AUTORES

Vicente Peña Timón y Sebastián Mañas Valle

Universidad de Málaga (España)

vicente@uma.es y sema@uma.es

La narración digital es una estructura narrativa que en la actualidad ha evolucionado en el ámbito de la sociedad red. Lejos comienzan a quedar las diferencias entre narraciones tradicionalmente lineales y las primeras no lineales. Los contenidos se adaptan a las audiencias múltiples que se dispersan en numerosas plataformas y dispositivos tecnológicos, y que encuentran sus nexos de unión en la denominada estructura transmedia. ¿Cuál es el alcance de la estructura transmedia en relación con la narración digital actual y la repuesta del usuario que interactúa en la red? El propósito de este capítulo consiste en llevar a cabo un breve recorrido donde se pondrán de relieve aquellos primeros elementos constitutivos de la narración digital y cómo han ido modificándose hasta la actualidad.

La narración digital comenzaba su andadura con la presentación de la entonces nueva figura en el panorama tecnológico audiovisual denominada lecto-autor, poco después cibernauta, para que antes de una década y media después del comienzo de este siglo, el cibernauta se convirtiera en el nuevo creador de contenidos en la red junto con los profesionales del ámbito audiovisual y tecnológico, el denominado *prosumidor*.

De las primeras aportaciones expresivas del prosumidor como creador de contenidos narrativos sobre narraciones breves principalmente, se ha llegado a trenzar una estructura narrativa en la red tan actualizada que la no linealidad de las narraciones digitales ya no camina sobre un solo soporte o alguna que otra plataforma, sino que una misma idea, un mismo acontecimiento o una misma historia se expande muy lejos de los círculos propios de la narrativa audiovisual.

Las narraciones digitales comparten protagonismo con agentes en la red que son los que configuran la estructura transmedia, y la nueva plataforma que en la actualidad comienza a utilizar el prosumidor y que amplía dicha estructura transmedia es ahora la realidad cotidiana.

Los nuevos soportes y plataformas sobre los que descansa la estructura transmedia ya no son solamente materiales, sino que son “reales”.

Palabras clave: Estructura transmedia - Narración digital - Prosumidor - Realidad cotidiana

LAS NUEVAS ASIGNATURAS INTERDISCIPLINARES EN ESPAÑA: EN TORNO A LA DIVERSIDAD DE GÉNERO

AUTORA

Adoración Pérez Troya
Universidad de Alcalá (España)
adoracion.perez@uah.es

Un ejemplo de las nuevas asignaturas interdisciplinares en las universidades españolas son aquellas cuyos contenidos giran en torno a la diversidad de género. La Ley Orgánica 4/2007, de 12 de abril, por la que se modificó la Ley Orgánica de Universidades (LOU), fijó como uno de los valores y objetivos de la enseñanza universitaria la igualdad entre mujeres y hombres y estableció que las Universidades deberían crear programas específicos de igualdad de género. Asimismo, la Ley Orgánica 3/2007, de 22 de marzo, para la igualdad efectiva de mujeres y hombres, dispuso, en su artículo 25, que las Administraciones públicas promoverán la inclusión, en los planes de estudio en que proceda, de enseñanzas en materia de igualdad entre mujeres y hombres.

Obedeciendo el mandato legal, distintas Universidades han promovido e implantado asignaturas relacionadas con la igualdad de género, si bien son muy pocas aquéllas en las que se han incluido en los estudios de Grado. Un ejemplo, considerado un referente en el panorama universitario actual, es la asignatura que se imparte desde el Curso académico 2009-2010 en la Universidad de Alcalá (Madrid), con el título de “Diversidad de Género e igualdad de Derechos”. Dicha asignatura fue producto de un proyecto de innovación docente y utiliza como texto docente base un libro, escrito por los profesores participantes, con el mismo nombre de la asignatura y con el subtítulo de “Manual para una asignatura interdisciplinar” (Tirant lo Blanch, Valencia, 2012).

En la medida que las cuestiones de igualdad de género afectan a todas las materias objeto de estudio, sean ciencias sociales o naturales, y teniendo en cuenta el concepto de “transversalidad de género” (*gender mainstreaming*), introducido en la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas (Beijing, 1995), las asignaturas sobre igualdad de género se prestan de forma idónea a un diseño interdisciplinar. Ahora bien, no es menos cierto que en un solo programa o asignatura resulta imposible abordar todas las posibles cuestiones que conciernen a la igualdad entre hombres y mujeres. Se hace necesario buscar un hilo conductor sobre el que construir los programas de estas asignaturas, lo que puede conseguirse focalizando la interdisciplinariedad dentro de las ciencias sociales o de las ciencias naturales. En el primer caso, que es el modelo seguido en la Universidad de Alcalá, también es necesario, a su vez, escoger un tema vertebrador, como puede ser la discriminación de las mujeres en el acceso a la vida laboral y profesional.

La implantación de estas asignaturas interdisciplinares aproxima la universidad española a los sistemas universitarios de mayor prestigio internacional, donde los estudios de género hace décadas que se implantaron en los currículums docentes. No obstante, aún son muchas las Universidades españolas reacias a incorporar este tipo de materias en sus titulaciones.

Palabras clave: Asignaturas interdisciplinares - Diversidad de género - Grados

RADIO DE INTERVENCIÓN CULTURAL DURANTE EL CONFLICTO EN EL CARIBE COLOMBIANO

AUTOR

Carlos Ramos Maldonado

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

carlosramosmaldonado@hotmail.com

La radio es un medio adecuado para intervenir el comportamiento social, sobre todo en la región Caribe, que históricamente ha sufrido los embates del conflicto armado y la violencia social (amenazas, secuestros, desapariciones, masacres, etc), y en la que, los medios de comunicación han tenido poca injerencia, especialmente, en las áreas rurales, marginadas de la educación, y a donde no llega la prensa, la televisión está descontextualizada e Internet es un proyecto a largo plazo. En dichas regiones, la radio comunitaria es el medio de mayor audiencia, ya por su difusión oral y cercanía con el oyente, ya por la forma como se construyen los contenidos de acuerdo a las formas culturales de cada población.

Tal es el impacto de las emisoras comunitarias en cada localidad donde tienen sede (el ejecutivo nacional autoriza una emisora comunitaria por municipio), que durante el tiempo cuando arreció la contienda guerrilla-paramilitarismo (gobierno de los presidentes Andrés Pastrana y Álvaro Uribe, 1998 – 2010), uno de los principales actores y/o víctimas fue este medio masivo que, por un lado, fue utilizado (por complacencia o intimidación) para generar el caos, sembrar el terror, imponer la política del miedo y legitimar la violencia, y, por el otro, fue obligada a apagar micrófonos.

Así que, en la geopolítica del miedo, la radio puede intervenir en el comportamiento individual y acallar los espacios públicos; pero en el diálogo social, este medio no sólo busca la inclusión e interlocución en el ejercicio natural de la democracia y de los derechos culturales, sino que está llamado a intermediar con un discurso estratégico, franco y conciliador para que las partes en conflicto, el Estado y toda la sociedad civil confluyan en un proceso de reconciliación social y convivencia pacífica.

En efecto, siendo la costa Caribe una de las regiones más golpeadas por este flagelo, este trabajo cuyo marco espacial está ubicado en los municipios de la margen nor-occidental de río Magdalena (Sitio Nuevo, Remolino, Salamina, Piñón y Cerro de San Antonio), en el departamento del Magdalena, Colombia, busca examinar el discurso radial comunitario en la encrucijada conflicto/paz, desde un enfoque fenomenológico y etnográfico, y una propuesta metodológica descriptiva y cualitativa, que nos permita una hermenéutica del conflicto armado de tal manera que se mida el grado de responsabilidad de la radio comunitaria en el conflicto mediante la medición y análisis semántico/pragmático del lenguaje utilizado. La investigación hace parte del proyecto de tesis doctoral "El discurso radial comunitario del Caribe colombiano en la encrucijada conflicto/paz" inscrita en la Universidad Internacional de La Rioja, UNIR, (España).

Palabras clave: Conflicto armado - Medios masivos - Radio comunitaria - Región Caribe - Colombia

DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA: LA UTILIZACIÓN DEL CUENTO MUSICAL COMO HERRAMIENTA INTERDISCIPLINAR EN EL PRÁCTICUM DEL GRADO MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Gloria Araceli Rodríguez Lorenzo

Universidad de Oviedo

rodriguezgloria@uniovi.es

Esta comunicación se enmarca en el Proyecto de Innovación *La Educación Musical como eje vertebrador en la construcción de espacios educativos interdisciplinares y de buena convivencia*, de la Universidad de Oviedo, enfocado hacia la incorporación de la música como herramienta para mejorar el aprendizaje y la innovación docente en el ámbito universitario, en las asignaturas del Área de Música.

Se estudian y presentan los resultados de la utilización del cuento musical como herramienta interdisciplinar durante el *Practicum IV* perteneciente al Grado Maestro en Educación Infantil. Tanto en la asignatura dedicada específicamente a la didáctica de la música (*Desarrollo de la Expresión Musical*) como en otras en las que se integra la música (*Laboratorio de Expresión*), se aborda la utilización del cuento musical como medio didáctico en las clases universitarias, pero su aplicación real en el aula de Infantil no se contempla como parte de ellas. Con esta propuesta la intención es que los discentes trasladen a la realidad del aula de Infantil los contenidos teórico-prácticos abordados en el aula universitaria, y que de este modo, puedan desarrollar y afianzar sus estrategias metodológicas.

La metodología aplicada se basa en la concepción del profesor como facilitador de aprendizajes, como orientador en el diseño de las actividades que los discentes deben concretar como parte ineludible de su periodo de prácticas. De esta manera, el alumnado desarrolla y afianza las destrezas, recursos y habilidades que entran en juego en la planificación, desarrollo y evaluación del proceso de E-A, fomentado las competencias propias del perfil del egresado.

La integración del cuento musical (creado *ex profeso* o no) permite abordar la interdisciplinariedad, integrando la expresión lingüística, la expresión plástica (al incluir la construcción de los instrumentos denominados como cotidiáfonos), la expresión corporal y la expresión la musical.

Se analizará la eficacia de la propuesta, especialmente en relación con el diseño del cuento musical y su puesta en práctica en el aula, su eficacia en cuanto a la adquisición y desarrollo de los contenidos teórico-prácticos propios de la organización curricular en Educación Infantil, y la eficacia de esta propuesta para el desarrollo y afianzamiento de las competencias musicales necesarias propias del futuro maestro en Educación Infantil.

Palabras clave: Cuento musical – Cotidiáfonos – Innovación – Interdisciplinar – *Practicum*

FORMACIÓN PROFESIONAL DE LA COMUNICACIÓN Y EL DISEÑO EN LA ÉPOCA DE LA HIPERVISUALIDAD

AUTORES

Luis Rodríguez Morales y Dolly Espínola Frausto

Universidad Autónoma Metropolitana (México)

luis.rodriguez12@gmail.com y dolly.espinolaf@gmail.com

El desarrollo de las tecnologías digitales produjo un impacto importante en las formas de producción, circulación y consumo de los bienes simbólicos y en la construcción de la cultura contemporánea. En este escenario, el desarrollo de la oferta educativa y la formación de profesionales de la comunicación y el diseño requiere de perspectivas interdisciplinarias afines a la complejidad de los procesos culturales. En el escenario tecnológico actual, la transformación de las prácticas y tradiciones académicas y profesionales obliga a la reflexión sobre los enfoques que orientan el desarrollo de las disciplinas, así como las condiciones y necesidades en la formación de profesionales en el campo de la comunicación y el diseño.

A partir de lo anterior, se presenta una visión general sobre el cambio paradigmático que actualmente se da en el ámbito del diseño y que obliga a revisar las bases teórico-metodológicas para el análisis de la comunicación visual y de sus procesos de producción. Nos interesa discutir algunas de las características que la incorporación de las TIC abrió para el procesamiento de la imagen y sobre todo para la convergencia de lenguajes e hibridación de formatos. Así, en el contexto de la hipervisualidad que caracteriza a la cultura contemporánea, la enseñanza del diseño y la comunicación visual no puede asociarse únicamente al conocimiento de los procesos técnicos y a su materialidad; su carácter interdisciplinario y su impacto comunicativo radica precisamente en su multimodalidad técnica y expresiva, lo que está definiendo nuevos retos para la enseñanza y la práctica profesional.

Palabras clave: Comunicación visual – Diseño – Formación profesional – Hipervisualidad - TIC

LA RADIO ESCOLAR COMO ESPACIO ALTERNATIVO PARA EL DESARROLLO CURRICULAR DE COMPETENCIAS ARGUMENTATIVAS

AUTORA

Martha C. Romero-Moreno

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

martha.romero17@uac.edu.co

Desde su incorporación en los procesos de desarrollo humano, la educación, entendida en su dimensión de formación integral, ha sido espectadora y protagonista de una serie de cambios positivos especialmente en el proceso de enseñanza aprendizaje; uno de ellos es la inclusión de los medios de comunicación como parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) al currículo, no sólo como herramientas didácticas, sino como grandes aliados para el desarrollo de habilidades que privilegien el acceso, análisis y crítica de medios.

En este texto, se pretende mostrar el resultado de un proceso de investigación e intervención que describe las posibilidades que pueden ofrecer los medios de comunicación y específicamente la radio escolar como espacio alternativo para desarrollar competencias argumentativas, las cuales pueden contribuir a un buen desempeño a nivel académico y social del estudiante, al ser partícipe de su propio desarrollo acompañado de la palabra y la acción crítica de su propia realidad.

Verificado con pruebas estandarizadas de estadísticas institucionales y específicas sabemos que una de las dificultades más notorias que los alumnos presentan actualmente hace referencia a las competencias comunicativas, y entre ellas se destaca la poca seguridad para hablar en público y el desarrollo de mensajes argumentativos, siendo un factor común en la comunidad estudiantil que entorpece los procesos comunicativos curriculares y también perjudica el desenvolvimiento de los jóvenes en su vida social. A partir de este problema, se formularon entonces pruebas específicas, se observaron las clases impartidas por los docentes de diferentes áreas y se aplicaron entrevistas a profundidad, determinando así que se requería un mayor estímulo a los estudiantes para que potenciaron en especial su capacidad argumentativa.

Posteriormente se trabajó desde la educomunicación permitiendo así el diseño de estrategias adecuadas para el fortalecimiento de las competencias argumentativas con la interacción estudiante-docente, en un escenario alternativo como fue la radio escolar, siendo determinante en el dominio de la comunicación efectiva: saber escuchar, comprender lo que se dice, ser comprendido, hablar en el momento indicado, actuar de forma oportuna y recursiva.

Palabras clave: Currículo - Competencias argumentativas - Educación básica y media - Educomunicación - Radio escolar

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DEL PERIODISMO EN ESPAÑA: CONTENIDOS CURRICULARES Y SU ADAPTACIÓN AL EEES

AUTORA

Gloria Rosique Cedillo

Universidad Carlos III de Madrid (España)

grosique@hum.uc3m.es

Las últimas reformas en materia de educación superior concernientes al Plan Bolonia sumadas a la convulsa situación por la que atraviesa la profesión periodística, abre nuevas interrogantes acerca del futuro de la formación universitaria en Periodismo. La posibilidad de las instituciones de educación superior de reducir los Grados a tres años reaviva la reflexión acerca de la idoneidad de los programas de estudio y de los contenidos curriculares en la formación de los periodistas, y pone sobre la mesa las siguientes cuestiones: ¿Qué contenidos curriculares resultan prioritarios para la enseñanza del periodismo? ¿Cuáles son los contenidos troncales u obligatorios con los que debería contar el alumnado con el fin de garantizar una formación integral y de calidad? ¿Los planes de estudio universitarios de periodismo en España están adaptados a las nuevas exigencias de la profesión periodística? ¿Responden a las directrices del EEES? ¿Cuáles son los perfiles profesionales que demanda el mercado laboral?

Para dar respuesta a estas interrogantes se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión bibliográfica de fuentes secundarias -informes, estudios, encuestas y entrevistas de la mano de sus principales actores: estudiantes, profesorado, instituciones universitarias y gestores educativos, con el objetivo de dilucidar cuáles son los contenidos clave para la actual formación de los periodistas; partiendo de ello este estudio se propone un plan de estudios que comprende las asignaturas y contenidos clave del Grado en Periodismo.

De las técnicas de investigación aplicadas se desprende la necesidad de una mayor especialización en la formación universitaria, una mayor colaboración entre empresa –mundo laboral- y universidad –mundo académico-; así como una mayor formación práctica para el alumnado y medios para llevarla a cabo. La formación del profesorado universitario y la adaptación de la formación universitaria a los cambios que vienen suscitándose en la profesión periodística, son sólo algunas de las claves que permiten dilucidar cuáles son los contenidos curriculares que deberían conformar los actuales programas de estudio de la carrera de Periodismo en consonancia con las directrices del EEES.

Palabras clave: Contenidos curriculares - Formación universitaria - Periodismo - Programas de estudio - Reforma universitaria

PASEOS LITERARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA EN CONCIENCIA Y EXPRESIONES CULTURALES EN EL ÁREA DE EDUCACIÓN ARTÍSTICA

AUTORES

Pedro V. Salido López y José Vicente Salido López

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

PedroVictorio.Salido@uclm.es y JoseVicente.Salido@uclm.es

Desde hace un tiempo, encontramos en el marco legal sobre Educación referencias al enriquecimiento cultural como cauce de acercamiento a otras personas con usos, valores y creencias diferentes a los propios. Así se puso de manifiesto en la ya agonizante *Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación* (LOE) con la denominada “competencia cultural y artística”, y lo encontramos recogido en la actual *Ley Orgánica 8/2013, de 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa* (LOMCE), texto este en el que se establece la necesidad de desarrollar las habilidades propias de la competencia en “conciencia y expresiones culturales”.

El carácter de esta competencia, a pesar de ser transversal, guarda una relación explícita con el área de Educación artística, una disciplina que, entre otros objetivos, plantea la necesidad de “conocer las manifestaciones artísticas y su evolución [pues] supone (...) enriquecer la historia de la humanidad con la información que estas nos ofrecen para entender en profundidad la evolución psicológica, cognitiva y emocional del hombre integralmente considerado” (Decreto 54/2014).

En este contexto de enriquecimiento cultural y artístico, la literatura de viajes se presenta como un recurso de enorme potencial por la oportunidad que ofrece para conocer los detalles mínimos de la cultura y la realidad de nuestro país en siglos pasados. Los mismos autores de los textos sobre España aluden a las posibilidades que ofrece este tipo de escritos para ilustrar a los “lectores en casa” -a ellos dedicó Richard Ford sus memorias sobre España- o a aquellos que no viajan “más que con el espíritu, yendo de libro en libro”, como decía Victor Hugo.

Retomando esas posibilidades formativas y para el enriquecimiento cultural de los muchos escritos que los viajeros dedicaron a España, el principal objetivo de este trabajo es analizar y presentar las posibilidades de este tipo de literatura como recurso para el desarrollo de las habilidades propias de la competencia en “conciencia y expresiones culturales” que aparece recogida en la actual normativa sobre educación.

En este sentido, haremos uso del carácter formativo propio de este tipo de literatura para realizar un itinerario didáctico por el patrimonio histórico-artístico medieval conservado en Toledo. Este paseo literario es, por tanto, el origen de una metodología de trabajo en el aula que permita apreciar, comprender y valorar de manera crítica la variada gama de manifestaciones culturales y artísticas que nos han sido legadas. Además, las valoraciones sobre el papel social del arte, tan comunes en este tipo de escritos, se presentan como un recurso de enorme interés para iniciar en el aula una reflexión sobre las artes plásticas como cauce para la expresión de ideas, experiencias o sentimientos, aspecto este último en el que hace especial hincapié el área de Educación artística.

Palabras clave: Literatura de viajes - Educación artística - Patrimonio

EL PRÁCTICUM EN LA PRÁCTICA: DIFICULTADES Y ESTRATEGIAS DESDE LA TUTORÍA ACADÉMICA

AUTOR

Juan Patricio Sánchez Claros
Universidad de Málaga (España)
jpsc@uma.es

La incorporación de la formación práctica del alumnado universitario es una actividad innovadora que se ha integrado paulatinamente en los currícula de las carreras universitarias, impulsada por las exigencias de transferencia de conocimiento de las sociedades contemporáneas, por la necesidad de impartir una enseñanza orientada al mercado de trabajo, y por el establecimiento de la suficiente relación de continuidad entre los contenidos teóricos impartidos y el ejercicio de las competencias adquiridas. Así entendida, la formación práctica se constituye como un índice evaluativo capaz de manifestarse en entornos reales de desempeño y que habría de permitir la integración y encuentro de la teoría y la práctica.

El Prácticum en Educación (reuniendo bajo este epígrafe tanto los Grados en Educación Infantil y Primaria como el Máster en Profesorado de Secundaria) presenta lo que puede denominarse como una carácter *bipolar*, pues se mueve entre las exigencias de la sociedad, el discurso sobre su utilidad y necesidad, y las críticas sobre el incumplimiento de los objetivos que se propone, por una parte, y las expectativas depositadas sobre la bondad del período de prácticas, expresadas a través de un discurso optimista y esperanzador dentro de la formación de los futuros egresados. Tales expectativas tienden sin embargo a verse frustradas pues existe una importante diferencia entre las finalidades que se esperan del Prácticum y su ejercicio en la realidad, teniendo su origen en factores organizativos, de coordinación entre agentes y de variedad de culturas docentes a las que los estudiantes se ven expuestos. Además de estos componentes, la dimensión real del mencionado desfase no puede comprenderse sin tener en cuenta la actividad de todos los agentes implicados que se sitúan en el centro de este dilema: alumnos, tutores profesionales, tutores académicos y Universidad como institución.

En la práctica pues, el Prácticum en Educación se enfrenta a una serie de dificultades de implementación, relacionadas con los criterios de selección de centros, las culturas docentes en ejercicio, la ausencia de un corpus teórico de referencia, su dinámica exterior al recinto universitario, y un sistema de evaluación en el que resultan privilegiados los componentes emotivos y observacionales, entre otros aspectos. A todo ello hay que sumar los problemas inherentes a la estructura de coordinación de los distintos agentes e instituciones, con la interposición de múltiples escollos organizativos.

En este trabajo, a partir de una revisión de la literatura, se perfilan los componentes de esta situación, se categorizan las distintas dificultades mencionadas y se atiende con detenimiento al papel concreto que juega en esta dinámica la figura del tutor académico, precisando las diferencias entre la acción tutorial genérica con la que se ejercita en el contexto del Prácticum, se atiende a distintas estrategias de gestión de los seminarios en este contexto y a las nuevas competencias relacionales y curriculares que permitan una actividad evaluadora más allá de la memoria o informe de prácticas, y se considera la integración en este nuevo modelo de la tutoría entre iguales como escenario de aprendizaje.

Palabras clave: Docencia universitaria - *Prácticum* - Tutoría

AVANZANDO EN LA IGUALDAD DE GÉNERO: EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA INTERCULTURAL A TRAVÉS DEL ENSAYO LITERARIO

AUTORA

Margarita Esther Sánchez Cuervo

Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

margaritaesther.sanchez@ulpgc.es

Este trabajo presenta una propuesta didáctica para el aula de inglés de Bachillerato, con la que se pretende trabajar la igualdad de sexo en el ámbito laboral a partir del ensayo de Virginia Woolf *Professions for Women* (1942). En este texto, la autora se refiere a la dificultad que padece la mujer a la hora de desempeñar el oficio de la literatura, ya que cada vez que se dispone a escribir se le aparece el Ángel de la casa, un espíritu que trata de disuadirla de tal tarea. En su larga producción ensayística, Woolf reflejó, desde un contexto modernista, el papel que mujeres y hombres han desempeñado a lo largo de la historia y la literatura. La escritora demuestra una sensibilidad especial hacia cuestiones de índole feminista en relación a las obras y circunstancias de escritoras, tanto de las célebres como de las poco conocidas.

La inclusión del texto literario en el aula de idiomas permite al alumnado conocer no solo la lengua extranjera sino también su cultura. Se trata de un material valioso y auténtico que no se ha elaborado con un propósito didáctico. A través de la metodología AICLE (Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lenguas Extranjeras), los estudiantes van a desarrollar su competencia intercultural mediante la lectura de *Professions for Women*. Esta metodología resulta adecuada al permitir al profesorado el diseño y aplicación de actividades que fomenten la adquisición no solo de la lengua inglesa, sino también de las destrezas comunicativas e interculturales. En este sentido, la comunicación en inglés se convierte en el fin principal por encima de la adquisición de la gramática.

El enfoque didáctico AICLE promueve la consciencia cultural y la fluidez en una segunda lengua. Además, la utilización de temas actuales como la igualdad de género desde la perspectiva de una escritora británica refuerza el potencial para combinar el aprendizaje lingüístico y el intercultural. La importancia de este enfoque reside en el aprendizaje de contenidos en otra lengua que puede afectar nuestro mapa conceptual, modifica nuestra manera de pensar y ensancha nuestro horizonte cultural (Marsh, 2011). Resulta también un soporte válido para investigar la manera en que los textos literarios pueden integrarse en la programación de la asignatura.

Se trabajarán extractos del ensayo a través de una serie de actividades de introducción, desarrollo y conclusión, donde se fomenta la reflexión sobre valores y actitudes sexistas que aún predominan en la sociedad, se analizan los sentimientos de los personajes del ensayo, y se estudian los estereotipos en una cultura patriarcal. Asimismo, se han incluido actividades que favorecen la tolerancia del alumnado hacia cuestiones de género, como *role-plays*, la escritura creativa de ensayos o la exposición de proyectos sobre la situación laboral de las mujeres en países menos desarrollados que el nuestro.

Palabras clave: AICLE - Competencia intercultural - Enseñanza de una segunda lengua - Igualdad de género - Textos literarios

EDUCACIÓN ARTÍSTICA PARA LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Ángeles Saura Pérez

Universidad Autónoma de Madrid

angeles.saura@uam.es

Se presenta la línea de investigación creada en 2014, en el contexto de GICE (Grupo de Investigación Cambio Educativo para la Justicia Social: www.gice-uam.es/). La Educación artística (plástica y visual) para la justicia social (Garber, 2004), promueve una acción docente fundamentada en la pedagogía crítica (McLaren, 1984; Giroux, 1997,2003; Kincheloe, 2008). Trabaja para la igualdad de género y desde un enfoque multicultural, por el logro de una educación intercultural y el respeto por una ciudadanía construida por y para todos y todas (Apple y Beane, 1997). Además promueve la accesibilidad a sus recursos en formato digital (Saura, 2009), se interesa por el ejercicio del arte desde la observación y el respeto a la naturaleza y desarrolla proyectos ecológicos y sostenibles de interés comunitario.

El arte (ámbito plástico y visual), entendido como una de las manifestaciones profundamente arraigadas en la expresión de los pueblos, usa el lenguaje de la imagen como vehículo de comunicación. Su carácter universal, confiere a la Educación artística, en todos sus estilos y niveles de impartición, un espacio idóneo para generar oportunidades de participación social, de igualdad y de libertad, usando el lenguaje de la imagen (Jiménez, Aguirre y Pimentel, 2009).

El grupo indaga (y crea) propuestas de educación artística de calidad para un desarrollo integral de todos y cada uno de los docentes y estudiantes de enseñanzas artísticas, teniendo en cuenta su rendimiento y sus condiciones de partida. La investigación está abierta, a través de una red social propia (www.arteweb.ning.com), a la colaboración de investigadores, docentes y artistas, provenientes de diversos ámbitos artísticos, de la enseñanza reglada y no reglada, para el desarrollo de una triple vertiente de trabajo en: el campo de las artes visuales, la docencia artística y la investigación en relación con la Justicia Social. Pretende desarrollar en cada persona su propia identidad y potenciar sus propias capacidades (Nussbaum, 2012). Su investigación-acción pretende:

- a) Una mejor distribución de recursos didáctico-artísticos que otorguen mayores posibilidades de desarrollo profesional a los docentes y estudiantes en general (en particular a los que tienen menos).
- b) Un reconocimiento y una valoración de la diversidad del profesorado y alumnado identificando las estructuras, culturas, actitudes y opresiones que provocan desigualdades sociales.
- c) Una mayor participación y representación del profesorado y alumnado de enseñanzas artísticas en las esferas públicas y en los centros escolares, para conocer sus necesidades de aprendizaje artístico y contribuir a su desarrollo.

El carácter universal de la imagen supone un instrumento de comunicación que permite interactuar a personas de diferentes culturas, género, edad o condición social. Desde el grupo se organizan anualmente dos tipos de eventos para dar visibilidad a sus dos líneas de acción:

- Educación artística (plástica y visual) y Justicia Social: Jornadas de Educación Artística en clave 2.0 (Ejemplo: <http://sextajornadaeducacionartistica.blogspot.com.es/>)
- Arte y Justicia social: Se organizan exposiciones colectivas e internacionales en dos formatos, real y virtual (Numerosos ejemplos en: <http://exposicionesenredadas.blogspot.com.es/>)

Palabras clave: Arte – Educación – Investigación – TIC

LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DE LOS PERIODISTAS EN EL CONTEXTO DE LA PROPUESTA DE CURRÍCULUM DE UNESCO

AUTORES

José Carlos Sendín Gutiérrez y Juan Francisco Torregrosa Carmona

Universidad Rey Juan Carlos (España)

josecarlos.sendin@urjc.es y juanfrancisco.torregrosa@urjc.es

La formación universitaria de los periodistas es un asunto de interés general para la sociedad, como demuestra la propuesta de currículum lanzada por Unesco (2007, 2013).

Sin negar la necesidad del trabajo tecnológico y multimedia, la práctica docente viene detectando sistemáticamente la carencia en el ámbito de la competencia comunicativa tradicional, de la capacidad de los alumnos para la expresión tanto oral como escrita. Por tanto, es ahí donde habría que reforzar la formación reglada de los futuros profesionales de la información.

La institución de referencia advierte sobre la conveniencia de capacitar a los estudiantes en el tratamiento de los aspectos informativos de la actualidad y en la cobertura de los hechos relevantes de la sociedad. Antes que pensar en una especialización en determinada clase o soporte de medios de comunicación. Incluso la especialización por áreas temáticas resultaría poco práctica en esta etapa inicial ante un mercado laboral que demanda un profesional polivalente y al que sólo le cabe esta opción tras un cierto recorrido profesional.

Desde la existencia de la formación universitaria en España en el ámbito de la Comunicación (aunque con precedentes, iniciada en los años setenta de forma equiparable al resto de carreras) ha sido puesta en valor la ineludible combinación de conocimientos teóricos y enseñanza práctica para alcanzar una formación de calidad. En ese debate se sigue, actualmente en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Ante la posibilidad cierta de un nuevo cambio en la estructura de los grados y máster universitarios, parece un buen momento para profundizar en esta cuestión. Todo ello con el ánimo de mejorar una formación reglada que pese a los avances experimentados cuenta todavía con un amplio margen de mejora. No olvidemos que contar con periodistas bien formados es una premisa para poder tener una sociedad igualmente bien formada e informada. Con visión crítica y democrática. Para lo cual la función de intermediación de la prensa y la comunicación en general - con sus notables cambios- sigue siendo un puntal considerable del sistema democrático en el que se asientan, a su vez, la libertad de expresión y la de comunicación pública de información.

Palabras clave: Currículum – Enseñanza universitaria – Formación – Periodistas – UNESCO

IMPLEMENTACIÓN DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS A TRAVÉS DE *WORKSHOPS* INTERDISCIPLINARES

AUTORES

Águeda Simó, Sílvia Ferreira y Pedro Ortuño

Universidad de Beira Interior, Quarta Parede (Portugal) y Universidad de Murcia (España)

aguedasimo@gmail.com, rsilvia@gmail.com y pedrortu@gmail.com

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) es un modelo educativo que busca acercar la enseñanza académica al contexto socio-laboral a la vez que desarrollar un enfoque instructivo centrado en el alumno. Se trata de una metodología didáctica que integra la teoría y la práctica –el saber qué y el saber hacer– y fomenta el trabajo en equipo colaborativo –tanto entre los estudiantes como entre éstos y los docentes– desde perspectivas interdisciplinares. El ABP es, por lo tanto, coherente con el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), que insta a las instituciones europeas de enseñanza superior a sustituir los modelos basados en la educación memorística y las clases magistrales por otros modelos menos centrados en el profesor y más en el alumno, y destaca la importancia de promover el desarrollo de “competencias capaces de integrar conocimiento, habilidad, aptitud y destreza”.

En este artículo, proponemos y reflexionamos sobre la implementación de esta estrategia educativa en la forma de *workshops* –una modalidad pedagógica de aprender haciendo– en los cuales los estudiantes, organizados en pequeños grupos de aprendizaje, aprenden mediante la resolución de problemas y realización de proyectos.

Presentamos dos *workshops* en los cuales se implementa el modelo educativo ABP, desarrollado en la Universidad de Beira Interior, Portugal, con la participación de docentes externos a esta institución. Ambos *workshops* se caracterizan por tener una naturaleza distinta: el primero es un *workshop* curricular del programa del Máster de Diseño Multimedia titulado Arqueología del Presente en el que los estudiantes crearon y publicaron, *on-line*, *webdocs* en torno a la desaparición de la industria de la lana en la región de Beira; el segundo es un *workshop* extra curricular titulado *Empowerment Lab* sobre la igualdad de género, desarrollado dentro del proyecto NÓS de acción social y artística en el marco de las EEA-grants, en el cual, estudiantes con diversas formaciones académicas crearon un espectáculo teatral presentado en el Teatro de las Beiras.

Pensamos que es importante articular un espacio educativo en torno al desarrollo de proyectos, de manera que los estudiantes puedan realizar un aprendizaje completo que incluya no sólo planificar y realizar proyectos, sino también su exhibición pública. Asimismo, es fundamental que los estudiantes adquieran un grado de autonomía que les permita aplicar metodologías de investigación específicas en sus proyectos, y que esta investigación sea visible en la presentación pública de los proyectos. Ambos *workshops*, Arqueología del Presente y *Empowerment Lab*, si bien de naturaleza distinta, comparten el contexto universitario y el desarrollo y evolución de procesos de aprendizaje activos y colaborativos que implican la planificación y desarrollo de proyectos y su posterior exhibición pública.

Palabras clave: Aprendizaje Basado en Proyectos - Contenidos y Metodologías de Enseñanza - Innovación Docente - *Workshops*

LA IMPLANTACIÓN DE LA LENGUA INGLESA EN LOS GRADOS DE INFORMÁTICA DE LAS UNIVERSIDADES ANDALUZAS

AUTOR

Antonio J. Tallón Ballesteros
Universidad de Sevilla (España)
atallon@us.es

El Plan Bolonia ha promovido el uso de una lengua extranjera para impartir materias universitarias. Habitualmente, un grado en Informática tiene 240 créditos ECTS (*European Credit Transfer System*, que significa Sistema Europeo de Transferencia de Crédito) con asignaturas desde 6 hasta 12 créditos, repartidas en 4 cursos académicos. Las universidades andaluzas están introduciendo gradualmente un buen número de asignaturas parcial o totalmente en inglés, tanto para alumnos nacionales como para extranjeros. Según la legislación vigente, para obtener un grado el estudiante debe poseer un conocimiento en lengua extranjera equivalente al nivel B1 del CEFR (*Common European Framework of Reference for Languages: Learning, Teaching, Assessment*, que se traduce por Marco Común Europeo para los idiomas: aprendizaje, docencia y evaluación). Los planes de estudios definen con frecuencia competencias para promover el aprendizaje de un segundo idioma.

En el contexto de Andalucía, según la universidad, algunas asignaturas pueden ofertarse en español y/o inglés o exclusivamente en inglés. Otras veces, el empleo de un segundo idioma está incluido como una parte de la asignatura como, por ejemplo, para trabajos opcionales con exposiciones o presentaciones escritas en inglés.

En este trabajo describimos la oferta educativa de las posibilidades proporcionadas por cada una de las nueve universidades públicas de la comunidad autónoma de Andalucía (España) para estudiar algunas asignaturas en inglés en grados de Informática por medio del Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera. Por una parte, presentamos una taxonomía en varias categorías de las diferentes universidades según el número de créditos que ofrecen al alumnado para ser cursados en inglés. Por otra parte, realizamos un análisis cuantitativo pormenorizado universidad por universidad en términos de número de asignaturas y créditos que se ofrecen. Merece ser destacado que el hecho de ofrecer un mayor número de asignaturas en inglés no guarda una clara relación con el tamaño de las universidades, atendiendo al número de alumnos matriculados o a la antigüedad de las mismas.

Como conclusión, se observa que algunas universidades muy jóvenes están haciendo una apuesta claramente decidida por formar al alumnado y prepararlo para los nuevos tiempos donde la internalización de las empresas es un aspecto cada vez más tangible en la sociedad actual. Por ahora, sólo dos universidades andaluzas ofrecen un número de asignaturas que cubre una cantidad de créditos ECTS igual o superior a la mitad del grado de Ingeniería Informática.

Palabras clave: Enseñanza universitaria – Grado en Ingeniería Informática – Lengua inglesa – Plan Bolonia – Universidades andaluzas

¿SE PUEDEN USAR LOS GRAFOS PARA EXPLICAR EL ANÁLISIS INPUT-OUTPUT?: VENTAJAS E INCONVENIENTES

AUTORES

Ángel F. Tenorio Villalón y Ana M. Martín Caraballo

Universidad Pablo de Olavide (España)

aftenvil@upo.es y ammarcar@upo.es

En el presente trabajo se comparan dos metodologías docentes a la hora de tratar diversos conceptos del Análisis Input-Output como son Conjuntos Autónomos y Productos Fundamentales para los grados de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Pablo de Olavide. Por un lado, se puede utilizar la metodología más tradicional basada en el estudio de la Matriz de Coeficientes Técnicos y los distintos subconjuntos de filas que se obtienen de ella, y por otro, se está empezando a implantar una metodología basada en la Teoría de Grafos que facilita tanto la visualización del problema como la automatización de los procedimientos por parte del alumnado.

En este trabajo, nos centraremos en resaltar las ventajas e inconvenientes de ambas metodologías para la docencia de estos contenidos en base a nuestra experiencia docente en el aula.

Palabras clave: Algoritmos para la docencia en Ciencias Sociales – Análisis Input-Output – Innovación docente – Metodologías docentes – Teoría de Grafos

LA FORMACIÓN PROFESIONAL DUAL. PLAN DE TRABAJO COMPLEMENTARIO ENTRE DOCENTES Y EXPERTOS DE EMPRESA

AUTORA

Ana del Carmen Tolino Fernández Henarejos

Universidad de Murcia (España)

anacarmen.tolino@um.es

La reforma de formación profesional en España, debido a las exigencias del nuevo contexto económico, se ha convertido en una cuestión inaplazable. Las altas y crecientes tasas del desempleo juvenil constituyen la señal de alarma más notoria; señal de alerta a los poderes públicos, y a la sociedad en general, sobre la urgencia de concebir y aplicar medidas efectivas orientadas a invertir en tendencia y a preparar un mejor futuro para todos. En esta línea, las medidas para el fomento de empleo que van dirigidas específicamente a la población joven son considerablemente escasas y se concentran sobre todo en las categorías de fomento de contratación y contratación en prácticas y prácticas no laborales.

En los últimos años, agentes sociales, culturales, económicos, políticos e investigadores académicos, así como también los medios de comunicación social tratan sistemáticamente el tema de la Formación Profesional dual como un modelo que podría mejorar nuestro sistema formativo y laboral. En este sentido, el desarrollo de proyectos de formación profesional tiene como finalidades: incrementar la vinculación y corresponsabilidad del tejido empresarial, facilitar la inserción laboral, potenciar la relación del profesorado de formación profesional con las empresas del sector y favorecer la transferencia de conocimientos. Esta modalidad de Formación Profesional escapa a la diversidad de los sistemas educativos que imperan en Europa.

Este trabajo recoge un programa formativo elaborado por el Instituto de Educación Secundaria Politécnico de Cartagena de la Región de Murcia y la empresa Repsol durante el curso 2012-2014. El profesorado y los expertos de la empresa diseñaron de forma conjunta en la distribución y adaptación de contenidos y secuenciación temporal, acorde con el programa oficial de estudios y el respectivo modelo de producción de la empresa. Asimismo, para poner en marcha la actividad formativa en la empresa y en el centro educativo se han coordinado periódicamente mediante reuniones de control, los profesores responsables de los módulos profesionales y los tutores de formación dependientes de Repsol. Éstos últimos también han coordinado actividades en el interior del complejo industrial con otros departamentos.

Los participantes fueron 18 alumnos que formaron parte del programa durante dos cursos académicos. Partiendo de los objetivos planteados en este proyecto, concluimos que los alumnos tuvieron la oportunidad de aprender en un entorno real, potenciando contenidos conceptuales y procedimentales a nivel laboral y formativo.

Palabras clave: Docentes - Empresa - Experiencia - Formación profesional

ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS Y CONTENIDOS DIDÁCTICOS PARA DESARROLLAR COMPETENCIAS EMPRENDEDORAS EN ESTUDIANTES DEL GRADO EN PUBLICIDAD Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

AUTORES

Rosa María Torres Valdés, Carolina Lorenzo Álvarez; Sara Magallón Pendón; Patricia Núñez Gómez; María del Carmen Quiles Soler; Juan Monserrat Gauchi; Alba Santa Soriano y Laura Herrero Ruíz

U. de Alicante, U. Miguel Hernández, U. de Barcelona y U. Complutense de Madrid (España)
rosa.torres@ua.es; carolina.lorenzo@protocoloimep.com; sara.magallon@esrp.net;
pnunezgo@ccinf.ucm.es; MC.Quiles@ua.es; Juan.Monserrat@ua.es; alba.santa@ua.es y
lhr8@alu.ua.es

Los cambios socioeconómicos acontecidos durante la última década, sugieren que el autoempleo puede ser una salida al mercado laboral, en un sector como el de la Publicidad y las Relaciones Públicas. El trabajo que se presenta parte de esta reflexión situacional y sugiere una hipótesis inicial que plantea si los profesionales bien cualificados, con habilidades y competencias para el emprendimiento, podrían tener mejores posibilidades de desarrollo de carrera profesional autónomamente. Tal como lo que expresan Camacho y Lara (2011), el estudiante debe adquirir las capacidades necesarias no sólo para sus actividades de aprendizaje, sino también aquellas que se requieren posteriormente en el mercado laboral.

La investigación contempla el análisis de contenido de guías docentes de las asignaturas Técnicas de las Relaciones Públicas, Sistemas y Procesos en Publicidad y Relaciones Públicas, Estrategia de la Publicidad y las Relaciones Públicas, Protocolo y Eventos en Instituciones y Empresas impartidas en la Universidad de Alicante, Procesos de Creación de Creación Publicitaria impartida en la Universidad Complutense y Análisis de Casos de Publicidad y Relaciones Públicas impartida en la Escuela Superior de Relaciones Públicas adscrita a la Universidad de Barcelona.

Por otra parte se cuenta además con tres doctorandas que trabajan en el ámbito de la docencia universitaria relacionada con las disciplinas objeto de estudio y que han sido emprendedoras. Se realizó encuesta a los alumnos matriculados en las asignaturas mencionadas y se entrevistó a emprendedores en activo, todos ellos de esta área de conocimiento.

Los resultados obtenidos revelan puntos fuertes y áreas de mejora que conviene atender si se pretende fomentar el emprendimiento en Publicidad y Relaciones Públicas, y abre una agenda de investigación específica sobre el tema.

Palabras clave: Competencias - Didáctica - Emprendimiento – Publicidad - Relaciones Públicas

MODELOS PEDAGÓGICOS Y SU ACTUAL VIGENCIA EN EL CONTEXTO EDUCATIVO

AUTORES

Gabriel Mauricio Vergara Ríos y Heriberto Rafael Cuentas Urdaneta

Universidad del Atlántico (Colombia) y Universidad Rafael Bellosó Chacín (Venezuela)

gabrielvergara@mail.uniatlantico.edu.co y moneri4@gmail.com

Partiendo de la consideración de que un modelo pedagógico constituye un planteamiento integral e integrador acerca de determinado fenómeno, hacer un estudio de estos, es ofrecer un importante marco de referencia para que cualquier lector pueda acceder y entender cuál es su intencionalidad, inclusión, métodos y técnicas que predominan, cual es el rol del docente y del estudiante, características del proceso enseñanza-aprendizaje, propósitos de la enseñanza, contenidos que se privilegian, estrategias metodológicas y proceso de evaluación (DE ZUBIRÍA, 2006). Cuando Zubiría se refiere a que un modelo constituye un planteamiento integral e integrador de determinado fenómeno, primero se debe tener clara la diferencia entre educación y pedagogía, pues esto conduce a la comprensión de qué es un modelo y, una vez establecida esta, se procede a diferenciar un modelo pedagógico de un modelo educativo, pues un modelo educativo es aquel que a una Institución Educativa le garantiza la calidad en procesos como la homogeneización, socialización y funcionamiento; mientras que un modelo pedagógico está constituido por conceptos, prácticas y saberes escolares, que se hacen explícitos mediante los objetivos, la misión, visión y perfiles del ser social e individual en formación. En este sentido, los modelos pedagógicos más que simples representaciones de las relaciones que predominan en el acto de enseñar, deben apuntar a resolver interrogantes como: ¿para qué?, ¿cuándo?, ¿con qué?, ¿qué?, y el ¿cómo enseñar? y, será bajo estas circunstancias que una teoría pueda ser considerada como modelo pedagógico.

Con el propósito de aportar elementos teóricos tendientes a resolver los interrogantes arriba planteados, Julián de Zubiría divide los modelos pedagógicos en dos clases: el modelo heteroestructurante y el modelo autoestructurante. El heteroestructurante es aquel en donde la creación de conocimiento se da por fuera del salón de clases, su postura es magistrocentrista y su estrategia metodológica consiste en clases magistrales, defendiendo los métodos receptivos. El modelo autoestructurante concibe la educación como un proceso continuo de construcción desde el interior, jalonado por el estudiante; considera el conocimiento como un constructo del ser humano y no como una copia de la realidad (HENAO, 2011).

A modo de conclusión, se puede decir que si bien algunos modelos pedagógicos están descontextualizados respecto de los actuales enfoques y formas de percibir el proceso de enseñanza aprendizaje, el constructivismo cobra vigencia gracias a la importancia que le da al estudiante, considerándolo como eje fundamental del mismo, siendo el constructor de su propio conocimiento a partir de los conceptos previos. Mediante esta corta reflexión, se hará un breve análisis de cada uno de los modelos pedagógicos, resaltando sus aspectos más en cuanto al proceso de enseñanza aprendizaje. En base a esto y tomando como punto de partida el contexto de la educación actual, se mirará cual es la vigencia de cada uno de ellos.

Palabras clave: Constructivismo - Instituciones Educativas - Intencionalidad - Modelos Pedagógicos - Vigencia

UNIDADES DE APRENDIZAJE INTERASIGNATURAS EN LA DOBLE TITULACIÓN DE FORMACIÓN DEL PROFESORADO: UN CONTEXTO PARA APRENDER A APRENDER

AUTORES

Verónica Violant, María José Rochera, Immaculada Dorio, Ana María Anton y Queralt Llorca

Universidad de Barcelona (España)

vviolant@ub.edu, mjrochera@ub.edu, idorio@ub.edu, ana_anton@ub.edu y queralt.llorca@gmail.com

Este proyecto ha sido financiado en la convocatoria ARMIFI (2014): Ajuts de Recerca en Millora i Innovació en la Formació inicial de Mestres con el código 2014ARMIFI00054 y los miembros que lo componen son los siguientes: Anton, A.M., Castelló, J., Dorio, I., Fraga, L., Gallardo, S., Giménez, J., Godall, T., Llorca, Q., Puig, J., Rochera, M.J., Tilló, T. y Violant, V. (IP).

La presente comunicación tiene por objetivo exponer las estrategias del proceso de enseñanza-aprendizaje diseñadas para el fomento de la competencia *aprender a aprender* en algunas de las asignaturas que forman parte del plan de estudios de la formación inicial de maestros de la doble titulación de Infantil y Primaria de la Universitat de Barcelona.

Este estudio forma parte de un proyecto más amplio, de espíritu institucional dirigido a la mejora y la innovación en la formación de estos futuros maestros y cuya última finalidad es planificar y evaluar cuatro de las competencias transversales, implicadas en la formación inicial de maestros. El proyecto de investigación se fundamenta en un modelo formativo basado en el desarrollo y evaluación de las siguientes competencias: 1/ aprender a aprender, como elemento de identidad, globalizador y profesionalizado que favorece el paso de ser alumno a ser maestro, la práctica reflexiva como elemento de desarrollo de las competencias y como evaluación de la propia práctica que conduce a la profesionalización; 2/ el trabajo colaborativo del alumnado y de los miembros de la investigación configurados en equipo docente (la mayor parte de los miembros son profesorado de las asignaturas implicadas en dicha investigación); 3/ la planificación y gestión de los procesos de aprendizaje y; 4/ las Tecnologías de la Información y la Comunicación -TIC como elemento mediador del proceso de enseñanza-aprendizaje.

El trabajo aborda el diseño y planificación, así como los instrumentos de evaluación de la *unidad de aprendizaje 1* para la competencia aprender a aprender. La unidad de aprendizaje 1 queda configurada por tres de las asignaturas, visualizadas como unidad de aprendizaje, que el alumnado cursa en el primer año académico, junto con la asignatura profesionalizadora del grado *Practicum I* (incluyendo los centros de prácticas que forman parte del proyecto). Estas asignaturas implicadas son las siguientes: *Psicologia de l'Educació a Primària*, asignatura de Formación Básica, anual de 12 cr. ECTS; *Infància, Salut i Educació*, asignatura de Formación Básica, primer semestre de 6 cr. ECTS; y *Alfabetització Digital* asignatura de Formación Básica, primer semestre de 6 cr. ECTS.

Se trata de una investigación-acción con metodología mixta (cualitativa-cuantitativa). Los participantes en la investigación son: profesorado y alumnado de las asignaturas implicadas, maestros en activo y tutores de las escuelas participantes. Como resultados de la investigación se presentan el propio diseño y planificación, así como los instrumentos elaborados a partir del análisis documental y de los grupos de discusión llevados a cabo en las escuelas participantes.

Palabras clave: Aprender a aprender - Doble titulación - Evaluación formativa - Formación de profesorado - Unidad de aprendizaje



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

DOCENCIA 2:

Las nuevas fórmulas docentes: formas

PROPUESTA DOCENTE PARA LA SUPERACIÓN DEL MIEDO ESCÉNICO DEL ALUMNADO EN LA ASIGNATURA DE LOCUCIÓN INFORMATIVA

AUTORES

Antxoka Agirre, Terese Mendiguren y Leire Iturregi

Universidad del País Vasco (España)

terese.mendiguren@ehu.eus, antxoka.agirre@ehu.es y leire.iturregui@ehu.eus

Esta comunicación está enmarcada dentro de un Proyecto de Innovación Educativa financiado por la Universidad de País Vasco titulado “Locución Informativa: del aula al estudio de radio. La colaboración con radios profesionales como elemento motivador para fomentar la creatividad, el aprendizaje activo y el buen rendimiento”.

Desde que se implantara la asignatura de Locución Informativa en el Grado de Periodismo de la Universidad del País Vasco hace tres años, los profesores que la imparten han tratado de enriquecer la estrategia didáctica de la misma a través de iniciativas que favorecen el aprendizaje activo y la creatividad. Uno de los retos en el aula es la superación del miedo escénico inicial de las primeras prácticas frente a las cámaras y micrófonos. Durante el curso 2014-15, los profesores de esta asignatura han establecido una metodología docente que pretende ayudar a los alumnos a superar la situación inicial de estrés emocional, con la puesta en práctica de actividades de dificultad progresiva en el plató de la Facultad. El análisis final del éxito obtenido ha mostrado resultados satisfactorios.

Esta comunicación muestra los resultados del estudio realizado a los alumnos de tercer curso de Periodismo, en el que se analiza el grado de superación del miedo escénico al enfrentarse a una locución frente a la cámara. Además, muestra una comparativa de las sensaciones que describen los alumnos en las prácticas al final de curso respecto al comienzo.

Palabras clave: Miedo escénico - Locución informativa - Comunicación oral - Docencia

SERVICIO INTEGRAL PARA LA INCORPORACIÓN Y USO DE SISTEMAS DE GESTIÓN EN ASIGNATURAS VIRTUALES DESTINADO A PROFESORES DE LA UNIVERSIDAD METROPOLITANA

AUTORAS

María Alejandra Aguilar Párraga y María Magdalena Ziegler

Universidad Metropolitana en Caracas (Venezuela)

maguilar@unimet.edu.ve y mziegler@unimet.edu.ve

La Universidad Metropolitana, comprometida con la calidad de la educación superior, y consciente de la realidad, ha llevado a cabo numerosos esfuerzos e invertido importantes recursos para incorporar las tecnologías de información y comunicación a la práctica pedagógica a lo largo de los últimos 20 años. En consecuencia, ha sido pionera en la incorporación de tecnología en la educación por lo que actualmente cuenta con el Centro de Tecnología de Información y Comunicación (CeTIC), con el Centro de Aprendizaje en Línea (CAL), y con la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje (UGTA). Siendo esta última la encargada de brindar apoyo, asesoría, capacitación y acompañamiento a toda la comunidad institucional en el uso efectivo y óptimo de las herramientas tecnológicas a su disposición.

La presente investigación aborda con detalle los servicios que presta la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje a la comunidad unimetana, sobre la base de una investigación de tipo proyectiva en la que se detectó una necesidad y se diseñó un plan de gestión para atenderla incorporando elementos que generen cambios para mejorar la calidad del servicio, de la educación virtual y de la institución. Así mismo, se utilizó un diseño de campo, ya que la recolección de datos se tomó de primera mano en el ambiente natural, sin modificar la realidad que se vive dentro de la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje.

Finalmente, la presencia de la Unidad de Gestión de Tecnologías para el Aprendizaje y la integralidad de su servicio se han convertido en un elemento clave de asesoraría y acompañamiento al docente en el diseño o rediseño, de manera efectiva, en esa oferta virtual de asignaturas, cursos o programas, logrando diferenciar, evidente y tangiblemente, una formación meramente a distancia de un *e-learning*, bien concebido.

Palabras claves: Tecnologías de información y comunicación – *E-learning* – Educación virtual – Diseño instruccional

CAMBIOS EN LA IDENTIDAD Y CULTURA DOCENTE EN EL EEES

AUTORES

Israel Alonso Sáez, Clemente Lobato Fraile y Maite Arandia Loroño

Universidad del País Vasco

Israel.alonso@ehu.es, clemente.lobato@ehu.es, maite.arandia@ehu.es

Esta revisión teórica sobre la identidad académica está vinculado a la línea de innovación curricular impulsada por el grupo de investigación consolidado Ikasgura: Cambio educativo en la Universidad (GIU 14/08). El estudio de la identidad docente universitaria se ha convertido a lo largo de las dos últimas décadas en un marco de referencia para la Educación Superior (ES). Son dos las razones que explican este creciente interés. La primera, la preocupación por conocer qué impacto está teniendo la transformación de la ES en sus académicos y académicas (Barnett & Di-Napoli, 2008; Hyde & Drennan, 2013). La segunda está relacionada con la relevancia, cada vez mayor, de la función docente dentro de la ES (Kreber, 2010; Galloway & Jones, 2012). El propio proceso de convergencia europeo (EEES) ha sido un importante impulsor en nuestro entorno de la reflexión sobre la docencia en la ES (Monereo, 2014). Un análisis de las investigaciones a nivel internacional revela que la labor docente no solo necesita del conocimiento relacionado con la disciplina, sino también del vinculado a la dinamización de procesos de enseñanza y aprendizaje y su acompañamiento, lo que hace posible avanzar hacia el cambio de un paradigma centrado en la enseñanza a otro centrado en el aprendizaje (Zabalza, 2009).

Estos estudios aluden a cómo lograr que el profesorado consiga cambiar los modos de entender y hacer sus prácticas académicas para que estas formen parte de su núcleo identitario (Negvi & logstrom, 2014). Ayudan a comprender, asimismo, los procesos de cambio identitario para, de este modo, poder discernir cómo se puede intervenir en estos procesos de transición desde el punto de vista de la formación y de las políticas institucionales (Kinash & Wood, 2013). También enfatizan que un cambio educativo profundo no puede provenir solamente de reformas organizativas, tecnológicas o metodológicas, sino que para que se produzca hemos de tener presente el rol fundamental que desempeña el profesorado y, por lo tanto, si sus creencias más profundas no cambian, difícilmente lo van a hacer los procesos de enseñanza-aprendizaje en los que esté implicado (Monereo & Pozo, 2011).

Este examen de la literatura científica va a permitir, al fin, destacar una serie de elementos nucleares en la construcción de las identidades docentes universitarias y, también, en los procesos de formación y acompañamiento necesarios para apoyar ese tránsito. Estos elementos son: Representaciones (Weise & Sanchez, 2013), interacción (Leibowitz, Ndebele & Winger, 2014;), ética y valores (Fitzmaurice, 2013), conocimientos y saberes (Korhonen & Törmä, 2014), cultura universitaria global y local (Leaton & Whitty, 2010), teorías implícitas (Korthagen 2010), emociones (Badia, 2014) e integración (Pozo, 2011). Este trabajo concluye clarificando las condiciones y actuaciones que habría que tener presentes para ir dando pasos en el cambio de paradigma universitario.

Palabras claves: Identidad docente universitaria - Identidad académica - Espacio Europeo de Educación Superior - Educación Superior - Cultura docente

NUEVAS METODOLOGÍAS PARA UNA NUEVA UNIVERSIDAD. EL TRABAJO COLABORATIVO Y LA PEDAGOGÍA DEL CONTEXTO

AUTORES

José Daniel Álvarez Teruel, Salvador Grau Company y María Luisa Pertegal Felices
Universidad de Alicante (España)

josedaniel.alvarez@ua.es; salvador.grau@ua.es; ml.pertegal@ua.es

Desde hace más de quince años, las Universidades españolas trabajan para adaptarse al Espacio Europeo de Educación Superior. Este nuevo entorno de trabajo universitario, entre otros aspectos, da un gran protagonismo al alumnado en su proceso de aprendizaje, lo que supone un reto metodológico para la docencia universitaria.

El Sistema Educativo Español, a través de la Ley Orgánica 4/2007 de 12 de abril, de Universidades, plantea una serie objetivos para el cambio, como la adopción de medidas de impulso a la autonomía universitaria, y la flexibilización curricular. Además, apuesta por un cambio metodológico docente que centre la actividad en el alumnado.

La Universidad de Alicante, en esta línea, ha planteado en el diseño de sus titulaciones innovaciones metodológicas, como la elaboración de currículos basados en el aprendizaje discente, el desarrollo de competencias, como el trabajo colaborativo, y la reflexión sistemática a través de la evaluación.

Estas premisas normativas han sido recogidas por un grupo de profesorado de la Titulación de Maestro de Educación Infantil de la Facultad de Educación, que imparten la asignatura de Innovaciones en los Proyectos Educativos de Educación Infantil de cuarto curso. Este equipo de profesionales ha desarrollado un proyecto de trabajo que pretende fundamentalmente la total implicación del alumnado en su proceso de aprendizaje, desde la planificación del modelo metodológico, hasta la evaluación final de los resultados obtenidos. La asignatura se desarrolla en torno a un proyecto global, donde la teoría y la práctica se complementan, y en el que se procura que ambos contenidos acerquen al alumnado lo máximo posible a la realidad escolar en la que desarrollaran su profesión una vez titulados. Es lo que denominamos la *metodología o pedagogía del contexto*. El proyecto gira en torno al *trabajo colaborativo* y al desarrollo de otras competencias pre-profesionales, como la asunción de roles de dirección y gestión en una institución escolar. Una vez concluido el proyecto, profesorado y alumnado realizan la evaluación de los resultados.

En base a los resultados obtenidos en estas evaluaciones finales docentes y discentes, realizamos un trabajo de investigación para ver el grado de satisfacción en el desarrollo de esta metodología de trabajo. Contamos con una población de estudio de 6 profesoras/es que han impartido la asignatura en los dos años de implementación, y de 453 alumnas y alumnos. De los datos recogidos podemos concluir, en general, que tanto el profesorado como el alumnado valoran muy positivamente esta nueva forma de trabajar una asignatura, aunque el profesorado plantea que supone una mayor carga docente, y el alumnado la dificultad que supone asumir responsabilidades en su proceso de aprendizaje sin haber contado con un aprendizaje previo.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Metodología - Trabajo Colaborativo- evaluación- Investigación

REDEFINICIÓN DE LA PRÁCTICA ESCOLAR EN EL MARCO DE LA ESCUELA INCLUSIVA

AUTORES

Ana Emilia Amaro Agudo y Diego Navarro Mateu

Centro de Magisterio La Inmaculada y U. Católica de Valencia San Vicente Mártir (España)

anaamaro@eulainmaculada.com, diego.navarro@ucv.es

Es innegable la gran evolución que presenta el ámbito de la educación en relación a los alumnos que presentan cualquier tipo de vulnerabilidad. Desde una concepción basada en la exclusión, donde no eran poseedores del derecho a la educación, hasta la situación actual en la que se reconoce explícitamente ese derecho a la educación, y desde una perspectiva inclusiva.

Esta evolución refrendada en la legislación tanto internacional, ONU 2006, Declaración de Salamanca, declaración de Hotmien, Declaración de Dakar, legislación nacional, LOGSE, LOMCE, LOE, como en las diferentes administraciones autonómicas, tiene como principal reto, reconsiderar las culturas, políticas y prácticas escolares, desarrollando una nueva forma de entender y atender desde los centros escolares, el desarrollo de una EDUCACIÓN PARA TODOS, y que permita incrementar los niveles de participación efectiva del conjunto de miembros que conforman la comunidad educativa, haciendo de esta forma efectivo el derecho de todos los alumnos, especialmente a aquellos que presenten cualquier tipo de vulnerabilidad.

Los conceptos clave van a ser expuestos en este artículo y que tienen como finalidad el desarrollo de la inclusión escolar son, por una parte el de Comunidades de Aprendizaje, y el conjunto de Actuaciones de éxito, derivadas del proyecto de investigación INCLUDED, el *Índex for Inclusion*, herramienta diseñada para facilitar el descubrimiento y eliminación de las barreras a la participación y aprendizaje en el ámbito escolar, así como el conjunto de metodologías que pueden ser llevadas a cabo, para facilitar e incrementar la creación de espacios educativos que permitan responder a la diversidad del alumnado presente en nuestras escuelas, como son, la tutoría entre iguales, el aprendizaje cooperativo, la redefinición de apoyos dentro del marco escolar, el voluntariado escolar, los grupos interactivos, etc.

La escuela del siglo XXI no puede seguir aferrada a unos planteamientos metodológicos y conceptuales del siglo pasado, y es injustificable, el que los alumnos que presenten cualquier tipo de desviación respecto a una supuesta normalidad, se sigan enfrentando a una oferta educativa desajustada, que les expone, no sólo al fracaso escolar, sino a un riesgo de exclusión social.

Palabras clave: Inclusión – Comunidades de Aprendizaje – *Índex for Inclusion*

MEJORAS EN LA METODOLOGÍA DOCENTE UNIVERSITARIA DESDE LA PERSPECTIVA NOVEL

AUTORES

Daniel Antón García y Macarena Pérez Suárez

Universidad de Sevilla (España)

danton@us.es y mperez32@us.es

El modelo tradicional de enseñanza está basado en la impartición de clases por parte del docente de forma principalmente unidireccional. El profesor comparte determinada información que no se traduce por norma general en nuevo conocimiento en el alumnado al carecer de motivación, consiguiendo así almacenar datos en la memoria para reproducirlos posteriormente de forma mecánica. En este documento se muestran las estrategias seguidas a lo largo de un curso académico como profesores universitarios en dos asignaturas de diferentes ámbitos de conocimiento (Geometría Descriptiva y Economía Social), en las cuales la participación de los estudiantes resulta esencial para poder ser llevadas a cabo y lograr su razonamiento crítico y por tanto, un aprendizaje efectivo, real y arraigado.

Al mismo tiempo, estas experiencias ponen de manifiesto la relación existente entre la investigación y la labor del docente universitario novel. Desde la Universidad de Sevilla, a través de su Programa de Formación de Profesorado Novel, se potencian estas prácticas para conseguir un perfil de docente basado en competencias y nuevas prácticas didácticas a partir de metodologías activas. Esto se traduce en que los alumnos puedan ser capaces de escoger, actualizar y utilizar el conocimiento en un contexto específico, y aprender desde la diversidad entendiendo el potencial de su aprendizaje de forma resolutive.

Este trabajo describe las características propias de la innovación docente aplicada a dichas asignaturas y además conduce a la valoración sobre la idoneidad del método. Partiendo de la aparición de carencias o deficiencias en el aula, tiene lugar la reflexión de la propia docencia impartida. Como consecuencia, se desarrollan mejoras en el citado modelo tradicional de enseñanza a través de la planificación pormenorizada de actividades, orientada al refuerzo de determinadas competencias propias de la materia. De esta forma, se provoca el razonamiento inductivo del alumnado y se confiere un carácter bidireccional al mencionado modelo.

Como consecuencia, ambos casos de aplicación presentan similitudes metodológicas y de resultados. Los cambios en la docencia llevados a cabo mediante la sucesión de intervenciones en el aula, son evaluados a través de cuestionarios *ex ante* y *ex post* que ofrecen resultados tangibles. Estos se suman a otros datos obtenidos como el aumento en las calificaciones y los relativos a observaciones empíricas de la participación de los estudiantes. Por lo tanto, queda patente no sólo el incremento de la implicación y la motivación del alumnado, sino su éxito en las asignaturas.

Palabras clave: Educación Universitaria – Competencias – Aprendizaje Crítico

APRENDER CONJUNTAMENTE ENTRE EL MUNDO PROFESIONAL Y EL ACADÉMICO EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORES

Maite Arandia, Israel Alonso y Aintzane Cabo

Universidad del País Vasco (España)

israel.alonso@ehu.es , maite.arandia@ehu.es y aintzane.cabo@ehu.es

Este ponencia está vinculada al proyecto de innovación titulado, “Desarrollo del Consejo/Observatorio del Grado de Educación Social: aunando sinergias entre el mundo profesional (profesionales de la educación social y responsables de la Administración) y el académico para facilitar el aprendizaje y la acción” (PIE 6698- SAE/HELAZ). También a una línea de acción (Educación Activa) impulsada por el grupo de investigación consolidado Ikasgura (GIU 14/08).

La construcción del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha exigido dar un importante giro en el modo de entender la formación universitaria. Se aboga por una Universidad que esté interconectada y trabaje de modo colaborativo con el entorno social y económico en el que se van a insertar los nuevos profesionales formados para que puedan adquirir habilidades relevantes que les permitan mejorar su empleabilidad (Barnett, 2008; Fullan, 2009; Bowden y Marton, 2011; Unión Europea, 2013). Para conseguirlo se sitúa en el centro del proceso formativo el desarrollo de competencias lo que empuja a establecer contextos de aprendizaje dirigidos mediante metodologías activas que exigen al alumnado mantener una posición activa, autónoma y comprometida ante su aprendizaje (Benito y Cruz, 2009; Biggs, 2010; Zabalza, 2012). En sintonía con este replanteamiento de la enseñanza universitaria se diseña el Grado de Educación Social en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Entre sus especificidades cuenta con un currículum integrado y con una estructura organizativa interna denominada Consejo/Observatorio.

Esta estructura se crea para favorecer un espacio de colaboración y aprendizaje entre el mundo académico (profesorado y alumnado) y profesional que alimente la formación inicial, continua y la construcción de conocimiento científico en este campo profesional. Este trabajo presenta una investigación evaluativa de esta propuesta innovadora, pensada para introducir contextos de aprendizaje en los que la colaboración de alumnado, profesorado y mundo profesional sea una exigencia.

En primer lugar se hará una revisión de las investigaciones que dibujan una universidad en la que el compromiso del estudiante con ella, con su aprendizaje y con la sociedad resulta ser un eje nuclear (Yorke & Longden, 2008; Leach & Zepke, 2011; Phelan, 2011; Zepke, 2014; Healey, et al. 2014). En segundo lugar se aportará una descripción de la experiencia, del proceso metodológico seguido para su evaluación y de los resultados más relevantes sobre su puesta en marcha (difusión, desarrollo de proyectos y generación de red), destacando sus potencialidades así como sus debilidades.

Finalizamos con un apartado conclusivo que recoge el impacto que esta iniciativa está teniendo en el aprendizaje de todos los agentes implicados, en estrechar la colaboración inter-institucional de cara a la formación, innovación e investigación y en poner de manifiesto los desafíos que hemos de afrontar en el futuro en la Educación Superior.

Palabras clave: Educación Superior - Aprendizaje – Colaboración - Educación activa - Innovación - Educación Social

LA DIDÁCTICA DE LAS CIENCIAS EXPERIMENTALES EN LA UNIVERSIDAD. ALGUNAS PROPUESTAS METODOLÓGICAS

AUTORA

Elena Arbués

Universidad de Navarra (España)

earbues@unav.es

La Didáctica de las Ciencias Experimentales en el Grado de Educación de la Universidad de Navarra tiene como objetivo principal que los futuros maestros adquieran dominio suficiente de los conocimientos científicos que se enseñan en educación primaria. Se pretende que, fundada en esa teoría, adquieran una práctica idónea de la clase que sirva para proporcionar a los alumnos de primaria un adecuado aprendizaje de las ciencias.

Entre los objetivos a lograr nos proponemos que los futuros maestros lleguen a valorar críticamente diversos recursos, métodos y estrategias didácticas aplicables a la enseñanza de las ciencias experimentales. En este sentido destacamos, en primer lugar, la realización de experiencias científicas, acordes con el desarrollo cognitivo de los alumnos de primaria, que permitan plantear y resolver problemas asociados con las ciencias en la vida cotidiana.

En segundo lugar, el Aprendizaje-Servicio como una propuesta educativa que combina procesos de aprendizaje y de servicio a la comunidad, en un proyecto bien articulado en el que los alumnos se implican en necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo (Martínez, 2008; Warren, 2012; Batlle, 2013). A través de esta herramienta metodológica, que se va abriendo camino también en la enseñanza universitaria, se aglutina la adquisición de contenidos con el aprendizaje de diferentes competencias básicas o específicas, como son el trabajo en equipo interdisciplinar, las habilidades en las relaciones personales, el compromiso ético o el razonamiento crítico (ANECA, 2005).

En este trabajo se expone una experiencia docente de aprendizaje-servicio en la enseñanza de la Didáctica de las Ciencias Experimentales con alumnos del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Navarra. La metodología busca fomentar, por una parte, la participación comprometida de los estudiantes en el proceso enseñanza-aprendizaje y, por otra, fortalecer el componente de entrega de un servicio de calidad a la comunidad, potenciar el pensamiento crítico y la resolución de problemas, fomentar una actitud responsable y de compromiso hacia la conservación del entorno y motivar la reflexión formal durante la experiencia.

En este sentido, la metodología del Aprendizaje-Servicio nos ha resultado útil para basar el aprendizaje de los estudiantes en la experiencia real vivida en el Museo de Ciencias de la universidad, para conectar con sus motivaciones y para fomentar su participación comprometida en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Naval et al., 2011).

Tras la aplicación de estas metodologías recogemos algunas de las opiniones de los alumnos. Sin duda podemos decir que los resultados son positivos en el aprendizaje del alumnado universitario

Palabras clave: Enseñanza de las ciencias – Innovación metodológica – Enseñanza experimental – Aprendizaje – Servicio – Competencias profesionales

LA INFLUENCIA DE LAS METODOLOGÍAS ACTIVAS EN LOS ENFOQUES DE APRENDIZAJE: UN ANÁLISIS EN LA ESCUELA DE EMPRESARIALES DE VITORIA-GASTEIZ DE LA UNIVERSIDAD DEL PAÍS VASCO (UPV/EHU)

AUTORAS

Ainara Arsuaga, Elena Martínez, Oihana García y Waleska Sigüenza

Universidad del País Vasco (España)

ainara.arsuaga@ehu.eus, elena.martineztola@ehu.eus, oihana.garcia@ehu.eus y waleska.siguenza@ehu.eus

El objetivo principal de este trabajo es determinar el enfoque de aprendizaje empleado por el alumnado de la E.U.E. Empresariales de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU). Además, se analiza si este enfoque cambia tras cursar con metodologías activas una de las asignaturas del Grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE) que se imparte en la Escuela. Se persigue, por tanto, constatar si el uso de metodologías activas fomenta el enfoque de aprendizaje profundo frente al enfoque superficial.

Los enfoques de aprendizaje son la manera en la que el alumnado afronta el proceso de aprendizaje en un contexto determinado. Estos enfoques están influenciados no solo por las características del alumnado (conocimientos previos, habilidades o expectativas), sino también por su percepción sobre el contexto en el que se desarrolla la enseñanza. Es decir, tanto el o la estudiante como el tipo de tareas que tiene que realizar (dirigidas por el profesorado) y el contexto institucional, que determinan de alguna manera sus motivaciones para estudiar, la fijación de sus objetivos y las estrategias que emplea.

Para alcanzar los objetivos del trabajo se realizó a todos el alumnado de la Escuela el cuestionario R-SPQ-2F, diseñado por Biggs en 2001. Desde 1987 este autor se ha centrado en el estudio de los enfoques de aprendizaje y en esta última propuesta, específicamente dirigida a contextos universitarios, divide los enfoques en dos grandes categorías: enfoque profundo y enfoque superficial, y cada una de dichas categorías en dos sub-enfoques o componentes: motivación y estrategia (entendida ésta como la manera en la que un individuo se desenvuelve en una situación).

Se cuenta con una muestra de 122 estudiantes de primer curso, 69 de segundo curso, 47 de tercer curso y 39 de cuarto curso. Se observa que, la puntuación media obtenida por el enfoque profundo supera la obtenida por el enfoque superficial: Aunque las puntuaciones medias varían según el curso considerado, la mencionada tendencia se mantiene para todos ellos.

Respecto al segundo objetivo, analizar la influencia de las metodologías activas de aprendizaje, se ha procedido a caracterizar para dos grupos de alumnado los enfoques de aprendizaje antes y después de haber cursado una de las asignaturas de GADE con dichas metodologías activas. Los resultados obtenidos nos permitirán concluir si efectivamente este tipo de metodologías, donde los y las estudiantes se involucran más y son protagonistas de su propio aprendizaje, predisponen hacia enfoques profundos, es decir, hacia un aprendizaje de mayor calidad.

Palabras clave: Enfoques de Aprendizaje – Metodologías Activas

EL APRENDIZAJE SERVICIO EN LA UNIVERSIDAD. EVALUACIÓN DEL DESARROLLO DE DOS PROYECTOS DE COOPERACIÓN

AUTORES

José Ángel Aznar Sánchez y Luis Jesús Belmonte Ureña

Universidad de Almería (España)

jaznar@ual.es, lbelmont@ual.es

Los autores desean agradecer la ayuda recibida de la Dirección General de Formación e Innovación de la Universidad de Almería dentro de la convocatoria de Grupos Docentes para el Diseño y Transferencia Práctica de Innovaciones Docentes 2014-2016.

La metodología del aprendizaje servicio (ApS) puede ser útil para contribuir al cumplimiento de una serie de competencias transversales que obligatoriamente deben ser objeto formativo en los planes de estudios de muchas universidades españolas puesto que ofrece argumentos suficientes para cambiar el sentido del aprendizaje y de la ciudadanía. Su aplicación representa una estrategia de acción que fomenta la solidaridad activa y el voluntariado, promoviendo la formación, la educación, la investigación y la sensibilización de la comunidad universitaria. Además, es una metodología pedagógica de alto poder formativo ya que combina en una sola actividad el aprendizaje de contenidos, competencias y valores con la prestación de tareas de servicio a la comunidad con la que se trabaja.

En el año 2012 se constituyó un grupo docente en la Universidad de Almería con el objetivo de implementar la metodología del ApS en las materias de cooperación al desarrollo que se estaban impartiendo en el Máster Oficial en Estudios e Intervención Social en Inmigración, Desarrollo y Grupos Vulnerables. Desde el principio se estableció una estrecha colaboración con la ONG “Almería Acoge” con la que se ha trabajado conjuntamente en el desarrollo de dos proyectos diferentes durante dos cursos académicos. El primer proyecto ha consistido en la puesta en marcha de un proyecto de codesarrollo en Senegal en colaboración con la Asociación de Emigrantes Senegaleses de Andalucía (Adesean). En el segundo proyecto se ha trabajado con esta ONG en el planteamiento y en la puesta en marcha de una campaña de sensibilización sobre el mestizaje.

En este trabajo se presentan las características básicas de la aplicación de la metodología del ApS en estos dos proyectos de cooperación con la ONG Almería Acoge. Se evalúan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la rúbrica en su doble formato (tabla de resultados y gráfico de araña). Y se realizan una serie de propuestas de mejora a partir de los resultados de la evaluación.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Universidad - Metodología didáctica – Evaluación - Resultados

ERRORES GRAMATICALES Y DE TRADUCCIÓN COMUNES EN LA PRENSA ÁRABE. REFLEXIONES Y CONSIDERACIONES PRÁCTICAS

AUTOR

Moulay-Lahssan Baya Essayahi

Universidad de Granada (España)

baya@ugr.es

La comunicación, que aspiro a presentar en esta nueva edición de CUICID, se enmarca dentro de una de las líneas de investigación que llevo desarrollando en los últimos años, centrada básicamente en la traducción periodística y los errores gramaticales en la prensa árabe, con un estudio pormenorizado, comparativo y cuantitativo. El medio escogido para el estudio y análisis de los errores gramaticales y de traducción seleccionados será el periódico londinense árabe *Al-Hayāt*.

Sin ánimo de ofrecer un estudio teórico sobre la traducción periodística o los errores gramaticales, se expondrá en este estudio reflexiones y consideraciones prácticas sobre ambas cuestiones y se intentará identificar el hilo conductor que une ambos conceptos, partiendo de la idea de que un texto periodístico, en sus diferentes géneros informativos o formatos textuales, suele tener su origen en una noticia “traducida”, enviada o comentada, según el medio, por un corresponsal en un país extranjero. Este profesional del periodismo, para realizar su trabajo, recurre, a menudo, a los servicios de otra persona autóctona o conocedora de la lengua en cuestión, que puede ser un traductor.

Al ser un trabajo destinado, muy especialmente, a alumnos y/o estudiosos de la traducción en la combinación lingüística en cuestión, pretendemos ofrecer una metodología sencilla y útil, enfocada a la traducción periodística en el contexto del periodismo árabe y español contemporáneos.

El trabajo constará de dos partes bien diferenciadas: en la primera, ofreceremos una breve reflexión sobre aspectos afines a la traducción periodística para el caso de la combinación español-árabe, y nos centraremos en los llamados errores o *descuidos* gramaticales más comunes en la prensa árabe. En la segunda, se llevará a cabo un estudio pormenorizado de ejemplos prácticos extraídos del periódico objeto de estudio, tras justificar la elección de dicho rotativo. Algunas de las expresiones o términos estudiados en este trabajo son errores gramaticales que están directamente relacionados con la traducción periodística, mientras que otros son pura y llanamente errores gramaticales frecuentes y comunes en la prensa árabe.

Para la realización de este trabajo se tendrán en cuenta aspectos muy variables, tales como el corpus seleccionado, el período de estudio, el tipo de géneros periodísticos escogidos y por qué, o la inclusión o no de otros corpus de referencia para su comparación.

Palabras clave: Traducción periodística - Español/árabe - Prensa árabe - Errores gramaticales - Géneros periodísticos

LAS TÉCNICAS ESPECÍFICAS DE TRADUCCIÓN PERIODÍSTICA Y SU USO EN LAS NOTICIAS EXPOSITIVAS

AUTORES

Moulay-Lahssan Baya E. y Hussein al-Duweiri

Universidad Granada (España) y The University of Jordan (Jordania)

baya@ugr.es h.duweiri@ju.edu.jo

La ponencia que presentamos conjuntamente en este congreso, tiene como tema principal la traducción periodística en la combinación lingüística español-árabe, y en ella abordaremos esta cuestión desde dos puntos de vista.

En la primera parte, intentaremos ofrecer una visión general de la traducción del texto periodístico, el marco que regula este campo de traducción, los géneros periodísticos, tanto argumentativos como expositivos, y nos centraremos en estos últimos para nuestro trabajo de campo. La noticia de carácter informativo/expositivo, como es sabido, posee, características muy específicas y por lo tanto, las estrategias de traducción deben ser también muy específicas, adaptadas a la naturaleza misma de esta tipología textual.

Para la realización de este trabajo y, por ende, la consecución de los objetivos del mismo, se tendrán en cuenta aspectos muy variables, que marcarán la metodología adaptada, tales como el corpus escogido, el período de estudio, el género periodístico en cuestión, la inclusión de una sección o más secciones o la incorporación de otros corpus de referencia para su comparación.

En la segunda parte, tras exponer, definir y contextualizar el texto periodístico de carácter expositivo, pasaremos a estudiar, analizar y aplicar las técnicas específicas de traducción periodística, a saber, la ampliación, la compresión y la elisión, básicamente.

El estudio del caso se centrará en algunas agencias internacionales de noticias, que cuentan con servicios y plantillas de traductores ya consolidados. Para ello, realizaremos, en una primera fase, una selección exhaustiva de noticias de tipo informativo-expositivo, siguiendo unos parámetros de búsqueda y localización previamente establecidos. Dichas noticias se extraerán de algunas de las secciones más visitadas y representativas de las páginas web correspondientes, y se analizará la técnica específica de traducción aplicada por cada uno de estos medios a la noticia en cuestión, y se ofrecerá el correspondiente comentario en cada caso.

Palabras clave: Traducción periodística – Español/árabe – Texto expositivo – Técnicas Traducción – Agencias noticias

LA PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA COMO ESTRATEGÍA DE INNOVACIÓN DOCENTE Y MEJORA CURRICULAR DEL ALUMNADO

AUTORA

María del Carmen Bellido Márquez
Universidad de Granada (España)
cbellido@ugr.es

La educación universitaria tiene como meta final la formación de personas que hayan desarrollado durante su etapa de estudiantes universitarios las competencias profesionales relacionadas con su curriculum académico y que, finalmente, estén capacitados para ejercer la profesión para la que se han formado. Esto se consigue con un adecuado plan de estudios y la aplicación de una conveniente metodología educativa por parte de los formadores responsables.

En este sentido, la planificación de la docencia universitaria mediante la utilización de Guías Didácticas ayuda al alumno a tener un mejor conocimiento de los contenidos, objetivos, actividades, metodología, criterios de evaluación y otros asuntos de interés para mejorar su aprovechamiento de las clases; en especial, la planificación de actividades de aprendizaje autónomo mejoran su desarrollo reflexivo, crítico e interactivo, por ello la planificación de la docencia es una labor que requiere una mayor valoración entre las tareas del profesorado y un mejor aprovechamiento por parte del alumnado.

La puesta en práctica de una detallada planificación docente, mediante la creación de la Guía Didáctica de la asignatura de Fotografía del Grado en Bellas Artes de la Universidad de Granada, documento que es complementario de la oficial Guía Docente de la misma asignatura, ha sido una propuesta que ha favorecido los resultados académicos de los alumnos en ella matriculados durante el curso 2014-2015 y ha supuesto una aplicación metodológica de innovación docente, que ha procurado implicar al alumno en su formación desde el primer momento de la actividad, haciéndole responsable de su propio aprendizaje, y despertando en él el interés por su formación autónoma.

Palabras clave: Educación universitaria – Metodologías docente – Guías Didácticas – Planificación docente – Innovación docente

LUDIFICACIÓN PARA FOMENTAR COMPETENCIAS CREATIVAS EN EL AULA UNIVERSITARIA

AUTOR

Alejandro Bonilla González

Universidad San Jorge de Zaragoza (España)

abonilla@usj.es

En la actualidad vivimos inmersos en un entorno cambiante, saturado y caracterizado por un contexto de convergencia tecnológica. Es necesaria una educación para fomentar competencias transversales como la creatividad y la innovación, ya que los alumnos deben ser capaces de dar con soluciones diferenciadoras y creativas para los problemas a los que se van a enfrentar tanto en el ámbito académico como en el profesional. Una formación universitaria enfocada a esas capacidades es pertinente, más aún cuando las empresas están demandando este tipo de destrezas. La educación superior tradicional no está enfocada a este tipo de competencias y se ha centrado más en los contenidos que en las formas. Se debe considerar dar el paso definitivo hacia una formación enriquecedora, autónoma y centrada en competencias basadas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), sin dejar de lado los contenidos pero dejando atrás el conocimiento selectivo para alcanzar un escenario de aprendizaje interactivo.

Diversas investigaciones respaldan que el uso de videojuegos está directamente relacionado con la motivación intrínseca de los usuarios y alumnos, y a su vez, este tipo de motivación tiene una relación directamente proporcional con la resolución creativa de problemas. Si somos capaces de extraer los elementos motivadores de los videojuegos y aplicarlos en el aula universitaria, quizás consigamos mejorar los resultados creativos de los alumnos. Por tanto, nuestro objetivo es favorecer el pensamiento creativo en el aula y evaluar la eficacia del uso de mecánicas propias de los juegos y videojuegos, llamadas en los últimos años gamificación o ludificación.

Mediante el presente estudio queremos conocer las posibilidades de integración en el aula de esta técnica innovadora, de tal forma que catalicemos la motivación de los alumnos y su compromiso en un entorno no lúdico como el de la formación universitaria. Para ello realizamos una práctica en un aula universitaria de creatividad publicitaria, dividiendo a los alumnos en dos grupos aplicando a uno de ellos motivadores característicos de los videojuegos, y al otro, recompensas clásicas presentes en el ámbito académico como calificaciones numéricas. Para la evaluación de los resultados utilizamos una serie de ítems contrastados y verificados que nos permiten comparar y analizar los datos obtenidos, basándonos en un sistema de valoración planteado por Torrance en su Test de Pensamiento Creativo. Como veremos, el uso de dichas mecánicas permite la generación de mayor número de soluciones creativas y que éstas sean más arriesgadas, mientras que las recompensas clásicas, en este caso, limitan la originalidad de las propuestas siendo más conservadoras.

Palabras clave: Ludificación – Creatividad – Videojuegos – TIC – Innovación Docente

MODELO DE VINCULACIÓN ENTRE LA LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO Y EL SECTOR DE SERVICIOS

AUTORES

Crystal Esther Camacho Bobadilla, Claudia Érika Martínez Espinoza, Carlos Ubaldo Mendivil Gastélum y Javier Alejandro Santana Martínez

Instituto Tecnológico de Sonora (México)

crystal.camacho@itson.edu.mx, claudia.martinez@itson.edu.mx, carlos.mendivil@itson.edu.mx
y javier.santana@itson.edu.mx

Las exigencias laborales y sociales, demandan distintas competencias en los egresados universitarios. Las Universidades deben orientar acciones que permitan vincular los contenidos vistos en el aula para aplicarlos en escenarios reales.

En el año 2009 el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON), contempla en su oferta educativa la inserción de prácticas profesionales en la parte media y final del plan de estudios. El proceso de aprendizaje está basado en un enfoque por competencias; en cada curso de prácticas profesionales se proporciona al estudiante la oportunidad de implementar lo aprendido a través de un modelo de vinculación que incluye las fases: investigación, análisis y ejecución; lo que se busca es dar respuesta a un problema, necesidad o área de oportunidad detectada en el sector productivo, privado y social; respectivamente.

La Licenciatura en Diseño Gráfico del ITSON, aplica este nuevo modelo en el 2013 con el objetivo de que el estudiante pueda emplear sus conocimientos, habilidades, actitudes y valores a un contexto real. La relación de colaboración desarrollada en los últimos años con el sector de servicios ha contribuido a la formación integral del estudiante de LDG, fortaleciendo los nexos Universidad-Empresa, propiciando intercambio de opiniones y retroalimentación, para conocer si como Institución se está cumpliendo con las tendencias y requerimientos del entorno.

Uno de los retos a los que se enfrenta la Educación Superior en materia de nuevas formas de enseñanza, es vincularse con los distintos sectores. En la Licenciatura en Diseño Gráfico se ha tratado de impulsar esta acción, cuyo fin siempre será la formación completa del estudiante. Los cursos de prácticas profesionales, han mostrado claramente las fortalezas y debilidades que como programa académico se tienen, el esfuerzo por establecer lazos de cooperación entre las empresas y la Universidad puede ayudar a que el proceso de enseñanza-aprendizaje sea medido por los empleadores. Evaluando los contenidos curriculares, prácticas docentes y el desempeño académico.

El modelo de vinculación permite tener una visión en tiempo real de lo que sucede fuera del aula. Tomar acciones, elevar los parámetros de exigencia, asegurar la pertinencia y competitividad de los alumnos. Dicho modelo se debe ir consolidando, desde el 2013 a la fecha se han observado áreas de oportunidad, las cuales deben potencializarse, también se han detectado amenazas; de ahí el alcance que tiene evaluar las estrategias y acciones, con una mirada crítica que permita cuestionar lo establecido para reinventar lo que se enseña y la manera en que se lleva a cabo, actualizar los contenidos curriculares que sean necesarios; logrando trascender la barrera de solo formar diseñadores con visión estética-funcional, sino que trabajen con un enfoque de diseño estratégico, aportando mayor valor a las empresas y a la sociedad en general.

Palabras clave: Vinculación - Universidad - Empresa - Formación - Diseño

HERRAMIENTAS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMUNIDAD DE APRENDIZAJE SOBRE EMPRESA Y EMPRENDIMIENTO EN TITULACIONES DE INGENIERÍAS VERDES

AUTORAS

María Piedad Campelo Rodríguez y Rita Robles Robles

Universidad de León (España)

mpcamr@unileon.es y rmrobr@unileon.es

En los últimos años, de forma general en las sociedades europeas y particularmente en determinados ámbitos como el universitario, se observa un creciente desarrollo de acciones orientadas hacia la promoción del emprendimiento. En este sentido, cuanto mayor sea el conocimiento disponible acerca de los factores que condicionan cualquier iniciativa emergente y su éxito posterior, mejor podrá ser su contribución a dichos resultados. Así, teniendo en cuenta que las instituciones universitarias pueden desempeñar un papel relevante en el fomento del espíritu emprendedor de su alumnado, resulta de interés definir y conocer cuál es el perfil de éste desde el punto de vista de la dinamización económica y de creación de empresas. Por otro lado, para mejorar la empleabilidad de los egresados debe proporcionarse a los estudiantes conocimientos del mundo empresarial en el que van a integrarse, incorporando en los planes de estudio de competencias de este ámbito, y fomentarse la realización de prácticas en empresas, actividad generalmente muy bien acogida evaluada por los agentes implicados (estudiantes y tutores académicos y de empresa).

Este trabajo presenta una serie de innovaciones docentes en estos dos ámbitos en titulaciones de grado y máster impartidas en la Escuela Superior y Técnica de Ingeniería Agraria de la Universidad de León (ESTIA). Se trata de aprovechar los recursos disponibles y las fuentes de conocimiento generadas por diversos agentes para crear una comunidad de aprendizaje sobre empresa y emprendimiento en la que interactúen estudiantes-profesores-empresas-sociedad. Para ello, se diseñan una serie de acciones formativas e informativas sobre creación (emprendimiento) y gestión de empresa (conferencias, talleres, actividades grupales), se implementan sistemas para canalizar mejor la información en relación con las prácticas externas (jornadas, web institucional y redes sociales) y se definen nuevos métodos de evaluación del aprendizaje para el caso de estas actividades de tipo curricular.

El desarrollo óptimo de la propuesta implica el trabajo conjunto de un grupo de profesores de esta universidad y la colaboración de miembros del equipo directivo de la ESTIA, junto con la participación puntual de otros formadores, egresados o empresarios. La utilidad de las experiencias puede evaluarse empleando diversos indicadores, tomados a lo largo de la ejecución de las actividades innovadoras, que miden la evolución del aprendizaje y, en algunos casos, la interrelación de las competencias adquiridas con las demandadas por el mercado laboral actual.

Palabras clave: Comunidad de aprendizaje – Empleabilidad – Emprendimiento – Empresa – Ingenierías Verdes

ESTUDIO SOBRE LAS FUENTES DE REFERENCIA EN LOS TRABAJOS FIN DE GRADO EN UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS Y MEXICANAS

AUTORAS

Mercedes Cancelo Sanmartín y Ana Almansa Martínez

Universidad de Málaga (España)

cancelo@uma.es y anaalmansa@uma.es

El Trabajo Fin de Grado (TFG) es, para la mayoría de los estudiantes universitarios, la primera investigación que llevan a cabo y el primer texto en formato científico que realizan. Por primera vez se enfrentan a complejos sistemas de citas y a fuentes diversas a las que deben referenciar correctamente, además de la dificultad que conlleva el no saber discriminar qué fuentes son científicas y cuáles no.

En la mayoría de las universidades, cada estudiante dispone de un tutor para realizar el TFG. Un trabajo, el del docente, que no siempre es reconocido y que, en el mejor de los casos, apenas se le reconocen unas cuantas horas, tiempo a todas luces insuficiente para realizar la tarea de supervisión. Con este panorama y la escasa o nula experiencia investigadora de los estudiantes, queremos estudiar las fuentes de referencia y su uso en los TFG, para descubrir aciertos y también errores frecuentes.

En este estudio se ha realizado análisis de contenido de 15 TFG presentados en universidades de México y 15 TFG presentados en universidades españolas. La investigación se realiza en dos países para poder hacer análisis comparativo que vaya más allá de nuestras fronteras.

En esta investigación se analizan cuáles son las fuentes más empleadas por los jóvenes estudiantes cuando están a punto de egresar, si recurren únicamente a fuentes científicas o a cualquiera a la que tengan acceso, por ejemplo Wikipedia. Asimismo, se analiza si son más dados al uso de fuentes hemerográficas, bibliográficas o a fuentes electrónicas.

La forma de citar y referenciar es también objeto de estudio. De esta manera, comprobamos qué modelo de citas siguen, qué sistema de referencias y si lo hacen correctamente.

Con este estudio, se descubren los errores más frecuentes cometidos por los universitarios, lo que nos permitirá inducir cuáles son sus necesidades formativas en esta materia. A partir del estudio se pretende elaborar un manual de buenas prácticas y de principales errores que pueda ser de utilidad para los universitarios cuando se enfrentan a su TFG.

Palabras clave: Referencias – Fuentes – Bibliografía – Hemerografía – Fuentes electrónicas

EL TRABAJO DE FIN DE GRADO EN LOS ESTUDIOS SUPERIORES DE COMUNICACIÓN: INTEGRACIÓN DE COMPETENCIAS, ENTORNOS PERSONALES DE APRENDIZAJE Y CONTEXTOS DE MOVILIDAD

AUTORES

Antonio Cantos Ceballos y Francisco Javier Ruiz del Olmo
Universidad de Málaga (España)
cantos@uma.es y fjruiz@uma.es

El presente trabajo se ocupa de las características, naturaleza y condicionantes del trabajo de Fin de Grado en los estudios superiores de Comunicación en España, y específicamente se refiere a Comunicación Audiovisual, donde de forma más evidente frente a otros estudios se prioriza la adquisición de competencias digitales, incluida la educación a través de dispositivos móviles, y la construcción a partir de ese nuevo paradigma competencial de los entornos personales de aprendizaje.

Se utiliza un método empírico, derivado de la práctica docente e investigadora de sus autores, junto con otro holístico, cualitativo e integrador que pone en relación los tres aspectos a los que antes se aludía: el TFG como eje en el que confluyen las Competencias, el Entorno Personal de Aprendizaje, y lo Digital y los Contextos de Movilidad.

Entre sus principales aportaciones y motivos de discusión, se encuentra la consideración, mucho más importante que los resultados reales del TFG, de los métodos y dinámicas para realizarlo; la función aquí del profesor universitario, que evoluciona de docente a mentor, y el papel autónomo y central del estudiante en su consecución. Derivado de lo anterior, se considera el Trabajo Fin de Grado como una de las primeras y relevantes prácticas de la educación a lo largo de la vida.

Palabras clave: Trabajo Fin de Grado - Competencia Digital - Entorno Personal de Aprendizaje - Contextos de Movilidad - Comunicación

LA PLANEACIÓN DE UNA CLASE DE HISTORIA POR ESTUDIANTES NORMALISTAS

AUTORES

Maricarmen Cantú Valdez y César Morado Macías

Universidad Autónoma de Nuevo León y Unidad Ajusco (México)
maricarmen.cantuvldz@uanl.edu.mx y cesarmorado614@gmail.com

La práctica de planeación de clases es una actividad común durante la formación del futuro docente de educación básica; pues a través de esta fase previa a la práctica docente, el estudiante normalista pone en juego los aspectos teóricos de la práctica docente y de la didáctica de las distintas áreas del conocimiento que ha adquirido. Luego de haber transitado 2 años de estudios de educación normal de la licenciatura en educación primaria, y cursado las tres asignaturas de la línea curricular de Historia ¿cuáles serían los elementos básicos que deben evidenciarse en una planeación de clase para educación primaria?; en especial con respecto a la enseñanza de la Historia. En los planes de estudio en la formación inicial docente, el modelo de educación histórica que se promueve se basa en la investigación histórica, la aplicación de procesos de indagación (conceptos de segundo orden) y el uso de fuentes históricas primarias con la finalidad de favorecer el desarrollo del pensamiento histórico.

A fin de identificar algunos rasgos que den cuentas de los aprendizajes que han adquirido los estudiantes normalistas se presenta un análisis de los planes de clase elaborados por estudiantes, considerando el marco de análisis de Zabala Vidiella: secuencia de actividades, organización social, organización de contenidos, materiales curriculares y criterios de evaluación. Interesa conocer desde la planeación qué elementos propios para el aprendizaje en educación básica de la disciplina incorpora el futuro docente en formación, de acuerdo a plan de estudios.

A partir de la evidencia, se establece la existencia de prácticas en el aula alejadas para favorecer el pensamiento histórico, el uso del libro de texto y de fuentes secundarias, y la ausencia de prácticas dirigidas a la investigación histórica y aplicación de los conceptos de segundo orden. Por lo que se visualiza diversos retos para los docentes normalistas. Uno de ellos, el tránsito del establecimiento de formatos para la planeación de clases donde difícilmente el estudiante normalista puede percatarse o poner en juego las diferencias didácticas para la enseñanza de las diferentes asignaturas.

Palabras clave: Formación del profesorado - Preparación de clases - Educación histórica - Educación normal

MEJORAS EN EL MÉTODO DE APRENDIZAJE EN AGRONOMÍA MEDIANTE LA ELABORACIÓN DE ENCUESTAS A LOS AGRICULTORES

AUTORES

Rafael Cañero León, Francisco Javier Suárez Medina y María Dolores Suárez Medina
Universidad de Almería y Universidad de Granada (España)
rleon@ual.es, fjsuarez@ugr.es y dsuarez@ual.es

La participación activa de los alumnos en los procesos de enseñanza es necesaria para que sean capaces de afrontar dificultades y resolverlas por sí mismos, integrando conocimientos adquiridos y resolviéndolos de forma práctica. Actualmente hay múltiples recursos que pueden ser utilizados para la enseñanza y el aprendizaje. Es necesario encontrar actividades interesantes y adecuadas para utilizar en la actividad diaria de clase que proporcionen al estudiante la motivación necesaria para continuar con el estudio de las asignaturas, y al mismo tiempo permitirle poner en práctica los conocimientos y las competencias que va adquiriendo. Por otra parte, en el proceso de aprendizaje es fundamental centrarse en cuestiones próximas a nuestro entorno, basadas en datos reales, sobre situaciones de la actividad cotidiana, con el fin de facilitar una aproximación realista a la sociedad actual.

Una de las formas de llevar a cabo esta labor es la realización de encuestas a los empresarios agrarios por parte de los alumnos. Se trata de utilizar una metodología didáctica que ayude a desarrollar el pensamiento crítico, facilite la capacidad para resolver problemas y ganen autonomía al depender de ellos mismos la realización de las diferentes tareas.

En años anteriores se ha evaluado esta metodología docente con resultados positivos. Durante la realización de las encuestas los alumnos han desarrollado su espíritu crítico, que les ha permitido obtener conclusiones a partir de las encuestas. Con esta actividad se logró reducir el número de suspensos y aumentó de forma significativa el interés de los alumnos por la asignatura. Los alumnos valoraron muy positivamente este tipo de aprendizaje autónomo e independiente. Los resultados finales mostraron que habían desarrollado la capacidad de observación, razonamiento y pensamiento crítico.

Sin embargo, algunos aspectos debían ser mejorados: los alumnos debían aprender a exponer mejor los resultados y conclusiones de su trabajo. Otro problema es que en los primeros cursos todavía no se ha desarrollado bien la estrategia de trabajo en grupo. Es, por lo tanto, muy importante el trabajo de los profesores para lograr estos objetivos que en los primeros intentos no se han conseguido. Es necesario, por lo tanto, un buen asesoramiento de los alumnos para que ellos solos sean capaces de realizar el trabajo en todas sus fases; sobre todo mejorar el trabajo en equipo de los alumnos y la adecuada preparación de la exposición de sus resultados.

Palabras clave: Agricultores - Encuestas - Invernaderos - Debates - Trabajo en grupo

SOBRE LA RELEVANCIA DE LA ENSEÑANZA DE LA HISTORIA EN LAS ESCUELAS DE ARQUITECTURA, Y SU METODOLOGÍA.

COMPOSICIÓN 4: UN CASO DE ESTUDIO

AUTOR

Guillem Carabí Bescós

Universitat Internacional de Catalunya en Barcelona (España)

carabi@uic.es

Desde unos tiempos en los que la inmediatez, lo estrictamente contemporáneo, lo novedoso y la velocidad del dato instantáneo bloquea en no pocas ocasiones el interés hacia el pasado, lanzar un alegato en pro del estudio de la historia, sin especificar derivadas, no es algo que debiera ser marginal sino estrictamente necesario. Una historia —múltiple, escurridiza, desarticulada por cuanto no constituye un camino interpretativo lineal— y que desea declararse en contra del *historicismo* —acumulativo, unidireccional.

Una primera observación: no existe *historia de*, sino de forma instrumental. Cualquier aproximación a *la historia* debería ser entendida en su sentido más transversal, interseccionando e interactuando con el resto de las diferentes disciplinas artísticas, técnicas, sociales, culturales, económicas, políticas, etc., para construir una historia *integral*. Una Historia del arte y la arquitectura en una escuela de arquitectura no debería sólo hablar de arquitectura sino conjugarla como moneda de cambio para construir un discurso completo.

Segundo asunto: por *integral* no debemos entender historia absoluta, sino la que se muestra capaz de recoger aquellos instantes multidisciplinares cuya narrativa son de uso imprescindible para relacionar unos hechos, siempre inestables, siempre prestos a ser motivo de duda, herramientas de quien construye en cada momento *su* historia. Decir que la historia del arte y la arquitectura es —o debería ser— únicamente transversal equivale a abandonar definitivamente —como nos recuerda Fontana a través de las palabras de Prigogine— el mito del conocimiento completo (Fontana, 1992): el movimiento ya no es unidireccional, ya no enfoca hacia un único desenlace sino que se dispara en múltiples puntos de vista que conviene recomponer. Cada *historia*, así, deberá ser parcial y subjetiva. Una historia a contrapelo.

¿Cómo afrontar, pues, esta disciplina en el marco de un grado de arquitectura, cuya dirección se cuestiona desde el momento cero de su estudio, cuyo origen es incierto, cuya dirección es errática y cuya evolución no es visible?

La comunicación tiene como objetivo, a través de un caso de estudio concreto, la asignatura de composición 4 en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de la Universitat Internacional de Catalunya, exponer una metodología que ha tratado y trata de afrontar con eficacia la actualización de la enseñanza de la historia del arte y la arquitectura, llamada composición, con un claro objetivo: “Hay que ensayar una mirada en la que la arquitectura esté en proceso de formación, en proyecto. Mirar debe equivaler a proyectar de nuevo el edificio, sin arqueología, sino siendo un edificio de nuestro tiempo y de aquél en que fue edificado” (Quetglas, 1998).

Palabras clave: Historia – Arquitectura – Composición – Docencia - Aprendizaje

PROYECTO UNIMET EN LÍNEA: PLAN ESTRATÉGICO EN LA CREACIÓN DEL CAMPUS VIRTUAL Y PRODUCCIÓN DE MOOC

AUTORAS

Natalia Castañón Octavio y María Elena Del Valle
Universidad Metropolitana (Venezuela)
ncastanon@unimet.edu.ve y mvillalba@unimet.edu.ve

En el ámbito educativo, es evidente la necesidad de responder eficientemente a las demandas de una sociedad cambiante y globalizada como la que se presenta actualmente. La formación en línea supone la creación de espacios o campus virtuales en instituciones de educación superior. Es así como la Universidad Metropolitana propone el proyecto de Unimet en Línea, es decir, la salida del campus virtual de la institución. Cuando se refiere a la creación de un campus virtual son infinitas las referencias bibliográficas e información al respecto. Sin embargo, para efectos de este artículo se abordarán dos aspectos claves: *plan estratégico*, pues indica los pasos a seguir para poder hacer realidad una idea y *campus virtuales* y *Mooc*, pues es la tendencia actual especialmente siendo una iniciativa que comenzó en Estados Unidos ganando mucha visibilidad y despertando interés en Europa.

En este sentido, el presente artículo tiene como objetivo exponer la experiencia gerencial, a través de un plan estratégico como herramienta de organización, la creación del campus virtual de la Universidad Metropolitana en conjunto con la producción de MOOC.

Con relación a la metodología de la investigación, se empleó una investigación descriptiva con un diseño no experimental, ya que se utilizará como herramienta el Plan Estratégico que describirá las variables del presente estudio. Las variables consideradas con relación al campus virtual y la producción de Moocs están relacionadas a los elementos de un plan estratégico: el sector, mercadeo, proceso de producción, aspectos tecnológicos, organización, viabilidad financiera y aspectos legales.

El resultado de este estudio permitió concretar el campus virtual de la Universidad Metropolitana (*Proyecto Unimet en Línea*) a través de la creación de una plataforma educativa dirigida a hispanoparlantes, ofreciendo cursos cortos, estandarizados y gratuitos: enlinea.unimet.edu.ve. En conclusión, el aporte de este estudio permitirá a otras universidades iniciar y concretar la creación de campus virtuales, lo cual responde a la tendencia mundial.

Palabras Clave: Campus Virtual – *Mooc* – *eLearning* – LMS - Plan Estratégico

FOROS VIRTUALES COMO MEDIO DE DISCUSIÓN: HERRAMIENTAS EVA PARA EL FOMENTO DEL APRENDIZAJE COLABORATIVO

AUTORES

Cristina Castillo Rodríguez y José María Díaz Lage
 Universidad Internacional de La Rioja (España)
cristina.castillo@unir.net y josem.diaz@unir.net

Las herramientas tecnológicas emergentes han favorecido de una forma espectacular el desarrollo del aprendizaje colaborativo en modalidad online (o lo que se viene llamando *c-learning*). Entre la tecnología emergente actual, el foro virtual despunta como herramienta tecnológica dentro de un Entorno Virtual de Aprendizaje (EVA) que permite al usuario —en nuestro caso, estudiantes de grado— participar de forma activa en una discusión online de forma asíncrona.

El foro virtual podría definirse, en líneas generales, como aquel espacio de comunicación en torno a un tema particular en el que los participantes reflejan por escrito sus opiniones o experiencias sin necesidad de estar conectados de forma simultánea; de ahí su carácter esencialmente asíncrono.

De todos es sabido que el uso del foro virtual conlleva multitud de ventajas, entre las que podríamos resaltar, por ejemplo, el fomento del debate y la comunicación, el desarrollo de las habilidades sociales y el refuerzo y mejora del aprendizaje colaborativo, entre otros muchos beneficios. De estas ventajas se deduce que la **comunicación** es uno de los puntos clave del foro y, por ende, saber expresarse con corrección es otra de las habilidades paralelas que todo usuario debe tener en cuenta a la hora de utilizar el foro, aunque sea un espacio que no conlleva un grado extremo de formalidad. No obstante, si a estas premisas le añadimos que el foro virtual es una de las herramientas de aprendizaje y comunicación en asignaturas impartidas íntegramente en lengua extranjera, en nuestro caso, inglés —de la que los usuarios-estudiantes no son nativos—, afloran las dificultades para un uso correcto, estilísticamente hablando, de la lengua.

En este trabajo se analizará un corpus de estudiantes (*learner corpus*) compilado a partir de las producciones escritas en dos foros de la asignatura *ICT Tools Applied to the Learning of English Language* del Grado de Maestro en Educación Infantil de la Universidad Internacional de La Rioja durante los cursos 2013-2014 y 2014-2015. Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente concedido en la propia universidad que lleva por título “Análisis de patrones de errores gramaticales, estilísticos y de léxico en lengua inglesa a partir de producciones escritas de inmigrantes digitales”, y tiene dos objetivos fundamentales. En primer lugar, pretende analizar el grado de participación de los alumnos en este tipo de foros-debate creados como parte de las actividades de carácter evaluativo. Y, en segundo lugar, pretende centrarse en un aspecto muy concreto del uso del foro por parte de los estudiantes, esto es, las fórmulas convencionales de despedida (como formas de estrategias de cortesía) empleadas por los mismos, para mostrar si existe coherencia o no en la macroestructura de las intervenciones.

Palabras clave: *Learner corpus* – Lingüística de corpus – Foro – Lengua inglesa – Fórmulas de despedida

INNOVANDO EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA DE ECONOMIA DE LA EMPRESA A TRAVÉS DEL MÉTODO DEL CASO

AUTORA

Yolanda Chica

Universidad del País Vasco (España)

Yolanda.chica@ehu.es

En este artículo se describe la experiencia en la aplicación del Método del Caso en la asignatura de Economía de la Empresa: Introducción. Decir que se trata de una asignatura de primer curso común y obligatoria para todo el alumnado que cursa alguno de los cinco grados que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Bilbao de la Universidad del País Vasco UPV/EHU, a saber, Grado en Administración y Dirección de Empresas, Grado en Economía, Grado en Marketing, Grado en Finanzas y Seguros y Grado en Fiscalidad y Administración Pública.

Cabe destacar que esta metodología se implementó durante el curso académico 2010/2011, curso en el que tuvo lugar la implantación de las Enseñanzas Oficiales de Grado en esta Universidad. En el artículo se detalla el contexto en el que tuvo lugar la implementación del Caso, caracterizado principalmente por grupos de en torno a 100 alumnos/as, también se resumen las actividades que se desarrollaron a través del mismo, y por último, se presentan los resultados principales obtenidos de un cuestionario de opinión que sobre esta metodología se pasó al alumnado participe de esta experiencia. A modo de conclusión, también se recoge la valoración global del profesorado una vez finalizada la aplicación del Caso.

La experiencia a que nos referimos en este artículo se llevó a cabo mediante la implementación del Caso “¿Kukuxu... qué?: Emprendedores contra corriente”, Caso que realizamos dentro del Programa de Formación del Profesorado en Metodologías Activas de Enseñanza ERAGIN, de la Universidad del País Vasco, UPV/EHU (Garmendia y Guisasola, 2014).

Palabras clave: Método del Caso - Docencia Universitaria - Innovación Educativa

MIEDOS Y RETICENCIAS ANTE EL ABP EN CONTABILIDAD: LA ZONA DE CONFORT

AUTORES

Javier Corral Lage, J. Iñaki De la Peña, Sonia García Delgado, Izaskun Ipiñazar Petralanda y Noemí Peña Miguel

Universidad del País Vasco (España)

javier.corral@ehu.es; sonia.garcia@ehu.es; jinaki.delapena@ehu.es; izaskun.ipinazar@ehu.eus y noemi.pena@ehu.es

La Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea a lo largo de estos últimos años ha impulsado la implementación de metodologías de enseñanza activas en las asignaturas que se ofertan en sus grados, promoviendo la utilización de las mismas en el entorno estudiantil. Desde el año 2007 y hasta el curso 2013/2014, más de 1559 profesionales de un total de 4.177 se han formado a través de diversos programas. Entre ellos profesores de la asignatura Contabilidad Financiera Superior en el contexto del Grado en Administración y Dirección de Empresas (GADE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Bilbao, que conscientes de este cambio, intervenimos en la adaptación de parte de los materiales docentes. Todo ello con el fin de poner en marcha la implementación de metodologías activas a partir del curso 2012/2013 mediante la utilización de la metodología Aprendizaje Basado en Problemas (ABP).

El objetivo de este trabajo es dilucidar cómo la conocida “zona de confort” es el principal óbice a la hora de implementar la metodología Aprendizaje Basado en Problemas (ABP). A través de un proceso empírico, se trató de averiguar qué implicaciones supusieron la utilización de ambas metodologías y sistema docente tradicional, en los dos agentes principales del proceso: el alumnado y el profesorado. Se testaron las opiniones del alumnado mediante encuestas y la del profesorado a través de grupos de discusión.

Del análisis de los resultados se demuestra que la resistencia al cambio, en el caso del profesorado, y los miedos y dificultades para dar a conocer sus opiniones por parte de los alumnos y alumnas universitarios, son la causa principal que dificulta la materialización del método ABP en las aulas.

Palabras clave: ABP - Metodología activa - Contabilidad - Zona de confort - Enseñanza - aprendizaje

IMPLEMENTACIÓN DE CARTAS DE CONTROL COMO UNA NUEVA FORMA PARA LA MEJORA DOCENTE

AUTORES

Isidoro Iván Cuesta Segura y Jesús Manuel Alegre Calderón

Universidad de Burgos (España)

iicuesta@ubu.es y jalegre@ubu.es

El control estadístico de procesos es una herramienta potente para conseguir la estabilidad en un proceso productivo y mejorar su capacidad mediante la reducción de la variabilidad, ya que el producto final debe cumplir unos requerimientos y debe ser producido por un proceso estable y repetible. En este sentido existen diversas herramientas para tal fin, una de ellas son las cartas de control que se pueden definir como una técnica on-line de monitorización o seguimiento del proceso, que proporcionan información útil para mejorar el proceso y que permiten detectar causas asignables. La cuestión que inmediatamente aflora es si este tipo de técnicas se pueden extrapolar para el control y seguimiento de la innovación y mejora docente en la Educación Superior.

El presente trabajo pretende implementar dichas cartas de control como una nueva forma para la mejora docente, de modo que se puedan detectar posibles desviaciones en los resultados académicos del alumnado o en alguna asignatura en concreto de un plan de estudios. El trabajo se llevará a cabo en dos fases, una primera fase de generación de la carta o cartas de control y una segunda fase en la que se aplicarán las cartas de control sobre los datos que se deseen analizar.

Palabras clave: Cartas de control - Mejora docente - Control estadístico

APRENDIZAJE EN SERVICIO: UNA EXPERIENCIA APLICADA EN UN CURSO DE INVESTIGACIÓN DOCTORAL

AUTORA

Marilis Cuevas Torres

Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico (Puerto Rico)

marilis_cuevas@puopr.edu

Agradecimientos a Militza Marrero Batista, Ingrid Moreno Cedeño, Eneida Santini Green, José Valentín Santana y Aidin Ocasio Pérez quienes colaboraron en el desarrollo de esta experiencia educativa.

Compartiremos las experiencias de un curso de investigación aplicada a nivel doctoral en el área de Psicología Industrial Organizacional (PIO), diseñado bajo la modalidad de aprendizaje en servicio. El aprendizaje en servicio se define como una experiencia educacional en que los estudiantes participan en servicio a la comunidad. Este proceso incluye que los estudiantes reflexionen sobre la forma en que se involucra el contenido del curso y de la disciplina con las necesidades sociales de la comunidad, fomentando a su vez un sentido de responsabilidad cívica (Bringler y Hatcher, 1977 en Osborne). El aprendizaje en servicio crea una oportunidad de aprendizaje para los estudiantes, mientras sirve a las necesidades de una comunidad, grupo, agencia u organización (Kretchmar, 2001).

Los objetivos del curso de investigación fueron diseñados para que los estudiantes al finalizar su experiencia fueran capaces de desarrollarse a nivel cognitivo, psicomotor y afectivo. Durante el curso elaboramos un proyecto de investigación acerca de los elementos que promueven la motivación del voluntariado en organizaciones no lucrativas. Como producto práctico de la experiencia, desarrollamos un taller con el objetivo de contribuir a los miembros voluntarios de la organización en términos de liderazgo y trabajo en equipo, conceptos claves en el campo de la Psicología Industrial Organizacional. El tema del liderazgo estuvo enmarcado dentro de la teoría de liderazgo transformacional, enfatizando en el líder comunitario como un ente capaz de inspirar a otros en ayudar a atender las necesidades de una comunidad. El componente del trabajo en equipo estuvo dirigido a fortalecer la visión de que se necesitan colaboradores para poder cumplir con la misión organizacional. A partir del análisis de la información recopilada, recomendamos prestar atención a diversas acciones que puede llevar a cabo la organización para continuar fomentando la motivación y sentido de pertinencia de sus voluntarios. En ese sentido se aplicaron los conocimientos de diagnóstico organizacional, base en las competencias de cualquier psicólogo industrial organizacional.

El curso mediante su diseño permitió explotar la capacidad de los/as estudiantes. Las actividades desarrolladas permitieron cumplir con tareas que cubrieron la totalidad de los objetivos del curso. Los/as estudiantes pudieron trabajar a nivel individual y de equipo las destrezas de pensamiento crítico e investigación requeridas, así como enfrentarse a situaciones para aplicar su juicio ético. Además de la transformación del alumno, el profesor también tiene experiencias distintas al salón de clase tradicional. Tanto los estudiantes como el docente, durante el proceso de enseñanza-aprendizaje investigan, analizan, critican, repiensen, contemplan y se comunican en los términos del tema en el cual se trabaja.

Palabras clave: Enseñanza- Aprendizaje - Investigación aplicada - Desarrollo de currículo - Experiencia de posgrado - Vinculación comunitaria

ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS Y LA MOTIVACIÓN DE LOS ESTUDIANTES EN LA DISCIPLINA DE TRABAJO SOCIAL

AUTORES

Laura Domínguez de la Rosa, María del Carmen Rodríguez Martínez, Jesús Molina Gómez y Javier Pérez-Aranda

Universidad de Málaga (España)

ldominguez@uma.es, marrodmar@uma.es, jmolinag@uma.es y jpereza@uma.es

Este trabajo forma parte de un proyecto de innovación educativa financiado por la Universidad de Málaga (UMA) y donde se analiza la relación que existe entre la metodología de Aprendizaje Basado en Problemas (ABP) y la motivación del alumnado. El proyecto se realiza en distintas áreas de conocimientos (ciencias de la salud, ciencias sociales, ciencias económicas y jurídicas).

Los pilares de fundamentación metodológica para el binomio enseñanza-aprendizaje, según el Espacio Europeo de Educación Superior, tienen que estar orientados hacia un proceso de acción-reflexión-acción. Por lo tanto, se ha considerado el ABP como una metodología de enseñanza que favorece este tipo de aprendizaje y refuerza el aprendizaje grupal y autónomo de los estudiantes. Así, se les ofrece a los alumnos las competencias necesarias para ser capaces de identificar las distintas necesidades y problemas que generan situaciones reales y concretas relacionadas con el contexto profesional. Entendemos que tanto las ciencias sociales como las ciencias económicas, jurídicas y de salud cuentan con disciplinas que requieren de conocimientos que no solo el estudiante puede adquirir mediante la asimilación de conceptos y teorías. De esta forma, se considera necesario que el alumnado aprenda mediante la búsqueda de respuestas y soluciones a posibles problemas a los que profesionalmente se podrá enfrentar. De acuerdo con Bas (2011) el ABP juega un papel fundamental en la motivación del alumnado. En este sentido, permite fomentar la creatividad, la reflexión crítica y la toma de decisión por parte de los mismos.

La finalidad del presente estudio es mostrar los resultados de las experiencias de ABP en la disciplina de Trabajo Social. Se analizó las actividades que realizaron los estudiantes que en el segundo semestre del curso académico 2013/2014 cursaron la asignatura de Trabajo Social con Grupos en la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo de la UMA. Se prestó especial atención a cómo estas actividades influyen en la motivación de los estudiantes. De este modo, se les informa, al inicio de la asignatura, que durante el desarrollo de la materia se realizará una investigación orientada a explorar la relación entre la metodología de aprendizaje y su nivel de motivación en cada una de las actividades. Así, al inicio y al final del periodo lectivo se proporcionó el cuestionario MSLQ con el objeto de conocer la motivación que los alumnos tenían de la materia antes y después del uso de esta metodología.

Los resultados indican que existen diferencias significativas en la motivación y la percepción de dicha asignatura por parte de los estudiantes después de aplicar la metodología ABP. Se demuestra cómo el ABP es una herramienta metodológica que nos ofrece el soporte necesario para constituir un aprendizaje activo, cooperativo, motivacional y enfocado al desarrollo de competencias.

Palabras claves: Aprendizaje basado en problemas - Motivación - Trabajo Social

TÉCNICAS DOCENTES PARA LA COORDINACIÓN EN ANDALUCÍA TECH

AUTOR

Enrique Domínguez Merino
Universidad de Málaga (España)
enriqued@lcc.uma.es

La coordinación del equipo docente es una de las tareas clave e indispensable para la correcta consecución de las competencias específicas y transversales recogidas en el plan de estudios. En la mayoría de los casos, el desarrollo de una competencia implica a varias asignaturas de diversos cursos. Una vez establecidas estas asignaturas, la coordinación entre los profesores de dichas asignaturas es imprescindible para, por ejemplo, decidir a qué nivel se abordará y evaluará dicha competencia en cada asignatura. Este tipo de coordinación se la conoce como coordinación docente vertical o transversal.

Por otro lado, para la consecución de las competencias asignadas a cada asignatura, cada profesor o equipo docente diseña un conjunto de actividades (evaluables en su mayoría) para que el alumno participe de forma activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje. En este punto, también es necesaria la coordinación entre los profesores de un mismo curso que imparten sus asignaturas en el mismo periodo. Esta denominada coordinación horizontal se realiza principalmente para distribuir la carga de trabajo exigida a los estudiantes de una manera lo más uniforme posible.

Para abordar las necesidades de coordinación entre el profesorado, todos los centros educativos han diseñado en mayor o menor medida un Plan de Coordinación Docente para sus titulaciones. Dichos planes suelen partir de previas experiencias o proyectos pilotos en el marco de implantación de créditos ECTS, en cuyas memorias de grado se contemplaban una serie de actuaciones para la coordinación vertical y horizontal de las competencias establecidas.

Además de estos tipos de coordinación (vertical y horizontal), en este trabajo queremos destacar una coordinación fundamental que requiere de un mayor esfuerzo cuando una misma asignatura es impartida por un equipo docente en una o varias titulaciones. Este tipo de coordinación interna (por asignatura) ha adquirido una mayor importancia en los últimos años debido a la deslocalización de los grados en los campus con diversas sedes.

En este trabajo se aborda la problemática de este último tipo de coordinación interna o por asignatura dentro del campus de excelencia internacional Andalucía Tech, en el cual se imparten actualmente seis titulaciones conjuntas. De este modo, se presenta la experiencia llevada a cabo en diversas asignaturas de distintas titulaciones de grado conjuntas, identificando las fortalezas y debilidades detectadas del actual plan de coordinación, proponiendo finalmente nuevas técnicas docentes de coordinación.

Palabras clave: Coordinación docente – Metodologías docentes – Técnicas de coordinación

UM FRAMEWORK CONCEITUAL PARA PLANEJAMENTO DIDÁTICO EM CURSOS DE COMPUTAÇÃO: UM MODELO BASEADO NOS TIPOS PSICOLÓGICOS E TEMPERAMENTOS

AUTORES

Paulo César dos Santos e Ítalo Santiago Vega
Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
paulo.santos@ifsuldeminas.edu.br e italo@pucsp.br

A realização deste trabalho foi possível devido ao apoio recebido em diversas instituições as quais agradecemos, IFSULDEMINAS, CAPES, PUCSP, TIDD, GEMS e LabSoft.

A área acadêmica em computação enfrenta vários desafios, dada a importância da mesma e a inserção nas demais áreas de conhecimento. No Brasil é crescente a demanda por vagas em cursos de graduação em computação, faz-se necessário investir esforços para obtenção de melhorias na qualidade dos processos de ensino, disponibilizados pelas instituições de educação. Este artigo tem origens em uma pesquisa acadêmica que se realiza em uma instituição de ensino superior pública brasileira e visa melhorar determinados aspectos no processo de ensino-aprendizagem em curso de graduação em computação.

O objetivo deste artigo é descrever a proposição e validação de um Framework Conceitual (FC), para apoiar o processo de planejamento didático de disciplinas em cursos de computação. O framework oferece diretrizes para que professor planeje, considerando as características dos tipos psicológicos e temperamentos dos aprendizes, que serão previamente identificadas por meio de inventários. No âmbito dos fatores psicológicos e temperamentais são consideradas as pesquisas e teorias de Jung, Myers e Briggs, Keirsey e Bates. A partir da identificação das referidas características, e o uso do FC, o docente elabora estratégias para: ensino, avaliação da aprendizagem e a avaliação da qualidade da própria regência.

O FC é composto por recursos de Design Instrucional (DI) e possibilita apoiar professores em atividades que visam: a) selecionar e elaborar materiais didáticos, considerando a aprendizagem adaptativa e significativa; b) selecionar e ou elaborar técnicas de ensino para aplicação individual ou em grupos; c) aplicar métodos para avaliação de aprendizagem, considerando a taxonomia de Bloom, e tipos de avaliação diagnóstica, somativa e formativa; d) avaliar a qualidade da regência e aplicar ações para melhoria da mesma, com o uso de conceitos de *Plan, Do, Check, Action* (PDCA).

Palavras Chave: Framework Conceitual - Didática - Tipos Psicológicos - Ensino em Computação - Design Instrucional

COMPETENCIAS DIGITALES PARA LA INCLUSIÓN SOCIAL

AUTORA

Erika Teresa Duque Bedoya

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

erika.duque@unisabana.edu.co

El ritmo de la Sociedad del Conocimiento evidencia la importancia de adquirir competencias digitales que no solo se circunscriben en el uso de herramientas sino en habilidades para usar adecuadamente la información, transformarla después en conocimiento, compartirlo y abordar un aprendizaje para la vida. Sin embargo existe el peligro de encerrarse en una “burbuja digital” que quizás permita compadecerse del “otro” pero no actuar en beneficio de los demás, ni interesarse por las realidades sociales, quizás muy cercanas y agrandar la individualidad en los jóvenes. En este sentido las estrategias de inclusión social aplicadas al aprendizaje de las competencias digitales permiten sensibilizar sobre las realidades sociales, involucrarse y participar en soluciones a través de la tecnología.

Esta inquietud surgió durante la impartición de la materia Competencias Básicas Digitales (CBD) para estudiantes de pregrado, quienes desarrollaron proyectos de inclusión social mediados por TIC utilizando la metodología de aprendizaje por proyecto (APP) para estudiantes de colegios públicos que presentan dificultades de convivencia, del Municipio de Chía (Colombia). El aprendizaje por proyecto es una metodología que desarrolla habilidades para la interpretación, estudio y proposición de soluciones para fenómenos concretos basados en la realidad. La materia Competencias Básicas Digitales es transversal y pretende desarrollar las competencias a través del desarrollo de cinco dimensiones: informacional, comunicativa, ciudadanía digital, tecnológica y cognitiva.

Estas acciones convergieron en un estudio cualitativo descriptivo-reflexivo aplicado sobre los estudiantes tanto de pregrado como colegio, sobre los que se han aplicado entrevistas y el análisis del material digital elaborado sobre las experiencias. Este estudio es una reflexión sobre la articulación entre la inclusión social y la mediación de las TIC, concretamente sobre en adquisición de las competencias digitales, para entender mejor el concepto de ciudadanía digital. Tiene los siguientes componentes: **la inclusión social como motivante de la humanización tecnológica**, la cual es una reflexión sobre el uso de la tecnología partiendo desde el concepto de persona humana, **las competencias básicas digitales como potencializadoras de la inclusión social** que analiza las potencialidades de las TIC y su aprovechamiento para la inclusión social teniendo en cuenta la posibilidades multimedia y los estilos de aprendizaje, **reflexiones alrededor de la ciudadanía digital** y finalmente los **hallazgos sobre el ejercicio** que consisten en la sistematización de experiencias de aula con el fin de describir prácticas, lecciones aprendidas y productos digitales que puedan ser replicados en otros contextos.

Palabras clave: Inclusión social – Ciudadanía digital - Aprendizaje por proyecto - Competencias digitales

LA FORMACIÓN UNIVERSITARIA DEL DIRCOM EN RED. ANÁLISIS DE UNA EXPERIENCIA REAL

AUTORES

Ana María Enrique Jiménez, María Gabriela Madroñero y Estrella Barrio Fraile

Universidad Autónoma de Barcelona (España)

Anamaria.enrique@uab.cat, mariagabriela.madronero@uab.cat y estrella.barrio@uab.cat

En la actualidad, la Dirección de Comunicación es un ámbito del *management* que está más que consolidado tanto en el mundo profesional como en el académico. La Universidad Autónoma de Barcelona lleva veinte años formando a la figura del Dircom en el Máster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional (DCEI) en modalidad presencial, que desde hace más de una década se imparte además en versión on-line. Es en este tipo de enseñanza, la virtual, donde queremos poner el acento y analizar cómo son los procesos y flujos de interacción que permiten un correcto desarrollo del curso, así como la metodología y el sistema de evaluación que se llevan a cabo. Son diez años de experiencia lo que nos posibilita auditar los resultados y extraer conclusiones.

La formación mediante un entorno virtual favorece el aprendizaje interactivo y establece un cúmulo inmenso de posibilidades de relación y comunicación entre profesores y alumnos. Este tipo de enseñanza se basa especialmente en la creación de un espacio de comunicación y relación que permite a sus participantes intercambiar ideas, experiencias y conocimientos, superándose así los modelos tradicionales de enseñanza donde el profesor es quien tiene el conocimiento y el saber, para pasar a modelos basados en la participación e interacción de todo el grupo, donde no sólo se aprende del profesor sino también de los propios compañeros.

La formación on-line requiere, en primera instancia, de una plataforma virtual, que se convierte en el lugar de encuentro entre profesores y alumnos, siendo en ésta donde se imparte la totalidad de los contenidos y donde se establecen las interacciones pertinentes para el correcto desarrollo del curso. El Máster DCEI on-line se desarrolla a partir de la plataforma Moodle, la cual permite, por un lado, exponer normativas, contenidos didácticos y ejercicios a desarrollar (resolución de casos), y por otro, posibilita la interacción entre alumnos y profesorado a través de diversas herramientas como el correo, chat, foro, café virtual y cuestionarios on-line. Los materiales de estudio, así como las diversas actividades interactivas, son confeccionados y supervisados por el mismo tutor del módulo. De este modo, el autor de los contenidos es el mismo profesor que llevará a cabo la tutorización y evaluación de la materia. El aprendizaje es de carácter continuado y por tanto no sólo se tiene en cuenta la adecuada resolución de las actividades prácticas sino también la implicación y participación del alumno durante todo el Máster.

Creemos que el análisis de la idiosincrasia de este programa de formación permanente puede servir de experiencia y de orientación a nuevos desarrollos educativos en otras universidades.

Palabras clave: Dircom - Formación virtual – Máster

LA EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN POR COMPETENCIAS: VENTAJAS E INCONVENIENTES

AUTORA

María Teresa Espinosa Martín

Universidad Europea Miguel de Cervantes de Valladolid (España)

mtespinosa@uemc.es

La evaluación y calificación por competencias requerida en la educación actual, implica cambios significativos en los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Estos cambios se están llevando a cabo más de forma teórica que práctica, dado que la mayoría de los docentes no han adaptado los procesos de evaluación y calificación en la medida que se requiere.

Teniendo en cuenta su influencia en el modo de estudiar y por tanto de aprender del alumno, debemos poner especial atención en su planificación y ejecución.

En nuestro objetivo de mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje, hemos puesto en práctica una evaluación y calificación en competencias a lo largo de varios años y diversas asignaturas.

En este camino se han encontrado algunas dificultades, tanto académicas como administrativas o personales. La mayoría han sido solventadas con éxito y han posibilitado que podamos obtener conclusiones sobre los cambios que deben llevarse a cabo para mejorar el aprendizaje. Estos cambios pasan por concretar qué y cómo se debe evaluar, y utilizar herramientas adecuadas que cubran las necesidades de este tipo de evaluación y calificación, sin olvidar que antes y después de cada prueba de evaluación es necesario tener una comunicación adecuada y transparente con los alumnos.

Las ventajas superan con creces los inconvenientes, principalmente porque aumenta la motivación del alumno por la asignatura, disminuyendo el número de alumnos que abandonan la materia o presentan dificultades ante la misma, mejorando sus calificaciones y facilitando la adquisición de un mayor número de competencias en el estudiante, que proporcionará un desarrollo personal y profesional adecuados a las necesidades del individuo ante el dinamismo de la sociedad actual.

Palabras clave: Competencias - Evaluación - Calificación - Enseñanza - Aprendizaje - Calidad educativa

CHALLENGE AND IMPORTANCE OF IMPLEMENTATION OF INNOVATIVE PROJECTS AS AGENTS OF CHANGE

AUTORES

María José Fernández Maqueira, Javier Blanco Encomienda y María José Latorre Medina

Universidad de Granada (España)

tulatin@hotmail.com, jble@ugr.es y mjlator@ugr.es

We live in a changing era, in which man had never lived so closely with knowledge. Thus it seems paradoxical that in the first decades of the Twenty-First Century students do not feel the passion for learning, the passion that has moved the world through history and turned the human being into something unique and unrepeatable.

Through the bleak image projected by the mirror of our educational system we must make a broad and comprehensive debate about what we should change and how we want that change to be managed, who the players that should be involved in this transformation are and which goals we want to achieve. Although there are multiple answers, we focus on creativity and innovation. We think that change is possible and necessary for society, investing in the future project goal. If we are able to combine the appropriate tools for change, the flow of work of teachers and students, the commitment and the enthusiasm we could develop a school that contains the basic principles for which it was created: to improve the quality of the person.

In light of such evidence, in this research we are interested in deepening this issue and show the importance of a substantial and internalized change in the different educational agents, especially teachers. This change can only be done from training, creativity and innovative projects.

The incorporation of creativity and educational innovation in the classroom results in an increased motivation by students and, in most cases, the improvement of their academic performance. In this line, it is essential to work advisedly, analyzing and internalizing the attitudes that teachers should have in order to achieve a substantial change in mentality and philosophy of work.

Keywords: Innovation – Training – Creativity – Change – Teacher

COOPERACIÓN Y APRENDIZAJE POR PROYECTO EN EL PERIODISMO DIGITAL

AUTORES

Diana Fernández Romero y José Manuel Sánchez Duarte

Universidad Rey Juan Carlos (España)

diana.fernandez.romero@urjc.es y josemanuel.sanchez@urjc.es

La enseñanza y el aprendizaje del periodismo implican una continua adaptación al contexto digital definiendo nuevos perfiles profesionales con los que responder a una audiencia activa y móvil. El cambiante entorno comunicativo demanda una aplicación práctica de las enseñanzas oficiales a través de la producción de formatos y contenidos propios así como de su ejecución cooperativa por parte del alumnado. El siguiente artículo presenta los resultados del aprendizaje por proyecto en la asignatura “Periodismo Multimedia” del Grado en Periodismo durante el curso académico 2014-15. El objetivo de este trabajo se centra en identificar las potencialidades y deficiencias de esta metodología docente así como en definir las nuevas competencias exigibles al profesorado.

Palabras clave: Aprendizaje por Proyecto - Innovación - Cooperación - Periodismo Digital

EL POTENCIAL DE LOS JUEGOS PRESENCIALES COLABORATIVOS EN LAS CIENCIAS SOCIALES

AUTORES

Igor Filibi e Ixone Alonso

Universidad del País Vasco (España)

Igor.filibi@ehu.eus, ixone.alonso@ehu.eus

Los autores agradecen el apoyo del Grupo de Investigación 'Parte Hartuz', financiado por el Gobierno Vasco

En los últimos años se está asistiendo a un renovado interés por los juegos con fines educativos en el ámbito universitario en todos los campos, incluyendo las ciencias sociales (relaciones internacionales, economía, derecho, etc.). La ingente literatura producida muestra un acuerdo bastante amplio en torno a algunos puntos, como en lo referido a la motivación de los estudiantes o la capacidad de inmersión y su potencial para el aprendizaje. Otros aspectos, sin embargo, son más discutidos, como por ejemplo en lo referente a los modos de evaluar su impacto en el aprendizaje real.

Nuestra investigación se sitúa en unas coordenadas muy precisas de este inmenso debate. En primer lugar, dentro de la discusión sobre las ventajas e inconvenientes entre los juegos presenciales (cara a cara) y los juegos electrónicos, sin negar algunas apreciables ventajas de los juegos en formatos electrónicos, defendemos el uso preferente de los juegos cara a cara en las ciencias sociales, sobre todo debido a su mucho menor coste, mayor transparencia de la mecánica de juego, mayor facilidad para su análisis y mayor potencial para trabajar competencias como el trabajo en equipo, negociación, habilidades sociales o pensamiento crítico.

En segundo lugar, dentro de los juegos presenciales (cara a cara), se discutirán y valorarán las ventajas del empleo de los juegos de rol además de los juegos de tablero tradicionales. Ambos presentan ventajas que, cuando son conocidas y se incorporan adecuadamente en el diseño de los juegos, presentan un gran potencial educativo. En tercer lugar, dentro de la clasificación de los juegos educativos entre competitivos, cooperativos y colaborativos, mostramos el peligro de una cierta tendencia o moda que privilegia los juegos competitivos respecto a las otras variantes. En contra de lo sostenido durante mucho tiempo por la teoría de juegos, no sólo existen juegos competitivos o cooperativos (aquellos en los que es preciso alternar pautas cooperativas y competitivas). Se hará especial mención al valor educativo de los juegos genuinamente colaborativos, en los que todos los participantes comparten el destino del grupo, lo que resulta una herramienta idónea para mostrar las temáticas y problemas de los bienes públicos, identificación de problemas globales, bien común, etc.

A este respecto, en cuarto lugar, nuestro trabajo ofrece una reflexión sobre la capacidad de los juegos de contribuir a la sensibilización social, cultural y medioambiental. Algo que, junto a la capacidad colaborativa, ha demostrado ser una potente herramienta en la creación de grupos que buscan la transformación social, además de ser un elemento esencial de las sociedades democráticas. Esta ponencia ofrece tanto un repaso de la literatura sobre estas cuestiones, como una reflexión en base a la experiencia de los autores con estas herramientas en los últimos años.

Palabras clave: Juegos colaborativos- Ciencias sociales- Democracia - Transformación social

LA NARRATIVA BREVE COMO PRÁCTICA COLABORATIVA Y EXPERIENCIA INTERCULTURAL EN EL AULA

AUTORA

M^a Jesús Framiñán de Miguel
Universidad de Salamanca (España)
mjfm@usal.es

Esta propuesta pretende dar cuenta del diseño y resultados de un proyecto de innovación docente aplicado durante el curso 2014-15 en asignaturas optativas de Grado y de Máster del Departamento de Literatura española de la Universidad de Salamanca. La iniciativa parte del hecho de que la Facultad de Filología recibe un amplio número de estudiantes originarios de una gran diversidad de países, tanto europeos y asiáticos como iberoamericanos y norteamericanos. Este factor multi-cultural se ha utilizado para promover un proyecto que propicia el conocimiento e intercambio de tradiciones muy diversas entre quienes comparten estudios.

Se ha planteado integrar ese bagaje *natural* del estudiantado en una vía de aprendizaje, mediante una práctica que requiere su interacción efectiva en un trabajo colaborativo, realizado con el apoyo de una plataforma *moodle*. El resultado de dicho aprendizaje ha permitido incorporarlo como un caudal de conocimientos propios, en paralelo al temario oficial del plan de estudios, que de este modo no resulta ajeno a la propia experiencia cultural de los estudiantes. También se ha conseguido abrir una vía para insertar dicha diversidad cultural en el currículum académico de quienes cursan una titulación de estudios humanísticos.

El eje del proyecto ha tenido por fin confeccionar una antología elaborada por los propios estudiantes a base de recopilar los cuentos conocidos de su propia tradición folklórica, oral o popular, de sus respectivos países de origen y, en el caso de los españoles, de sus respectivas áreas geográficas de proveniencia. Así, en paralelo al desarrollo del programa oficial cursado en clase, que atiende a un recorrido diacrónico de la historia literaria y al trazado de una amplia tipología de relatos, se ha incorporado otro conjunto de textos, fruto del bagaje personal, pero también como resultado de un trabajo colectivo y de un proceso de sistematización, categorización y análisis de las *piezas* aportadas.

Tanto el corpus textual como su correspondiente organización han sido alojados por los propios ‘recopiladores’ en la plataforma *moodle* de la universidad. Digamos, si vale la analogía, que se ha propuesto una especie de trabajo de campo al modo de los folkloristas europeos clásicos, pero realizado no sobre el terreno, sino en soporte digital y en un ámbito didáctico-cultural. De la planificación, el proceso de elaboración, las pautas confeccionadas para el estudiantado, la metodología empleada y los recursos utilizados, se dará cuenta en el contenido de la oportuna ponencia, si es admitida la presente propuesta.

Palabras clave: Narrativa y auto-aprendizaje – Cuento y metodología activa de enseñanza – Práctica colaborativa en red y relato breve

LOS PROCESOS DE TUTORIZACIÓN EN LA MODALIDAD ONLINE DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

AUTORES

Vicente Gabarda Méndez, Ana Rodríguez Martín y M^a Mercedes Romero Rodrigo

Universidad Internacional de Valencia (España)

vgabarda@campusviu.es, ana.rodriguez@campusviu.es y mmromero@universidadviu.com

La presente comunicación persigue clarificar cómo se plantean los procesos de tutorización en los entornos virtuales de aprendizaje a partir del caso de una institución concreta y la percepción de los alumnos matriculados en dos de sus títulos oficiales con respecto a los procesos que enmarcan la tutorización.

La VIU, como Universidad Online Audiovisual que fundamenta su metodología en las Tecnologías de la Información y la Comunicación, se plantea la necesidad de reformular el concepto de tutoría, una necesidad que se deriva de las características que enmarcan el nuevo rol docente definido en estos entornos.

En este contexto, el método de recogida de información son los cuestionarios de satisfacción que los alumnos del Máster de Educación Secundaria y el Grado de Educación Primaria cumplimentan al finalizar sus asignaturas como parte del proceso de seguimiento de calidad de la institución. El propósito es conocer, por tanto, la percepción que tienen los estudiantes del proceso de realización que se les realiza a través de dos criterios fundamentales: la tutorización vinculada a aspectos docentes y de desarrollo de la materia y la tutorización en términos de atención, motivación y participación.

Los resultados arrojan que los alumnos perciben de un modo favorable el planteamiento de los modelos de tutorización que realiza la Universidad, siendo más valorados los aspectos de la tutoría ligados a cuestiones docentes y de desarrollo de la materia que el proceso de tutorización ligado a la atención, motivación y participación en los dos títulos. Igualmente, cabe subrayar que, en términos generales, la valoración de los estudiantes de Grado con respecto a los procesos de tutorización es ligeramente superior a la de los estudiantes de Máster.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación – Tutorización – Percepción del alumnado – Grado en Educación Primaria – Máster en Educación Secundaria

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS FIN DE GRADO USANDO CONGRESOS CIENTÍFICOS COMO HILO CONDUCTOR

AUTORES

Alfonso Gago Calderón y José Ramón de Andrés Díaz

Universidad de Málaga (España)

agago@uma.es y deandres@ctima.uma.es

La necesidad de realizar proyectos de Fin de Grado (PFG) dentro de los nuevos planes docentes busca ser un puntal en estos programas para el desarrollo de tan mencionadas competencias o metodologías que permitan un acercamiento entre el mundo académico y el mundo laboral. Sin embargo, la realidad es que en muchos casos esta actividad académica se convierte en un proceso de recopilación, en una gran parte teórica, de diversos conocimientos adquiridos a lo largo de sus estudios con lo que el éxito de este objetivo del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se puede considerar que en muchos casos es muy limitado.

En este proceso se simplifican en muchos casos muchos aspectos que tiene un valor muy importante para la formación de nuestros alumnos en este último paso de su etapa educativa:

- Participar en un proceso creativo, estableciendo el mismo los objetivos del proyecto. En muchos casos se trabaja con proyectos planificados completamente por su director.
- Interactuar de manera real con el mundo exterior a la universidad, más allá de buscar documentación en Internet. El alumno solo se relaciona de manera habitual con su director de proyecto que en muy habitualmente un docente universitario y puntualmente la evaluación de su proyecto en una exposición ante un tribunal formado por profesores de su misma facultad o escuela que ya le han dado clase previamente.
- Los criterios de evaluación de este tipo de trabajo son una cuestión muy discutida en revistas educativas y no hay un consenso claro en cómo abordar este punto.
- Los criterios de planificación de tiempo y trabajo los impone el alumno según sus criterios propios de conveniencia.

En este trabajo planteamos una metodología de trabajo que se ha aplicado hasta el momento en 7 PFG en el que el alumno si trabaje superando estas limitaciones mencionadas. Para ello se le propone tratar el desarrollo de su trabajo con el objetivo de presentarlo en plazo y forma a la convocatoria de un congreso científico de la materia. De este modo se genera un elemento de motivación para el estudiante, se establecen unas pautas de trabajo y plazos más propios del mundo profesional que los del universitario y una vinculación a una actividad social representativa. Del mismo modo el alumno obtiene una valoración de su trabajo que, analizada adecuadamente con su director, le debe servir como una referencia de evaluación más propia del mundo profesional.

La limitación que se puede argumentar contra esta metodología es el aspecto económico que conlleva la participación y asistencia al congreso. Sin embargo, los principales objetivos que son aprender la metodología para trabajar y preparar una aportación a este tipo de organizaciones y obtener las valoraciones de los revisores de su comité científico con implica gasto alguno. Además, en el caso de encontrar algún congreso de temática apropiada en la propia ciudad de nuestra Universidad hace que en muchos casos, acogiéndonos a las tarifas para estudiantes, los costes de la participación efectiva del alumno en el evento sea muy pequeña y la experiencia para el mismo mucho más completa y enriquecedora.

Palabras clave: Proyecto Fin de Grado - Congreso Científico - Competencias - EEES

LA VINCULACIÓN CON EL ENTORNO: COMO PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE. CASO UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MORELOS MÉXICO

AUTORES

Francisco García Matías y Erika Román Montes de Oca

Universidad Autónoma del Estado de Morelos (México)

fgarmat@yahoo.com.mx

El Sistema de Integración al Medio Rural (SIMR) es un modelo educativo teórico-práctico de formación de los estudiantes dentro de un esquema de participación comprometida con los procesos de desarrollo local (estancia), que alberga en sí un enfoque interdisciplinario, característico del programa de Ingeniería en Desarrollo Rural (IDR). (Plan de Estudios, 2008-2011).

El presente trabajo hace un estudio cuantitativo-cualitativo del curso Sistema de Integración al Medio Rural, donde de acuerdo al plan de estudio vigente (2011) los estudiantes deben desarrollar competencias específicas relativas a Interlocución. (Comunicación mediante la palabra de dos o más personas entre sí. Conversación, diálogo). Liderazgo (Condición de quien se encuentra a la cabeza o dirige un grupo) Visión holística (Compleja, integral, multifuncional, multimodal) Planeación prospectiva estratégica (Pensar o preparar una acción escrita para realizarla en el futuro) Es decir, se pretende obtener evidencias muestren que la meta de formar con las competencias señaladas se está logrando con el proceso docente educativo, y en vinculación con el entorno como lo plantea el PE. Respecto a las competencias estas “se entienden como la capacidad que tiene una persona de seleccionar, movilizar, gestionar sus disposiciones (habilidades, destrezas, actitudes y conocimientos) y los recursos materiales que se requieren para ejercer las habilidades o destrezas, o bien resolver problemas en un campo determinado, o satisfacer necesidades y cumplir interés en un contexto dado” (Modelo universitario, 2010:32 y 33).

La recogida de datos se llevó a cabo en la segunda generación, (2008-2012) casi a la totalidad de estudiantes por medio de técnicas cuantitativas como la observación y la encuesta, con un enfoque etnográfico que propone Woods (1987) y el estudio de caso de Stake (1999). Para el tratamiento de los datos obtenidos se usó el programa de Excel de office 2010, las variables de contraste fueron las competencias propuestas en el SIMR.

De ello se obtienen como ejemplo que se les solicitó opinión sobre la percepción positiva o negativa de formación en el SIMR a lo que el 40% considera que es muy buena, otro 40% mencionó que fue buena y 15% que fue suficiente. Por otra parte el 95% mencionan que el SIMR es indispensable en la formación como Ingeniero en Desarrollo Rural (IDR), de igual forma el 100% señala que se refuerzan valores y también se forman de manera integral. De la observación se obtiene que desarrollaron actividades de gestión de recursos ante instancias oficiales como vacunas y bacterinas para campañas zoonosanitarias, participaron en actividades educativas con estudiantes de nivel básico entre otras.

Palabras clave: Evaluación- Integral-Competencias - Vinculación

MARCA PERSONAL: APLICACIÓN DEL MAPA MENTAL AL ANÁLISIS DEL AUTOCONCEPTO, LA IMAGEN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA PERSONAL

AUTORAS

Eva García Montero y Marián de la Morena Taboada

Universidad Camilo José Cela (España)

egarmo@ucjc.edu y Mmorena@ucjc.edu

En múltiples estudios y obras relacionadas con la creación de marca personal se presta atención a las diferentes etapas para la construcción de la misma. Usualmente se plantea una primera etapa de autoconocimiento en la que el sujeto tiene a su alcance múltiples herramientas para detectar sus fortalezas, así como sus debilidades, y la oportunidad de convertir las segundas en las primeras. En este trabajo proponemos el uso o aplicación de una herramienta concreta en esta etapa de autoconocimiento: el mapa mental. Para ello, además del análisis teórico, hicimos una experiencia de aula en el curso 14-15 entre los alumnos del máster de Dirección de Comunicación Corporativa que gestiona el EAE junto a la Universidad Camilo José Cela.

El mapa mental como herramienta de análisis la planteó originalmente Toni Buzan. A grandes rasgos se trata de la plasmación de una serie de datos o información relacionada con un tema de una manera no lineal. El recurso a la simultaneidad, la asociación, así como las posibilidades gráficas del mapa mental lo convierten en instrumento idóneo para sacar las potencialidades del cerebro en su conjunto. Diseñar un mapa mental requiere de la participación del cerebro lineal, racional y del cerebro emocional o asociativo. Entendemos, por tanto, que utilizar este recurso para el análisis de nuestro concepto personal (“autoconcepto”) posibilitará una visión del mismo desde diferentes perspectivas y se aproximará a la complejidad del constructo.

El concepto de marca personal definido como el conjunto de atributos de cada individuo que le sirven para diferenciarse de los demás nos remite directamente a la percepción que los demás tienen de dichos atributos. No podemos considerar la marca personal de una manera aislada pues tiene su razón de ser en la percepción que tienen los demás. Así, lo importante en la construcción de la marca personal no es sólo sacar lo mejor de nosotros mismos, sino ser capaces de comunicarlo, que los demás nos valoren. De esta manera parece coherente que el análisis de nuestro autoconcepto se vea complementado con una investigación acerca de la imagen que tienen los demás de nuestros atributos. El recurso al mapa mental no nos constriñe en ese aspecto ya que el mapa mental como herramienta permite el análisis colaborativo de la información. En nuestro trabajo de campo se cogieron dos grupos de alumnos (43 y 39 alumnos respectivamente) se les dio formación teórico-práctica acerca de cómo construir mapas mentales, después se les pidió que analizaran su autoconcepto usando la técnica del mapa mental. Se les sugirió que contemplaran una serie de ramas básicas (fortalezas, debilidades, oportunidades,...) después, el mapa mental personal pasaba al resto de sus compañeros que lo iban complementando en función de la percepción que ellos tenían de los atributos que se planteaban, se trabajaba en grupos de 3 o 4 personas) finalmente se consensuaba en grupo cuál es atributo de imagen principal o cuál debería potenciarse para que lo fuese.

En conclusión, nuestra comunicación pretende poner de manifiesto la utilidad del mapa mental en el análisis del autoconcepto y la imagen que los demás tienen de nuestros atributos con el fin de construir de manera colaborativa nuestra marca personal.

Palabras clave: Imagen - Marca personal - *Branding* - Autoconcepto - Mapa mental

CREACIÓN Y UTILIZACIÓN DE APLICACIONES INTERACTIVAS COMO FÓRMULA DOCENTE EN EL AULA

AUTOR

Arnau Gifreu-Castells

Massachusetts Institute of Technology (EE.UU.) y Universidad de Vic (España)

agifreu@mit.edu

Este trabajo propone algunas estrategias de innovación docente a partir del uso de proyectos interactivos divulgativos en tres instituciones educativas (y contextos) específicas: la escuela (educación primaria), el instituto (educación secundaria) y la universidad (educación superior). En primer lugar, se realiza una introducción a los distintos paradigmas educativos, destacando las aproximaciones constructivistas y construccionistas pedagógicas actuales. En segundo lugar, se analizan varias obras y referentes en relación a la innovación docente desde la forma. A continuación se diseña una propuesta de modelo analítico con el objetivo de detectar y caracterizar un conjunto de innovaciones docentes que la forma de expresión audiovisual interactiva y transmedia posibilita, para focalizarnos en cinco plataformas y/o aplicaciones que se han desarrollado en los últimos años con estos propósitos: *MetamentalDOC* (Uvic-UCC, 2010), *2puntllibre* (ERAM-UDG, 2013), *COME/IN/DOC* (Espill Media, 2014), *Interactivos de la Marató de TV3* (Espill Media y Ask Yourself, 2013-2014) y *Las Sinsombrero* (intropiaMedia, 2015). Los objetivos del trabajo son caracterizar nuevas prácticas docentes que incidan en la forma de transmitir el conocimiento, detectar procesos de innovación en la forma y el contenido, y proponer nuevas estrategias a la hora de impartir docencia. Nuestra hipótesis de partida sostiene que los estudiantes que utilizan en su proceso formativo estas nuevas herramientas, plataformas y metodologías aumentan sus notas y el nivel de satisfacción en general de la docencia recibida.

Algunos autores de diferentes campos de investigación han señalado la necesidad de un nuevo paradigma en la educación (Cobo, Pardo y Scolari, 2011; Piscitelli, 2009; Prensky, 2001; Salaverría, 2003). En la línea de las teorías constructivistas pedagógicas actuales (Piaget), la Enseñanza orientada a la acción con sus teorías de la actividad (Vygotski y Leóntiev) o la teoría del *Learning by doing* (Dewey y Heard Kilpatrick), la narrativa interactiva y transmedia podría representar una posible solución para aumentar la motivación de los estudiantes –niños, adolescentes y adultos–, mediante la mezcla de la narración y el contexto de información/conocimiento. La narrativa interactiva permitiría al alumno cuatro procesos clave en la lógica constructivista del aprendizaje: navegar/jugar (jugador), visionar/observar (observador), leer/aprender (estudiante), y finalmente contribuir/compartir (colaborador).

En la actualidad, los estudios de caso analizados son utilizados por profesores y estudiantes de diferentes colegios, institutos y universidades con el fin de experimentar con nuevas metodologías de aprendizaje y modelos de enseñanza en España. Estos proyectos son usados en aulas de escuelas catalanas (*Interactivos La Marató TV3*), en institutos españoles (*Las Sinsombrero*), y en universidades como complemento de asignaturas de cine y multimedia (Uvic-UCC, UDG, ESCAC). Se invita a los estudiantes a ver primero recursos audiovisuales, navegar y jugar con la plataforma interactiva para descubrir documentos y hacer ejercicios, aprender la lección de una manera divertida y diferente y compartir la experiencia, el contenido y el conocimiento con otros compañeros de clase. Creemos que la manera de enseñar a los jóvenes estudiantes a partir de los nuevos medios pasa por diferentes nuevas aplicaciones y plataformas que se adaptan más a sus necesidades y ritmos vitales actuales.

Palabras clave: Educación – Innovación docente – Aplicaciones interactivas – Participación – Ludificación

COORDINACIÓN DE TRABAJOS FIN DE GRADO EN ENTORNOS EDUCATIVOS ONLINE. ANÁLISIS DE EXPERIENCIA EN LA UNIVERSIDAD ISABEL I

AUTORES

Manuel Gil Mediavilla, Antonio Segura Marrero, Adolfo Sánchez Burón y Olaia Abadía García de Vicuña

Universidad Isabel I (España)

manuel.gil@ui1.es, antonio.segura@ui1.es, adolfo.sanchez@ui1.es y olaia.abadia@ui1.es

Uno de los retos a los que se enfrentan los Centros de Educación Superior consiste en la puesta en práctica de metodologías innovadoras que promuevan la mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. La incorporación en el entorno educativo universitario de diversos y novedosos instrumentos -como las herramientas que nos proporciona la web 2.0 o web social- posibilita formas de enseñar y aprender más eficaces y ofrece a los estudiantes un amplio abanico de posibilidades para sacar partido a sus capacidades y potenciar el desarrollo de competencias útiles para su desarrollo personal y profesional.

Este reto innovador no debe ceñirse a los aspectos puramente académicos, sino que debe ser extensivo al contexto organizativo para facilitar la comunicación y colaboración entre los órganos de coordinación académica y el cuerpo docente, y establecer los cauces de transmisión y recogida de información que sean más efectivos.

La experiencia descrita en el presente artículo consiste en el diseño y puesta en práctica de la estructura organizativa y de coordinación de la asignatura ‘Trabajo Fin de Máster’ correspondiente a los Grados en Educación Infantil y Educación Primaria de la Universidad Isabel I (Burgos, España). Su carácter on-line y la distancia física entre gran parte del cuerpo docente hace necesario el establecimiento de unos protocolos dinámicos y eficaces que faciliten el correcto desarrollo de todos los aspectos de la materia.

En el análisis realizado se especifica la función de cada una de las herramientas utilizadas, con especial atención en varias de la *suite* ofimática on-line *Google Apps for Educations: Groups, Drive, Docs, Gmail, Calendar*, entre otros ejemplos. A su vez, se realiza un análisis cuantitativo de los datos obtenidos durante la puesta en marcha de esta experiencia a lo largo del curso académico 14/15 y se lleva a cabo una discusión e interpretación de los resultados obtenidos.

Por último, se incluye una propuesta de nuevas líneas de mejora de cara a futuros cursos académicos y se concluye con una reflexión final sobre el caso descrito y sus posibilidades de generalización.

Palabras clave: Educación Superior - Gestión académica - Aprendizaje en línea – Tecnologías de la Información y la Comunicación – Trabajo Fin de Grado

EL TIEMPO CURRICULAR LIBRE EN LA PLANIFICACIÓN DOCENTE DEL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL: EXPERIENCIAS Y OPINIONES DEL PDI

AUTORAS

María Sol Gómez Aguilar y Eugenia González Cortés

Universidad de Málaga (España)

marisol@uma.es y eugenia@uma.es

El presente trabajo se enmarca dentro del Proyecto de Innovación Educativa PIE 13-044 “Desarrollo de entornos personales de aprendizaje en la docencia del Periodismo a través de la integración de recursos vinculados a la web 2.0”.

El Espacio Europeo de Educación Superior ha supuesto una profunda transformación del sistema universitario español, que implica la incorporación de metodologías docentes innovadoras, nuevas estrategias de aprendizaje y un cambio en los roles tanto de alumnos como de profesores. Entre las distintas capacidades curriculares y didácticas, se encuentra el prever un Tiempo Curricular Libre (TCL). Esta capacidad se refiere a la cantidad de tiempo del que dispone libremente un alumno dentro de la totalidad de créditos de una materia. Un profesor que practica TCL posibilita que los estudiantes realicen actividades en espacios comunitarios y privativos que modifican la política de periodización de la materia de una titulación más allá de las bibliotecas, laboratorios, seminarios y otras dependencias universitarias (Sánchez y Alegre, 2004). El aprovechamiento del TCL está claramente vinculado a las posibilidades que Internet y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NN. TT.) nos permiten desarrollar.

Los estudiantes deben realizar cambios de actividades de aprendizaje descontadas del tiempo instructivo de la programación docente: seminarios y prácticas de laboratorio; módulos de ampliación de contenidos prácticos; visitas semanales a algún centro, empresa u organismo; tutorías telemáticas para evitar el solapamiento de las tutorías presenciales con las clases lectivas; y, actividades dentro y fuera del centro universitario. Practicar la capacidad TCL está relacionado directamente con organizar el curriculum de una titulación universitaria en módulos de competencias, estructurado en torno a logros complejos y completos que deben obtener los estudiantes (Hawes, 2013).

Los objetivos de este trabajo son 1) explorar qué se está haciendo en la Universidad Española con respecto a las innovaciones docentes relacionadas con el TCL; 2) observar el grado de conocimiento que existe del concepto (es probable que muchos docentes lo incorporen en la planificación de sus programas desde antes de la entrada del EEES, si bien la terminología se ha acuñado más recientemente); y 3) indagar tanto en las posibilidades de enseñanza como en los riesgos, analizando si existen resistencias a su incorporación como resultado de las estrategias docentes que se han perpetuado en el tiempo. Para ello, se examinarán las experiencias relacionadas con el TLC que se hayan realizado en el sistema universitario español, y se llevarán a cabo entrevistas en profundidad tanto a expertos en innovación como a miembros del PDI de la Universidad de Málaga, nuestro caso concreto de estudio.

Palabras clave: Tiempo Curricular Libre – Docencia – Innovación

EL APRENDIZAJE-SERVICIO APLICADO AL EJERCICIO RESPONSABLE DEL PERIODISMO SOCIAL

AUTORES

Patricia González Aldea y Carmen Marta Lazo

Universidad Carlos III de Madrid y Universidad de Zaragoza (España)

patricia.gonzalez.aldea@uc3m.es y cmarta@unizar.es

En este artículo se presentan los resultados del proyecto de innovación docente titulado “El Aprendizaje-Servicio (ApS) aplicado al Grado de Periodismo y la Información Periodística sobre Situaciones, Tendencias y Problemas Sociales” aprobado en la 10ª Convocatoria de Apoyo a Experiencias de Innovación Docente en Estudios de Grado y Postgrado Curso 2012/2013 de la Universidad Carlos III de Madrid.

El objetivo fue visibilizar mediante un trabajo periodístico en grupos de 2-3 alumnos la labor de una asociación comprometida con causas sociales, comunicar ejemplos positivos a la sociedad sobre sus logros, mientras los estudiantes desarrollaban competencias periodísticas para el ejercicio de informar sobre temáticas sociales complejas siguiendo la metodología ApS, que permite a través de una experiencia práctica poner al servicio de la comunidad los conocimientos académicos y competencias curriculares de los alumnos. En el proyecto participaron 82 alumnos que realizaron 29 trabajos periodísticos en colaboración con 29 asociaciones a las que se prestó el servicio. Entre las principales temáticas de las asociaciones elegidas figuran personas con discapacidad, menores, y violencia de género.

La evaluación de la experiencia se realizó mediante un cuestionario de autoevaluación por parte de los alumnos basada en las cuatro dimensiones propuestas por Folgueiras, Luna y Puig (2013) para medir el grado de satisfacción de los estudiantes universitarios en el ApS: conocimientos e intencionalidad atribuida, valoración de la utilidad atribuida, valoración del proceso y proyección social.

Como resultados, se observó que el aprendizaje experiencial fue fundamental para vencer estereotipos y prejuicios sobre ciertos temas y colectivos. Se logró promover periodismo real y el ejercicio de buenas prácticas. Los alumnos tomaron conciencia del impacto de la información y las imágenes que ésta traslada a la opinión pública, así como su responsabilidad como futuros profesionales.

Desde el punto de vista de los profesores que imparten la asignatura, se destacó el aumento de motivación de los alumnos y los buenos resultados académicos que se reflejaron en las notas.

El compromiso de servicio público y la responsabilidad social que supone el ejercicio del periodismo convierten a la metodología del Aprendizaje-Servicio en una valiosa herramienta aún por descubrir en los Grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Aprendizaje significativo - Periodismo social – Innovación docente - Periodistas

ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE LA PUESTA EN PRÁCTICA DE METODOLOGÍAS INNOVADORAS EN CIENCIAS PARA PROMOVER EL CAMBIO ACTITUDINAL EN EL ALUMNADO DE BACHILLERATO. SEGUNDA ETAPA

AUTORES

Erica González-Sánchez, María del Carmen Acebal Expósito y Vito Brero Battista
Universidad de Málaga (España)
Gonzalez-Sanchez.E@uma.es, mcacebal@uma.es y vbrero@uma.es

El presente trabajo se enmarca en una línea de investigación que gira en torno al diseño, desarrollo y evaluación de estrategias metodológicas innovadoras para la enseñanza de las ciencias y la educación ambiental en el aula de secundaria obligatoria y post-obligatoria, y se centra en el juego de rol como estrategia para la promoción del cambio actitudinal y el desarrollo de comportamientos favorables hacia el medio en el alumnado de ciencias de dicha etapa educativa.

En este avance de la investigación se da continuidad a una primera experiencia de diseño y puesta en práctica de metodologías innovadoras en ciencias, llevada a cabo durante los cursos académicos 2012/13 y 2013/14, cuyos resultados fueron analizados y, posteriormente, presentados en el seno del Congreso Universitario Internacional sobre la comunicación en la profesión y en la universidad de hoy: Contenidos, Investigación, Innovación y Docencia (CUICIID 2014 Virtual y En Línea) y publicados en la obra titulada *Líneas emergentes en la investigación de vanguardia* de © 2014 e ISBN: 978-84-481-9741-4, por lo que es abordado desde una perspectiva en ocasiones complementaria y otras veces comparativa.

Así, esta comunicación describe, en primer lugar, el diseño y puesta en práctica de una unidad didáctica referida al *Desarrollo Sostenible*, enmarcada en la materia *Ciencias para el Mundo Contemporáneo* impartida durante el curso académico 2014/15 en 1º de Bachillerato de Ciencia y Tecnología del I.E.S. Torre Atalaya de Málaga, cuya actividad final de aplicación consistió en un juego de rol orientado a “la promoción de la creatividad, el trabajo en equipo, la capacidad para expresarse en público, el aprendizaje autónomo y la utilización de métodos de investigación apropiados -entre otras competencias del alumnado-” (González-Sánchez et al., 2014), empleando para ello de manera adecuada las tecnologías de la información y la comunicación.

En segundo lugar, se centra en el proceso de evaluación: a) del diseño e implementación de la unidad didáctica, mediante el análisis de la información cualitativa recogida tanto por observación directa (incluyendo observadores externos), como a través de las opiniones y experiencias del alumnado participante, expresadas en los cuestionarios de evaluación diseñados a tal fin, que incluyeron preguntas abiertas, cerradas y escalas de tipo Likert; b) evaluación preliminar del cambio actitudinal promovido por la actividad de juego de rol, mediante el análisis pre-post test de las ideas previas del alumnado, recogidas en una producción escrita anterior a la realización del juego de rol y comparadas con las opiniones formuladas tras su participación en el mismo.

Finalmente, se señalan similitudes y diferencias significativas entre ambas experiencias y se formulan propuestas de mejora como resultado del proceso de evaluación descrito.

Palabras clave: Enseñanza de las ciencias - Innovación metodológica - Educación ambiental - Juego de rol - Cambio actitudinal

TEACHING JOURNALISTIC GENRES ACROSS EUROPE AND BRAZIL: FROM TYPE TO MEDIUM

AUTORA

Anabela Gradim

Universidad de da Beira Interior (Portugal)

agradim@ubi.pt

Journalistic Genres, once a core discipline in journalism graduation courses, is being replaced in many curricula by the teaching of media-embedded reporting techniques. Instead of learning on genre and type reporting techniques, many Bologna adapted courses have replaced the practice of traditional journalistic genres for media practices: radio, television and web reporting – in their curricula.

This paper maps the extension of this discipline replacement in Portugal, Spain, Brasil, France and Northern Europe's Journalism and Communication courses – showing Journalistic Genres are surviving at different rates in these countries.

Relying in Todorov's distinction on type (a deductive and normative construction) and genre (inductive creation of recognizable narrative structures), it argues this divorce between genres and media practices results of a confusion between type and genre; and that curricula would be better off teaching genres (linguistic abstract inductive constructions) as well as practices (media embedded reporting), instead of replacing one for the other, creating what Barbie Zelizer has prescribed as the future of journalistic studies: "keeping craft, education and research together in the curriculum" to "help us understand journalism more fully" (Zelizer, 1990: 38).

Palabras clave: Journalism – Genres – Curricula

EL DESARROLLO DE LA AUTOCONFIANZA DE LOS ESTUDIANTES EN EL SENO DE LA UNIVERSIDAD

AUTORA

Ana Gregorio Cano

University of Texas at Arlington (Estados Unidos)

anagregoriocano@gmail.com

El principal objetivo de este trabajo es ofrecer una visión panorámica del planteamiento innovador de la asignatura obligatoria de seis créditos ECTS “la Profesión del Traductor e Intérprete” y la repercusión del ambiente y planteamiento de la misma en el desarrollo (¿y nacimiento?) de la autoconfianza de los estudiantes de cuarto (y último) año de grado de Traducción e Interpretación (TI) de la Universidad de Granada.

En un principio, la asignatura está concebida dentro del plan de estudios del Grado en TI, tanto como una herramienta para facilitar y agilizar la inserción laboral de los estudiantes de último curso de grado, como una vía para cubrir la falta de información existente en torno a la realidad profesional con la que se encuentran los estudiantes una vez que finalizan sus estudios. Sin embargo, el transcurso de la asignatura, la dinámica dentro del aula, así como los resultados de las sesiones de valoración global de la asignatura y la encuesta de mejora diseñada por la profesora de la asignatura cumplimentada por los estudiantes, demuestran que el gran éxito de la asignatura ha sido el impacto producido en la autoconfianza de los estudiantes de las cuatro lenguas B (alemán, árabe, francés e inglés) que cursaban la asignatura en el año académico 2014/15.

En este trabajo analizaremos los puntos fuertes y débiles de una asignatura con un enfoque colaborativo y centrado en el estudiante como actor principal del proceso de enseñanza-aprendizaje en el contexto universitario. Asimismo, ofreceremos la *receta* para que, sin ser el objetivo explícito de la misma, los estudiantes de último año de grado hayan declarado que el enfoque docente y la atmósfera de clase en un aula con 80 estudiantes hayan dado como resultado que de entre todo lo aprendido, lo principal haya sido la autoconfianza.

Palabras clave: Autoconfianza – Enfoque colaborativo – Enfoque docente – Atmósfera de clase – Proceso de enseñanza-aprendizaje.

RACIONALISMO EMERGENTE EN LA HUMANIZACIÓN DE LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

AUTORES

Pedro Hernández Malpica, Migdalia Caridad y Harold Bernardo Sukier

Universidad de la Costa (Colombia)

phernand9@cuc.edu.co, ncaridad1@cuc.edu.co y hsukier@cuc.edu.co

Las competencias del docente universitario obedecen en la actualidad a procesos lógicos productores de interacciones dinámicas, complejas y aceleradas de cambios en la educación superior (Race, 1998), relacionados con cuatro factores: (a) Alta velocidad, cantidad de generación y obsolescencia del conocimiento, (b) Presencia masiva de tecnologías de la información y comunicación, (c) Incertidumbre sobre cómo se aprende de una manera efectiva, (d) Empoderamiento de quien aprende como consecuencia del cambio de paradigma en el aprendizaje; y por otra parte también se relacionan a modelos de gestión de conocimiento que inquietan el bienestar individual y colectivo; concibiendo según Rodríguez (2003) una docencia que no solo requiere ser susceptible a adaptarse a tales cambios, sino que debe mutar definitivamente hacia una visión holística donde el docente reconstruya una identidad profesional adaptable permanentemente a nuevos papeles y funciones que desarrollarán en innovadores escenarios de actuación.

En este sentido, Luhmann (1997) señala que puede estar haciendo falta un racionalismo crítico constructivista orientado a la generación de conocimiento, previo a ello, de mensajes simbólicamente generalizados que permitan un re-conocerse, un re-pensarse acompañado de un actuar diferente. Se requiere en consecuencia de privilegios del desarrollo de capacidades humanas, que de acuerdo a Sen (2001), permitan una creación colectiva de saberes con propósitos diferentes, más allá de aprendizajes memorísticos y obtención de “notas” excelentes, con ideales de lograr cambios en las personas y su correspondiente impacto real en las comunidades objetivo (estudiantes). La docencia universitaria a todos sus niveles, precisa flexibilización en la generación de ideas a través de raciocinios analíticos que no sean concebidos como verdades absolutas, sino como ideas que emergen determinadas por el contexto, leyes, teorías o supuestos donde se circunscriben los sujetos, es la humanización de la ciencia a través de la combinación de la razón con la experiencia (racionalismo emergente).

La investigación se aproximó etnometodológicamente a comprender la incidencia de los procesos lógicos en la humanización de docencia universitaria en Colombia, Venezuela y México, se desarrolló bajo el paradigma científico cualitativo y consistió en recopilar reflexiones, opiniones y puntos de vista de autoridades-docentes-alumnos que a través de sucesivos momentos, reducciones y codificaciones axiales, agenciaron la construcción de un orden de significado que contempló los elementos que conforman actualmente el proceso educativo universitario. Las interpretaciones fundadas en las contrastaciones de entrevistas y soportes teóricos, manifiestan que aun en el sector universitario prevalece el razonamiento analítico concebido como realidad absoluta, lo cual dificulta orientar procesos educativos innovadores en los cuales puedan emerger ideas, lugares experienciales, circunscritos a los sujetos y sus necesidades, así como obstaculiza al docente universitario la libertad de cátedra, necesaria para la creación de nuevos saberes o elementos que suelen generar la tensión esencial de Kuhn (1989), generadora de resultados, didácticas y contenidos impredecibles.

Palabras clave: Racionalismo Emergente – Humanización de la Docencia – Innovación Educativa – Saberes

ANÁLISIS DEL *FEEDBACK* ENTRE IGUALES COMO PROCEDIMIENTO PARA LA MEJORA Y COMPRENSIÓN DE LAS TAREAS

AUTORES

David Hortigüela Alcalá y Ángel Pérez Pueyo

Universidad de Burgos y Universidad de León (España)

dhortiguela@ubu.es y angel.perez.pueyo@unileon.es

La metodología utilizada por el docente en el ámbito universitario tiene gran relevancia tanto en los aprendizajes obtenidos por el alumnado como por la transferencia de los mismos a otros contextos. Son muchas las experiencias que demuestran que la implantación de sistemas de evaluación formativa promueven una mayor implicación y participación del estudiante en el proceso. Sin embargo, la realidad diaria refleja que siguen predominando las estrategias docentes articuladas a partir de la clase magistral y la exposición de contenidos. En base a esta idea se presenta esta investigación, en la que se analiza la percepción del alumnado sobre la mejora de las tareas y la facilitación en la comprensión que supone la aplicación de la coevaluación intergrupala. Esta percepción se contrasta con la valoración que hacen los docentes sobre la utilidad del empleo de estas estrategias. Participan 153 estudiantes de dos asignaturas de la Facultad de Educación de Burgos, así como los dos profesores que imparten docencia en las mismas.

Se realiza un diseño pretest-postest a partir de la generación de dos grupos. En el grupo A se permite que los alumnos se den *feedback* en las tareas a lo largo del proceso, utilizando para ello la escala de valoración que utilizará el profesor en la calificación. En el grupo B la retroalimentación únicamente es realizada por el docente, careciendo el proceso de emisión de juicios entre iguales. Se emplean dos instrumentos validados de recogida de datos; la escala de evaluación de formación inicial del profesorado y el cuestionario de competencias docentes del profesorado universitario. Se utiliza una metodología mixta, donde se realiza un análisis cuantitativo mediante la comparación de medias por factores (descriptivo) y la realización de ANOVAS de una vía (inferencial). En la parte cualitativa se realizan entrevistas semiestructuradas a los dos docentes.

Se observa cómo los alumnos del grupo A perciben una mayor comprensibilidad de las tareas gracias a la retroalimentación realizada por los compañeros, algo que no sucede en el grupo B. Manifiestan que poder recibir una valoración de un compañero provoca una mejor familiarización tanto en lo que dice como en la manera en la que se hace, siendo los términos más accesibles y los mensajes más comprensibles. En relación a la variable dependiente de regulación del trabajo a lo largo del proceso, en los dos grupos se encuentran diferencias significativas ($p < .005$) en función de la variable independiente de experiencias previas en evaluación formativa, siendo los que más veces las han vivenciado a lo largo de la carrera los que valoran más positivamente la experiencia desarrollada. En la parte cualitativa los dos docentes otorgan un rol importante al empleo de estrategias formativas en el aula.

Palabras clave: Coevaluación intergrupala – Retroalimentación – Comprensión de las tareas – Regulación del trabajo – Evaluación formativa

INNOVACIÓN ABIERTA EN ENTORNOS EDUCATIVOS: EL CASO DE LOS MOOC

AUTORES

Patricia Iglesias Sánchez, Carmen Jambrino Maldonado y Carlos de las Heras Pedrosa

Universidad de Málaga (España)

patricia.iglesia@uma.es, mcjambrino@uma.es y cheras@uma.es

El afianzamiento de las alianzas con los distintos grupos de interés para la organización, plantea como oportunidad reproducir los modelos Open Innovation en los entornos educativos constituyendo esta orientación una herramienta de mejora, fuente de conocimiento y generación de innovación. Los entornos virtuales se presentan como instrumentos idóneos para su canalización puesto que admiten la participación del alumnado. No obstante, este trabajo se desarrolla entendiendo su mayor aplicación en el sistema universitario así como en programas superiores de especialización. El objetivo principal es analizar el potencial de la Innovación Abierta para el aprendizaje colaborativo; para ello se realiza una revisión del interés de la utilización de esta filosofía en el ámbito educativo así como un análisis de la necesidad de definir estrategias de búsqueda externa de conocimiento.

En este sentido, se identifica el capital relacional más adecuado para favorecer los resultados de innovación. A partir de la revisión de la literatura existente, se plantean los elementos esenciales de un modelo práctico que optimice la puesta en valor de la innovación participativa entre los agentes del sistema educativo y sus grupos de interés. En cualquier caso, se plantea una aplicación práctica para las instituciones educativas que pueden al mismo tiempo poner en valor su capacidad de incorporar a los grupos de interés para crecer como institución y, apoyarse en un referente de sistematización de esfuerzos para modular ese nuevo escenario de innovación.

Palabras clave: Innovación Abierta- Redes de innovación- Entornos educativos- Aprendizaje colaborativo- Cursos On-line Masivos y Abiertos (MOOC)

COMPETENCIAS DOCENTES PARA EL DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CRÍTICO: UN CAMINO HACIA LA “CREATIVIDAD VIABLE”

AUTORA

Isabel Jiménez Becerra

Universidad de la Sabana (Colombia)

isabel.jimenez@unisabana.edu.co y

isa.pedagoga@hotmail.com

La presente ponencia, surge de la reflexión de un ejercicio investigativo aplicado a profesores que ejercen la profesión docente en la educación superior en diversos contextos universitarios de Bogotá-Colombia pero cuya base profesional de pregrado no es la formación en pedagogía. La intención de este ejercicio con este tipo de profesionales no maestros, fue analizar y redefinir los tipos de estrategias pedagógico-didácticas que pueden existir y aplicar los mismos, de manera empírica, para potencializar en los estudiantes “creatividad viable” el cual responde al Modelo Educativo del Aprendizaje Basado en Preguntas (ABP) que permite al estudiante promover habilidades para la evaluación crítica y la obtención de nuevos conocimientos.

Gracias a esta acción investigativa, se caracterizaron las competencias que debe desarrollar el profesor no pedagogo, basada en la reflexión de su propia práctica pedagógica. Fue así como se llevó a cabo una investigación cualitativa, de línea descriptiva-crítico-social. Los resultados obtenidos dieron creación a seis grandes análisis: el primero fue la reflexión teórica centrada en reconocer qué y cuáles son las *Pedagogías de la creatividad viable: un camino para potencializar el pensamiento crítico*, para ello se tomó como centro de reflexión teórica a Joy Paul Guilford quien ubica la misma desde el campo de la educación. Un segundo análisis se dio en reflexionar la *importancia de desarrollar Pensamiento Crítico en la formación universitaria*, haciendo hincapié en estrategias para potencializar el *racionamiento reflexivo axiológico*, que le permitan, al estudiante, enfrentar los escenarios problémicos.

Como tercera reflexión se analizaron los obstáculos existentes para el desarrollo de la “creatividad viable” conceptualizado como *características que dificultan la formación del Pensamiento Reflexivo dentro del contexto universitario*, siendo su lectura una herramienta que permite reconocer qué requiere un estudiante para generar “reflexión” como centro de la *creatividad viable*. Posteriormente se abordó un cuarto elemento caracterizado como *principios pedagógicos y metodológicos para formar en el Pensamiento Crítico: escenario de la educación reflexiva*, donde se identificaron prácticas que pueden ser nocivas para su desarrollo y cuáles incentivan la formación en la “creatividad viable”. El quinto apartado llamado: *hallazgos: estrategias para la formación de la creatividad viable como camino para promover pensamiento crítico en la Educación Superior*, sistematizó algunas estrategias que usan los profesores para desarrollar la “creatividad viable” de forma empírica. Para esta investigación se convocó a una muestra de ellos dentro de un grupo focal (por núcleo del plan de estudios) en busca de extraer, desde sus narrativas, qué estrategias de formación están utilizando y cómo las mismas se relacionan con el plano teórico-metodológico estudiado, cerrado con el aparte seis titulado *algunas concepciones sobre la “creatividad viable”*, centrado en estrategias y tipos.

La finalidad de esta ponencia es que los lectores interesados en este tema de estudio puedan reconocer los múltiples caminos para desarrollar “creatividad viable” en sus estudiantes.

Palabras claves: Pensamiento crítico - Creatividad viable - Aprendizaje Basado en Preguntas

UNA NUEVA METODOLOGÍA PARA ADECUAR AL MODELO DE BOLONIA LA ENSEÑANZA DE UNA ASIGNATURA DE ESTRUCTURAS DE EDIFICACIÓN

AUTOR

Agustín Lacort Echeverría
Universidad del País Vasco (España)
agustingregorio.lacort@ehu.es

En el curso 2012-13 la implantación del título de Grado en Arquitectura de la Universidad del País Vasco alcanzó a las asignaturas cuatrimestrales de 3º año “Estructuras 1” y “Estructuras 2”, ambas impartidas por el mismo docente. En “Estructuras 1” el docente dedicó más de la mitad de las clases presenciales a exponer los contenidos teóricos en términos muy prácticos para facilitar la interacción entre estas asignaturas con otras de los mismos cursos mediante unas actividades de taller. Sin embargo los resultados obtenidos no fueron los esperados (A.Lacort: “Influencia del modelo educativo de Bolonia en una asignatura de Estructuras de Edificación” III Jornadas Internacionales de Enseñanza de la Ingeniería Estructural de ACHE. Valencia, 2013). Para mejorarlos, en la segunda edición (curso 2013-14) se redujo la temática y el número de clases expositivas, proponiendo en su lugar unas tareas presenciales que fomentaran en el alumno el desarrollo de su propia creatividad y sus habilidades para trabajar en equipo.

Durante las actividades los alumnos fueron asesorados por el docente que siempre trató de despertarles un interés personal por reinventar y descubrir los diferentes procedimientos clásicos de análisis, aplicándolos a varias tipologías estructurales. Los resultados fueron mejores que los de los cursos anteriores y por ello este planteamiento se ha repetido en el curso 2014-15. Por otra parte, en “Estructuras 2” el docente siempre aplicó una metodología parecida a la del Plan Antiguo basada en gran cantidad de clases presenciales. Esta metodología será reemplazada en breve por otra más adecuada a la filosofía de Bolonia.

En este trabajo se expone el nuevo procedimiento que recientemente ha sido aprobado por la Comisión Universitaria de Evaluación Docente de la Universidad del País Vasco y que será implantado por primera vez en el curso 2015-16. También se compara con los empleados en las dos asignaturas hasta el momento. Complementariamente se analizan los índices de aprobados desde 2012 y se contrastan con los de las asignaturas homólogas del Plan Antiguo para detectar posibles errores en los modelos de enseñanza anteriores y actuales que permitan justificar el nuevo planteamiento docente.

Hasta el momento se ha observado que las actividades de taller no parecen compatibles con una enseñanza de calidad que fomente la creatividad individual prescindiendo de las clases presenciales. Realizar los trabajos de taller con corrección implica tener un conocimiento que no se consigue en un cuatrimestre sin ayuda externa. También se ha observado que potenciar la interacción entre numerosas asignaturas de un curso reduce la calidad del conocimiento y dificulta la relación entre asignaturas homólogas de cursos consecutivos. Una docencia de calidad no debería debilitar esta interacción. Quizá podría mejorar el aprendizaje si se sustituyeran las actividades de taller por otras más específicas que involucraran a un número menor de asignaturas, no necesariamente del mismo curso.

Palabras clave: Enseñanza – Crédito Europeo – Análisis Estructural – Estructuras de Edificación

DOCERE DELECTANDO: UTILIZACIÓN DE SERIES, PELÍCULAS Y VIDEOJUEGOS COMO HERRAMIENTAS DE INNOVACIÓN DOCENTE

AUTOR

Pablo León Cruz

Universidad de Granada (España)

pabloleoncruz@gmail.com

Dados los numerosos cambios en la juventud, las reformas en el ámbito educativo y la incorporación de las nuevas tecnologías a la docencia, es necesario aprovechar las oportunidades que este nuevo panorama social nos brinda para plantear en la Educación Secundaria Obligatoria un modelo de enseñanza-aprendizaje innovador, ameno y actual que despierte el interés y la motivación del alumnado.

Para ello, resulta interesante acercar los contenidos recogidos en las programaciones didácticas al alumnado, destacando la utilidad de los mismos y utilizando ejemplos que resulten de interés. Así, la vinculación de ideas procedentes de series de televisión, películas, libros y videojuegos con los contenidos a desarrollar a lo largo de las sesiones de clase supone una apuesta innovadora en la docencia que redundaría en la mejora de la calidad de la enseñanza impartida al lograr la motivación del alumnado en clase y facilitar el aprendizaje utilizando ejemplos cercanos y conocidos. Por ello, y basándose en la idea propuesta, a continuación se plantean diversas actividades que podrían realizarse durante el desarrollo de la asignatura de Ciencias Naturales de 1º y 2º de ESO o en la de Biología de 3º y 4º:

1. Teoría de la Evolución de Darwin: Para complementar la explicación de esta teoría, podrían utilizarse los videojuegos de Pokémon. Ésta establece que todo ser vivo proviene de un ancestro común y que va cambiando como consecuencia de la adaptación al medio. Esto podría ejemplificarse con las evoluciones de las criaturas de esta saga, entre las que podría destacarse el archiconocido *Eevee*, que puede evolucionar en ocho especies diferentes en función de sus condiciones de desarrollo.

2. Las plantas y su importancia para el ser humano: Si algo destaca últimamente del reino vegetal, es el repentino interés por las plantas medicinales. El uso y la importancia de ciertas plantas podría compararse el papel que juegan algunas en los libros de Harry Potter. Uno de los ejemplos más famosos es el uso de la mandrágora en *Harry Potter y la cámara secreta* para elaborar una poción que curase a los alumnos petrificados por el basilisco.

3. Los ecosistemas y su biodiversidad: Para trasladar lo aprendido al mundo real, podría proponerse un análisis de los distintos ecosistemas existentes en nuestro planeta y su biodiversidad mediante el visionado de fragmentos de películas de animación, como *Buscando a Nemo* (océano), *Ice Age* (taiga), *Aladdin* (desierto) o *Madagascar* (sabana).

Conclusiones:

- La motivación del alumno es fundamental en el proceso de aprendizaje por lo que hay que aprovechar las diferentes áreas de interés del alumno
- El desarrollo informático debe ser utilizado como herramienta de aprendizaje innovadora que fomente la motivación en el alumnado y dinamice el desarrollo de las clases.
- Es necesario rentabilizar lo lúdico como recurso para el aprendizaje y, consecuentemente, aspirar a seguir haciendo actual la máxima horaciana: “enseñar deleitando”.

Palabras clave: Innovación – Docencia – Aprendizaje – Educación – Enseñanza

UNA EXPERIENCIA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

AUTORES

Francisco Manuel Llorente Marín y Evelina Zurita Márquez

Universidad de Málaga (España)

llorente@uma.es y zurita@uma.es

La comunicación que presentamos parte de un Proyecto de Innovación Educativa (PIE) sobre la experiencia llevada a cabo en la asignatura de Antropología social por Grupos de Orientación Universitaria (GOU) en la Facultad de Estudios Sociales y del Trabajo de la Universidad de Málaga. El proyecto parte de los siguientes presupuestos:

- a) El alumnado de nuevo ingreso encuentra una escasa información acerca de los Estudios Superiores. La Universidad de Málaga cuenta con figuras de orientación al alumnado universitario (GOU), pero se evidencia en los discursos de nuestro alumnado que la efectividad de la orientación llevada a cabo es escasa.
- b) Sin menospreciar los esfuerzos de las acciones orientativas de los GOU, proponemos que esta orientación podría anclarse en determinados aspectos del aprendizaje cooperativo.

Los objetivos generales del Proyecto de Innovación Educativa son: a) promover en el alumnado acciones de cooperación no sólo en el aprendizaje, sino como modo de relación social y b) fomentar en el alumnado procesos de aprendizaje y conocimiento desde la responsabilidad individual y social. Como objetivos específicos proponemos: a) incardinar el aprendizaje cooperativo como estrategia útil de cara a la adaptación del alumnado a los estudios de Grado, b) potenciar líneas de actuación para prevenir el abandono académico desde la lógica de la responsabilidad frente a la lógica meritocrática, c) entender los procesos de aprendizaje y conocimiento como vehículos de transformación social, d) introducir las TIC en las estrategias de acción del Proyecto y f) incluir el Proyecto de Innovación Educativa como bloque temático transversal de la asignatura de Antropología social.

El proyecto se desarrolla a partir de dos núcleos fundamentales. Por una parte, un eje que vertebra la orientación común y básica a partir de : 1) entender la cooperación no sólo asociada al aprendizaje si no como a un modo de relación social que construye vínculos, 2) potenciar los estudios superiores como vehículo de transformación social y no como estrategia acumulativa de méritos, 3) apostar por el valor de lo público, en el sentido de buscar el bien común como modo de alejarse de los parámetros de la competitividad y competencia entre el alumnado fruto de la lógica individualista, y que tan lejana se encuentra de lo que debiera desarrollarse en la Enseñanza Superior, y 4) potenciar la cultura del esfuerzo, de la honestidad personal y académica, del ejercicio de la reflexión y del desarrollo de una actitud crítica.

Por otra parte, un segundo eje que vertebra la orientación específica de los GOUs en la asignatura de Antropología social, y que se desarrolla desde el trabajo con el alumnado que cursó la asignatura, además de con buenos resultados académicos, con una positiva actitud ante los estudios universitarios. La intención es potenciar en ellos acciones de cooperación con el alumnado novel partiendo de una orientación semi-estructurada hacia este alumnado recién llegado.

Palabras clave: PIE – GOU – Antropología social – Docencia universitaria

LA POSIBILIDAD DE ELECCIÓN EN EL AULA COMO MECANISMO DE FOMENTO DE LA MOTIVACIÓN INTRÍNSECA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

Rafael López Fuentes y Pino Sánchez Hernández

Universidad de Granada y Centro de Magisterio La Inmaculada (España)

ralopez@ugr.es, mpino@eulainmaculada.com

Todos los planes de estudio universitarios actuales establecen la necesidad de que el alumnado se implique en la construcción de su propio conocimiento y, en este sentido, el diseño de las distintas asignaturas potencia, en gran medida, el trabajo individual del sujeto. Esta estructura, sin duda interesante, se enfrenta a un problema básico para su buen desarrollo, la necesidad de que los estudiantes estén motivados hacia la realización de las tareas.

Múltiples estudios ponen de manifiesto que uno de los problemas principales en la docencia universitaria es la falta de motivación de los estudiantes y las repercusiones que esto tiene para el aprendizaje del sujeto. A partir de esta idea, el objetivo de nuestro estudio es conocer los efectos que tiene en el trabajo diario del aula plantear a los alumnos actividades en las que los sujetos tengan poder de decisión sobre cómo focalizar la tarea y, al mismo tiempo, conocer los efectos de esta metodología de trabajo sobre los niveles de motivación y sobre el rendimiento.

Para realizar el trabajo se ha contado con una muestra compuesta por estudiantes universitarios de primer curso. Se ha diseñado un estudio de corte experimental en el que se compararon dos grupos. Al primero de ellos se le planteó una actividad “sin posibilidad de elección” mientras que el segundo “pudo elegir” cómo focalizar dicha actividad. Se hicieron mediciones, antes y después de la tarea, del nivel de motivación de los sujetos y se analizó la calidad de la tarea resultante. La tarea consistió en elaborar un ensayo, sobre un contenido de la asignatura, partiendo de unos materiales base idénticos para todos los sujetos. En la primera condición experimental se pidió que el ensayo se realizara sobre un aspecto específico mientras que en la segunda el ensayo podía ser focalizado por el estudiante en aquel aspecto que le parecía más importante.

El instrumento utilizado para la recogida de datos sobre motivación fue la escala EME, adaptada y validada al contexto universitario español, que mide niveles de amotivación, motivación extrínseca y motivación intrínseca. La calidad de la tarea fue analizada a través de una rúbrica elaborada ex profeso.

Se analizaron los resultados obtenidos mediante estadística paramétrica y se hicieron comparaciones intragrupos e intergrupos en busca de diferencias significativas entre las dos condiciones experimentales establecidas. Los resultados mostraron que la condición experimental “con posibilidad de elección” producía incrementos en la motivación intrínseca del sujeto, a la vez que manifestaba mayores rendimientos.

Palabras clave: Motivación – Educación superior – Focalización de la tarea

LAS GUÍAS DE TRABAJO AUTÓNOMO EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTOR

Francisco Juan López Martín
Universidad de Granada (España)
fjlopezm@ugr.es

La puesta en marcha de los nuevos procedimientos impuestos a la enseñanza universitaria por el Espacio Europeo de Educación Superior está suponiendo un reto profesional a los docentes universitarios españoles. Este nuevo escenario está exigiendo potenciar aspectos educativos diferentes a los habituales, de entre los que podemos destacar la indagación individual o la enseñanza reflexiva. Por contra, se está produciendo una reducción paulatina de la lección magistral en favor de otros métodos que fomenten la participación y el interés de los alumnos.

De entre las distintas posibilidades existentes, este proyecto se centra en el método de indagación. Mediante un método de indagación, se promueve que el alumno alcance su aprendizaje por descubrimiento, siendo el propio alumno el que, a través de su propio trabajo, alcance los objetivos de formación fijados.

En este trabajo analizamos el grado de satisfacción que el alumnado universitario ha alcanzado mediante el uso de las llamadas "Guías de Trabajo Autónomo". Es una de las modalidades de aprendizaje que se incluyen dentro del método de indagación y, además, es una herramienta que consideramos va a jugar un papel fundamental dentro de los actuales estudios de Grado.

Mediante la elaboración de una encuesta de satisfacción que ha sido respondida por alumnos pertenecientes a diferentes grados de la Universidad de Granada, se han extraído algunas conclusiones interesantes que pueden arrojar alguna luz sobre la forma de afrontar el desarrollo de los Grados en la Universidad.

Palabras clave: Guías de trabajo autónomo – Método de indagación – Espacio Europeo de Educación Superior – Enseñanza reflexiva – Participación del alumno

ADECUACIÓN DE ESTRATEGIAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN CONTINUA PARA GRUPOS GRANDES

AUTORA

María Jesús Luengo Valderrey
Universidad del País Vasco (España)
mariajesus.luengo@ehu.es

El cambio de paradigma que, en la Educación Superior ha supuesto pasar de un modelo basado en la enseñanza a un modelo basado en el aprendizaje, implica la necesidad de nuevas estrategias e instrumentos tanto de enseñanza como de evaluación, en las que la importancia se centra en la participación remando hacia la misma dirección de todos los implicados. Sin embargo, estas estrategias no son únicas ni válidas para todos los grupos, todos los docentes, todas las materias; ya que la mejora de los resultados procede más de la cantidad y calidad del trabajo que del método utilizado.

Pero las metodologías activas a emplear varían dependiendo, fundamentalmente, del tamaño del grupo, puesto que en grupos muy grandes resulta prácticamente imposible poner en práctica metodologías activas basadas en el aprendizaje autónomo en su concepto tradicional, se plantea este proyecto cuyo objetivo principal es establecer estrategias e instrumentos de evaluación continua que permitan, a las 93 personas del grupo de “Contabilidad de Costes y de Gestión” del Grado en Gestión de Negocios, tener una imagen más fiel de su evolución en la adquisición de competencias.

Las novedades introducidas han sido, en términos generales: utilización de instrumentos de (auto)corrección, (auto)evaluación, y (auto)retroalimentación para todas las actividades, pertenezcan o no a la evaluación continua; evaluación entre iguales para actividades de comunicación oral y escrita, y acceso, desde el aula virtual, a todos estos instrumentos y así como criterios de evaluación, a partir del primer día del curso. Por tanto, se trata de una investigación experimental, cuyo fin es realizar una evaluación auténtica de una asignatura obligatoria, considerada de las más duras, y en la que se analiza la incidencia de los cambios introducidos en el alumnado y la docente.

Entre los efectos de su aplicación cabe destacar: un incremento del 30% en la participación del alumnado en todas las actividades presenciales y no presenciales; los fallos más comunes han disminuido en más de un 50% de una tarea a otra; la evaluación entre iguales ha evidenciado un alto nivel de madurez por parte del alumnado, puesto que apenas aparecen divergencias entre los resultados del alumnado y los obtenidos por la profesora; y contar con instrumentos de evaluación bien definidos ha supuesto un notable ahorro en el tiempo de corrección para la docente. En definitiva, la evaluación continua para un grupo muy numeroso se ha visto notablemente mejorada, habiendo disminuido el esfuerzo en tiempo dedicado a la corrección de la docente. A su vez, se ha establecido un proceso continuo de (auto)retroalimentación con el alumnado, lo que le hace sentirse parte activa e incrementar su motivación, por lo que, se puede decir que se han podido utilizar metodologías activas, en un grupo grande, con notable éxito y resultados buenos y fiables.

Palabras clave: Metodologías activas - Evaluación continua - Grupos grandes - Instrumentos de evaluación

EL VIAJE COMO EXPERIENCIA EDUCATIVA: ¿QUÉ APRENDEN LOS *BACKPACKERS*?

AUTORES

Antonio Martín Cabello y Almudena García Manso

Universidad Rey Juan Carlos (España)

antonio.martin@urjc.es y almudena.manso@urjc.es

En discurso cotidiano se considera que el viaje es una experiencia altamente instructiva para aquellos que lo emprenden. La relación entre viajes y educación forma parte del acervo de sentido común. Las raíces de esta creencia tienen profundas raíces históricas. En todo caso, recientemente la literatura científica ha comenzado a indagar las competencias que se adquieren a través del viaje. Esta comunicación pretende centrarse en la experiencia educativa obtenida a través del viaje de un tipo especial de turista: el mochilero o *backpacker*, por tres motivos.

En primer lugar, se ha señalado el carácter especial del mochilero como un “viajero” con una experiencia profunda del viaje frente al “turista” que obtiene una visión más superficial del territorio visitado. En segundo lugar, el viaje mochilero suele realizarse en una etapa preliminar en la vida de estos viajeros: suele producirse al finalizar los estudios superiores y antes de iniciar la vida profesional. Es, por tanto, un verdadero “rito de paso” y un campo de adquisición de experiencia vital. Finalmente, el viaje mochilero ha despertado interés entre la comunidad académica y en el mundo de la gestión por su carácter educativo. Esto es, se entiende que los mochileros adquieren una serie de competencias que posteriormente serán provechosas en su desempeño profesional.

La comunicación se estructurará en torno a tres grandes temas. Primero, la relación histórica entre el viaje y la educación. Se realizará un repaso de los antecedentes del viaje educativo: el *Grand Tour* y el *Tramping*. Seguidamente se realizará una descripción del turismo mochilero como un fenómeno típico del turismo de la última mitad del siglo XX, de un lado, y, de otro, se revisarán las principales motivaciones de los mochileros a la hora de emprender su viaje. Se mostrará como una de las más destacadas es la de aumentar su currículum vital y adquirir una serie de competencias a través de una experiencia de viaje única. Por último, se revisarán los estudios disponibles sobre la adquisición de competencias a través del viaje mochilero.

Estos tres temas mostrarán las interrelaciones entre el sistema educativo, la industria turística y el mercado de trabajo. Se planteará que el viaje mochilero no puede ser contemplado como un fenómeno inocuo, sino como un proceso formativo dentro del capitalismo globalizado en el cual estamos inmersos.

Palabras clave: Backpackers - Competencias - Educación - Turismo - Viajes

FEEDBACK 360° COMO MÉTODO PARA LA EVALUACIÓN Y DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS: UNA NUEVA FORMA DE PLANTEAR LOS SEMINARIOS

AUTOR

Luis Iván Mayor Silva

Universidad Complutense de Madrid (España)

limayors@ucm.es

En el ámbito empresarial el método *Feedback 360* se emplea para recibir retroalimentación sobre el propio desempeño por parte de todos los grupos de interés con los que se trabaja: jefes, compañeros, subordinados, colaboradores, etc. En el campo universitario el *Feedback 360°* se ha utilizado como método de evaluación y desarrollo de competencias en los estudiantes y en los docentes a través del programa Doctenia. En su aplicación, se han detectado ciertas dificultades a la hora de ejecutar correctamente los pasos que conlleva la metodología, tales como: la creación de alianzas entre los evaluadores y evaluados para falsear el resultado de las evaluaciones (afectando esto gravemente a la objetividad de las mismas), la tensión provocada por la evaluación de los compañeros y el enorme coste en su implantación, entre otras. Con la finalidad de conseguir un modo más eficiente de obtener la información que brinda esta herramienta y adaptarla al sistema de evaluación y desarrollo de competencias de los alumnos de Grado, creamos una metodología que palia las dificultades observadas.

El objetivo de esta nueva forma de plantear los seminarios es la evaluación y el desarrollo de las Competencia de una asignatura. La secuencia se desarrolla a través de la realización de una tarea de equipo tras la que los participantes se autoevalúan, y son evaluados por sus compañeros y su profesor en su desempeño para que así cada participante reciba una información, un *Feedback* lo más rico posible. Al finalizar la metodología y la aplicación del *Feedback 360°* el alumno desarrolla un “Plan de Acción de Mejora Personal” que le posibilitará la aplicación de herramientas que le ayuden a la mejora en sus competencias.

Palabras clave: *Feedback 360°* - Innovación docente - Desarrollo de Competencias universitarias - Evaluación de las competencias

EL APRENDIZAJE SIGNIFICATIVO EN ESTUDIANTES DE ENFERMERÍA MEDIANTE NIVELES DE COMPLEJIDAD

AUTORA

Sendy Meléndez Chávez

Universidad Veracruzana (México)

Sendy23@hotmail.com

Introducción: El aprendizaje en los jóvenes universitarios demanda tiempo y dedicación del docente, este requiere de habilidades y destrezas. El estudiante de la carrera de enfermería necesita de experiencias educativas no teóricas si no practicas es decir que se debe llevar por pasos el aprendizaje del estudiante, en un primer momento se le proporciona las herramientas teóricas, en un segundo momento la práctica de manera simulada y un tercer momento la practica en un ambiente real por niveles de complejidad de ahí la importancia de la implementación de un proyecto docente para mejorar el aprendizaje de los jóvenes, en el primero, segundo y tercer nivel de atención de salud en un ambiente real con apoyo del docente y el personal de salud.

Objetivo: Lograr un buen nivel de aprendizaje en el estudiante de enfermería mediante la implementación de un proyecto docente “diseño instruccional de practica hospitalaria” mediante niveles de complejidad.

Método: Fue una intervención educativa, aplicada a 40 estudiantes; 19 del grupo “A” de febrero a mayo y 21 del grupo “B” de agosto a noviembre de 2014. Al ingresar al curso se dio un módulo introductorio, se presentó el plan de clases, formatos de evaluación, se aplicó un examen diagnóstico para medir los conocimientos previos, se vieron los procedimientos de manera teórica, realizando devolución de procedimientos básicos; instalación de venoclisis, baño de esponja en paciente inconsciente, dosificación de medicamentos, transfusión sanguínea y valoración de paciente adulto, se realizaron prácticas en un ambiente real en un hospital de segundo nivel de atención y el tercer nivel de complejidad se implementó en práctica de un ambiente real en un hospital de alta especialidad. Ha ambos grupos se les aplico un examen final para evaluar los conocimientos adquiridos así mismo se les asesora y entregan como trabajo final un proceso enfermero con enfoque de la teoría de Dorotea Orem.

Resultados: Los resultados obtenidos del grupo “A” en el examen diagnostico fueron que solo el 26% aprobó dicho examen, el 100% no han cubierto todos los servicios y no habían realizado las técnicas propias de los mismos, del grupo “B” el 33% aprobó el examen diagnóstico y más de la mitad de los estudiantes presentaba un incumplimiento de las técnicas y servicios, esto se logró superar con la aplicación del proyectó docente aplicado en ambos grupos, logrando que todos los estudiantes aprobaran el mismo examen diagnóstico más el cumplimiento de metas en los servicios faltantes en un 90%.

Conclusión: Se obtuvo un nivel de conocimiento mediante el aprendizaje significativo suficiente para egresar de la carrera de enfermería, demostrándolo en práctica clínica mediante una estancia en un hospital de otra ciudad y de alta especialidad, demostrando sus conocimientos mediante la atención a los usuarios con el equipo de salud y presentando los resultados de los procesos enfermeros en eventos científicos.

Palabras clave: Aprendizaje - Enfermería - Proyecto docente

PLATAFORMAS DE EDUCACIÓN ABIERTA RELATIVAS A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN: ANÁLISIS DE LA OFERTA DE OCW Y MOOCS EN ESPAÑOL

AUTORA

Carmen del Rocío Monedero Morales
Universidad de Málaga (España)
roi@uma.es

En el año 2001, el Massachusetts Institute of Technology (MIT) puso en marcha el primer *Open Course Ware (OCW)* auspiciado por la idea de que la enseñanza de las principales instituciones académicas mundiales debía ser accesible para toda la humanidad, una década después, la cifra de cursos ofertados por el MIT rondaba los dos mil entre grado y postgrado. Durante los últimos años se han dado una serie de circunstancias favorables para el desarrollo y expansión de este tipo de educación abierta, electrónica y gratuita: avances tecnológicos capaces de dar respuesta a las necesidades de este tipo de educación presentando un formato atractivo; oferta y demanda de formación *on line* y el incremento de los costes de la formación (Huggins & Smith, 2013), factores a los que debemos añadir la multiplicación de materiales educativos disponibles en formato digital.

Esta oferta educacional de carácter no lucrativo ha tenido una gran repercusión en los centros de educación superior de todo el mundo que no han dudado en brindar los materiales didácticos de muchas de las asignaturas que allí se imparten, organizados siguiendo la secuencia de un curso para promover el autoaprendizaje (a diferencia de la simple oferta de repositorios institucionales u *Open Archive*, que fue el embrión de los *OCW*). El siguiente estadio del proceso evolutivo de la educación abierta fue la concepción de cursos desarrollados específicamente *on line*, los llamados *Massive Open Online Courses (MOOC)*, cuyos contenidos se presentan en formatos escritos, audiovisuales e interactivos para guiar, facilitar y motivar el proceso de aprendizaje.

Debido al crecimiento exponencial de la oferta de *MOOC* que vivimos en nuestros días, el objetivo del presente artículo es poner en valor las diferencias entre ambas modalidades educativas en abierto, así como contabilizar, analizar y valorar la oferta existente de *OCW* y *MOOC* en español orientados al aprendizaje de distintas materias incluidas dentro del campo específico de las Ciencias de la Comunicación.

Para ello se rastarán las principales plataformas de educación en abierto así como las webs de universidades y otras instituciones de educación superior que ofrezcan este tipo de enseñanzas, cuya finalidad no es la consecución de un certificado académico sino la adquisición de conocimiento.

Unos de los resultados obtenidos tras el análisis revela que esta tendencia creciente en la oferta de *OCW* y *MOOCs* no siempre responde al espíritu altruista universal de algunas instituciones sino que en ocasiones, se trata de una cuestión de prestigio y de miedo a quedarse fuera de esta tendencia, es decir el “estar ahí”. Esta falta de motivación se demuestra en la escasa coherencia, planificación y calidad que presentan sus ofertas de cursos abiertos.

Palabras clave: *Open Course Ware (OCW)* – *Massive Open Online Courses (MOOC)* – Ciencias de la Comunicación – Educación abierta

“METAEDUCARTE” (MÉTODO PARA TALLERES DE EDUCACIÓN DESDE EL ARTE) EDUCACIÓN ARTÍSTICA PARA LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Cristina Moreno Pabón

Universidad Autónoma de Madrid (España)

cristina.moreno@uam.es

El Proyecto MeTaEducArte, desde sus orígenes en 2011, ha buscado en sus objetivos formativos y de enseñanza la educación integral del alumno; lógicamente esto incluye una pedagogía crítica que fomente en el alumnado valores para la justicia social. Autores como Peter Lawrence McLaren reputado pedagogo, en su obra *“La vida en las escuelas”* de 2005, ha defendido este tipo de pedagogía, que luche por la igualdad y justicia social en todos los aspectos.

Con esta inquietud por profundizar en investigaciones llevadas a cabo dentro del arte y la justicia social, en el año 2014, surge la posibilidad de colaborar con el “Grupo de Investigación Cambio Educativo para la Justicia Social (GICE)”, de la Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Formación del Profesorado y Educación. Este grupo, no tenía ninguna área de investigación que incluyera la Educación Artística, pero sí muchas ganas de abrir una vía en esta dirección. Nace de esta forma la línea de investigación. “Educación Artística para la Justicia Social”. El GICE, ha realizado numerosas publicaciones y actividades recogidas en su página web www.gice-uam.es/ y en la página ning: <http://giceuam.ning.com/>. Se trata de un grupo con espíritu joven y luchador, que une fuerzas desde distintas disciplinas.

Los resultados obtenidos con MeTaEducArte, han sido sumamente satisfactorios, en el ámbito universitario y la enseñanza reglada. Algunos talleres realizados fuera del entorno universitario, han reafirmado el interés que este tipo de enseñanza comprometida genera en el individuo. No es ninguna novedad que el arte y los artistas han reflejado en sus obras las inquietudes en ellos latentes ante la injusticia social. El arte ha sido un instrumento incuestionable para promover y reivindicar la justicia en la social, en cualquier época.

El Proyecto MeTaEducArte, crece ampliando sus talleres con un mayor compromiso desde la educación artística. Nuevos talleres y proyectos se llevarán a cabo en formación no reglada y centros desfavorecidos o deprimidos socialmente. Este método ha defendido siempre el artista que nos habita y el poder del arte como terapia. Pretende así empoderar al individuo ante una sociedad que reclama empatía y concienciación por parte de este. La naturaleza se revela ante esta falta de empatía que la sociedad actual está mostrando. Desde esta perspectiva, se necesitan artistas “de a pie” que utilizando como herramienta el arte, se hagan oír en una búsqueda común por un mundo mejor y más justo. La creatividad artística desarrolla la capacidad crítica del individuo. Actualmente no se le está dando el valor a la educación artística que esta merece. Asignaturas como educación plástica y visual o la música, están viendo como son prácticamente anuladas en los currículos de la educación reglada.

La recogida de datos de todos estos talleres posibilitará la evaluación de esta investigación, que se presentará en posteriores publicaciones.

Palabras clave: MeTaEducArte - Justicia Social - Educación Artística - Talleres de Arte

LA IMAGEN DEL PROFESORADO EN LIBROS DE TEXTO DE EDUCACIÓN FÍSICA EN PRIMARIA

AUTORES

Irene Moya Mata y Concepción Ros Ros

Universidad de Valencia y Universidad San Vicente Mártir (España)

irene.moya@uv.es y concepcion.ros@ucv.es

INTRODUCCIÓN

La labor profesional de los docentes siempre ha estado en el foco de todas las miradas (López Refillo & González García, 2006). Como señala Hargreaves (2003), el profesorado se enfrenta a una “paradoja profesional” que lo convierte en el principal responsable para amortiguar algunos de los problemas de la sociedad actual y su transformación en la sociedad del conocimiento. En la Educación Física (EF), la imagen que se transmite en los libros de texto del profesorado, constituye un tema de interés para los investigadores, respecto a la reproducción de estereotipos, corporales.

MÉTODO

El objeto de esta investigación es analizar la figura del profesorado que aparece en las imágenes de los libros de texto de EF en la etapa de Educación Primaria (EP). Se realiza un estudio descriptivo univariante y bivariante, que utiliza el análisis de contenido como técnica central de la investigación. La muestra universo está formada por 45 imágenes, pertenecientes a las editoriales: Anaya, Edelvives, Santillana, Serbal y Teide, que han publicado sus libros de texto a partir de la Ley de Educación 2/2006 (más conocida como LOE). Para el análisis de las imágenes, se utilizó el sistema de categorías, adaptado a la etapa de Primaria, de Moya-Mata, Ros, Bastida, y Menescardi (2013). Se realizó el tratamiento de la información mediante el paquete estadístico SPSS versión 20.0.

RESULTADOS

a) Resultados referentes a las características técnicas de la imagen

Los resultados muestran que la *editorial* Serbal (33%), representa más imágenes del docente de EF, frente a las editoriales de Anaya (27%), Teide (22%), Santillana (13%) o Edelvives (5%). El *ciclo* donde la representación es mayor es el Primer Ciclo (60%), frente al Segundo (27%) o Tercer Ciclo de EP (13%). El *dibujo* (93%) predomina frente a la fotografía (7%), siendo todas en *color*.

b) Resultados referentes al personaje representado

El *sexo* predominante en el docente es femenino (64,5%) frente al masculino (35,5%). De *edad* joven (64,5%) frente a maduro (35,5%). De *raza* blanca (100%) y *somatotipo* delgado o ectomorfo (73%) frente al endomorfo (20%) y mesomorfo (7%), respectivamente. Con *indumentaria* deportiva (100%) y sin discapacidad (100%).

c) Análisis bivariante: género-edad y género-somatotipo

Predomina el *hombre-maduro* (62,5%) y la *mujer-joven* (79%). También predomina el *hombre-delgado* (62,5%) y la *mujer-delgada* (79%); apareciendo el somatotipo “mesomorfo” sólo en el hombre (19%).

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Existe un cambio respecto a los estereotipos asociados al docente de EF; ya que la figura femenina prevalece frente a la masculina; figura vinculada de forma tradicional y hegemónica al mundo del deporte. Se mantienen estereotipos con respecto a la juventud, la raza blanca o la ausencia de discapacidad, entre otros. Como docentes, es nuestra labor revisar los documentos y materiales que ofrecemos a nuestro alumnado, con tal de eliminar estos estereotipos.

Palabras clave: Docente – Imagen – Libro de texto – Educación Física – Educación Primaria

ARTE – ACCIÓN LÚDICA: PROYECTO “BABEL”

AUTORA

Rosario Naranjo López

Universidad Autónoma de Madrid (España)

rosario.naranjo@uam.es

Con esta propuesta, “Arte –Acción lúdica”, se pretende satisfacer a la política educativa actual, a las necesidades sociales y al espacio europeo de educación superior, atendiendo con ella a una necesidad crucial de justicia social. Es una propuesta de trabajo artístico grupal para impartir talleres a un grupo muy numeroso de personas de distintas nacionalidades, con idiomas y culturas diferentes.

Con la idea tomada de la historia bíblica de “La torre de Babel” se inicia este proyecto educativo. Se trabaja la comunicación y el lenguaje del arte. Este es un lenguaje comprendido por todos los seres humanos y con el que poder comunicarse sin el uso de la palabra, un lenguaje que no tiene la barrera del idioma, que es común a todos.

Este proyecto se ha realizado con los alumnos de la asignatura “Fundamentos de la Educación Artística, Plástica y Visual” en la especialidad de Educación Primaria de la Facultad de Formación de Profesorado y Educación de la UAM.

Se utiliza el juego como herramienta para comenzar a formar grupos de trabajo de forma aleatoria, ya que lo que se pretende es que los alumnos se relacionen, y se conozcan entre ellos. Se pretende evitar los grupos preestablecidos y de esta manera conseguir una mayor sociabilización del alumnado.

La metodología que se va a utilizar es la de dinámica de grupos, que servirá para fomentar la comunicación, la creatividad, el dinamismo y el apoyo mutuo.

Con este proyecto, los alumnos aprenderán los fundamentos y conceptos de la educación plástica, visual y artística, así como las características y aspectos más relevantes del lenguaje visual. También conocerán conceptos básicos sobre la creatividad, los procesos y las estrategias más utilizadas en la creación de imágenes.

Está dirigido al desarrollo de las cualidades personales tales como sensibilidad, originalidad, creatividad y destrezas manuales con el uso adecuado de materiales, técnicas e instrumentos para la realización de obras artísticas.

Permite conocer el lenguaje artístico, plástico y visual en sus distintas formas y medios de expresión: dibujo, escultura, pintura, grabado, fotografía, nuevas formas de expresión y recursos digitales.

Por otra parte, enseña al alumno metodologías didácticas y de organización al servicio de la comunicación intercultural. Formando maestros que sepan atender a la diversidad cultural desde los principios de igualdad, interacción, transformación social y enriquecimiento entre culturas.

Palabras clave: Proyecto – Didáctica – Educación Artística – Lenguaje – Grupos

LOS MODELOS EAD, LOS CONOCIMIENTOS Y PRÁCTICAS DE ENSEÑANZA DEL TUTOR EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN TIPO DE DISTANCIA

AUTORES

Roberta Rossi Oliveira Palermo y Luciana Maria Giovanni

Pontificia Universidad Católica de São Paulo (Brasil)

roberta_rossi@ig.com.br, lmgiovanni@uol.com.br

La investigación en el desarrollo se dedica en el contexto de socialización profesional del tutor, de acuerdo con los modelos de educación a distancia y sus implicaciones para el conocimiento enseñanza y el papel del tutor en la educación superior en la distancia. El objetivo es reunir los elementos que caracterizan el conocimiento y tutores de los conocimientos básicos en la educación superior en la distancia, así como su desempeño profesional, lo que permite el reconocimiento del trabajo tutor como otra faceta de la enseñanza. Esta investigación incluirá una búsqueda en la literatura y, a continuación, la investigación documental y la investigación de campo en la enseñanza de los conocimientos, habilidades y prácticas profesionales tutor en la educación superior en la distancia. Como fuentes de apoyo teórico el estudio propone considerar autores que están relacionados con el área de la sociología de la educación, sobre todo cuando se trata de la enseñanza y el conocimiento de las relaciones que se establecen entre la enseñanza y la identidad profesional.

Con respecto a la comprensión de la naturaleza de la enseñanza y el conocimiento de sus fuentes de adquisición por Maurice Tardif y Danielle Raymond, así como para la comprensión de la enseñanza, Maurice Tardif y Claude Lessard. Para entender las condiciones necesarias para la enseñanza de la empleabilidad y su valor social, Denise Vaillant; Carlos Marcelo García, para entender el conocimiento de la experiencia adquirida en el espacio de la enseñanza, así como la formación y el desarrollo profesional; Claude Dubar, mención específica de otros autores para definir la enseñanza de identidad profesional; Lee Shulman para identificar el pensamiento del tutor y el conocimiento profesional básica para el ejercicio de su función docente; Daniel Mill para explicar el concepto de la enseñanza en la distancia; y Herbert Marcuse y Marin para definir y ampliar el concepto de la tecnología. El objetivo de la búsqueda en la literatura para identificar y caracterizar la investigación sobre este tema en las universidades, además de Brasil, Reino Unido, España, Portugal, Alemania, EE.UU., Canadá y Sul da África, así como la investigación de las perspectivas para el análisis actual de las obras seleccionado, que se definen como conocimiento explícito y tutores de los conocimientos básicos en la educación superior en la modalidad a distancia, y sus actividades profesionales que permiten el reconocimiento del trabajo como tutor docente.

Palabras clave: Educación a Distancia - Educación Superior - Educación y Profesor Tutor de Identidad - Conocimiento Enseñanza - Búsqueda Bibliográfica

¿QUÉ ENSEÑA LA ESCUELA A LA UNIVERSIDAD? APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS EN UNA FACULTAD DE EDUCACIÓN INFANTIL Y PRIMARIA

AUTORAS

Davinia Palomares Montero, María Dolores Soto González y María José Chisvert Tarazona
Universidad de Valencia y Florida Centro de Formación de Catarroja (España)
davinia.palomares@uv.es; lsoto@florida-uni.es y maria.jose.chisvert@uv.es

Este trabajo parte de la presunción de que la formación universitaria del profesorado de educación infantil y primaria amplía su conocimiento si es capaz de aprovechar lo que emana de las escuelas. Se establecería de este modo un *continuum* en la construcción de conocimientos entre ambas instancias. La complicidad entre la teoría y la práctica nace de la necesidad de observar los supuestos teóricos de las prácticas, así como las prácticas que se deducen de las teorías.

De esta forma, la relación universidad-escuela permitiría que la distancia existente entre las afirmaciones teóricas que se desarrollan en la Universidad, las cuales invocan una realidad, vean el sentido vivo en la escuela, espacio de conocimiento práctico. La experiencia que se presenta es una iniciativa desarrollada en tercer curso de los Grados de Educación Infantil y Primaria por Florida Universitaria, centro adscrito a la Universidad de Valencia.

El objetivo del presente trabajo es relatar como la formación del estudiantado universitario en las escuelas posibilita el aprendizaje competencial. Currículum como proceso que invita a la reflexión sobre qué enseñar y aprender, sin obviar respuestas al para qué, al cómo, o al qué, cómo y cuándo evaluar. La metodología aplicada se basa en el Aprendizaje Basado en Problemas.

Esta metodología, por un lado, permite la adquisición de contenidos propios de las asignaturas y, por otro lado, permite crear una actitud favorable hacia el trabajo en equipo. Los resultados muestran como el aprendizaje profesional en las escuelas lleva al estudiantado a una práctica reflexiva que amplía sus competencias docentes.

Palabras clave: Aprendizaje profesional – Competencias – Aprendizaje Basado en Problemas – Formación en alternancia – Relación Universidad-Empresa

LA GESTIÓN CURRICULAR PARA LA JUSTICIA EDUCATIVA Y ESCOLAR

AUTORAS

Rubí Surema Peniche Cetzal y Norma Graciella Heredia Soberanis

Universidad Autónoma de Yucatán (México)

rpeniche@uady.mx y nheredia@uady.mx

Reconocer el aspecto político en las escuelas es necesario para avanzar en la formación cívica de los y las jóvenes. Como Martínez (2005) menciona, las escuelas, como sistemas políticos son una metáfora acerca de los significados de política construidos en éstas. La forma como son tomadas las decisiones en las escuelas, así como el manejo del poder en las interacciones que se dan dentro de la misma, sobre todo entre la comunidad académica y estudiantil, son relevantes para comprender qué tipo de formación ciudadana se está dando y qué significados son construidos en la juventud para su participación en la vida política.

La política escolar es un orden civil en relación a otro orden civil más extenso en la relación de habilidades y un importante rol en el proceso de democratización relativo a lo político, lo social y lo económico. La democracia depende y necesita gente con orientaciones cognitivas, afectivas que son apoyo para la democracia, entiende el sistema político como un todo, los roles políticos de las élites operan el sistema, las decisiones políticas y la política refuerza el aparato del sistema, el yo mantiene una relación con la política. Tiene sentido lo político en las escuelas en cuanto que significa normas para muchos en el interés de todos; pero, dominados los asuntos económicos y tecnocráticos, se ha avanzado poco en la política educativa. (Martínez, 2005, p. 30.)

Por tales razones y posturas, este estudio tuvo como objetivo comprender las prácticas políticas y académicas en la administración del Centro Nicodemo, vinculadas con la justicia social y educativa, que configuran ideologías de poder en la formación de jóvenes que cursan un bachillerato comunitario enmarcado tanto en un contexto social de desventaja socioeconómica y cultural, como en un contexto político de responsabilidad social, con base en la experiencia del Coordinador General del centro. Fue llevado a cabo un estudio de caso cualitativo, construido bajo paradigmas interpretativos y críticos. El caso fue el Centro Nicodemo en Yucatán, México, y como parte de éste fue considerado el análisis de la administración general del centro. Como técnicas de recolección de datos fueron empleados el análisis de documentos, la entrevista individual, grupos focales y observaciones no participantes.

Al parecer, y a manera de conclusión queda claro que hay mucho por trabajar en la línea de la justicia educativa, vinculando su estudio y consecución a través de prácticas políticas democráticas que acerquen cada día más, las comunidades académicas y estudiantiles a las comunidades locales, a las comunidades mayas, ricas en experiencia de vida, en conocimientos tácitos, que nos proporcionan situaciones auténticas, de las cuales investigadores/as, profesorado y alumnado universitario tenemos mucho que aprender y compartir. Lograrlo no es fácil, será un camino inacabado, una constante búsqueda y transformación de sí mismos con las comunidades. La inclusión, el diálogo y el trabajo colaborativo, basado en el respeto, la tolerancia y el compromiso con el rescate de la dignidad humana, más allá de la riqueza económica, es fundamental para ello.

Palabras clave: Gestión curricular - Justicia - Administración escolar

EL POSGRADO EN LA UNIVERSIDAD PÚBLICA. UNA REVISIÓN ESTRUCTURAL DE URGENCIA

AUTORAS

Concha Pérez Curiel y Pilar Limón Naharro

Universidad de Sevilla (España)

cperez1@us.es y pilar.limon.ext@juntadeandalucia.es

La vorágine de másteres oficiales y títulos propios de ámbito público o privado que asolan la Universidad necesita de una reflexión capaz de avalar el discurso de la especialización, de la empleabilidad y de la excelencia internacional.

Urge hablar de calidad, especialización y proyección laboral en los estudios de posgrado, másteres oficiales y títulos propios de las universidades. Urge analizar los formatos internacionales. Urge conocer los resultados de encuestación de los sujetos y organizaciones implicados. Y sobre todo, urge reflexionar sobre los modelos actuales y la responsabilidad formativa institucional ante la demanda del mercado.

El análisis de la oferta de cursos de posgrado es prueba manifiesta de la homogenización en la que incurren y sobre todo de la falta de rigor y a veces de honestidad, con promesas y expectativas incapaces de cumplir. Tres más Dos o Cuatro más Uno ha sido la combinación más escuchada en los últimos meses desde el anuncio institucional de cambios en la política universitaria de grado y máster.

La postmodernidad demanda profesionales especializados con un elevado nivel cultural, científico y técnico al que las enseñanzas universitarias tienen el reto de ofrecer respuestas. Para ello, los estudios oficiales de Posgrado asumen como finalidad la especialización del estudiante en su formación académica, profesional o investigadora y su preparación para el mercado laboral.

Hipótesis y contexto provocan una investigación que tiene como objetivos conocer el producto máster, comparar sus contenidos y prestaciones y proponer alternativas de interconexión entre la universidad, la empresa y la sociedad.

Metodológicamente, la investigación se sustenta en el análisis de la legislación que configura el actual Espacio Europeo de Educación Superior y de los documentos del Sistema de Garantía de Calidad del Título (SGCT) así como de su adaptación a realidades concretas. El documento marco del sistema de garantía de calidad de los programas oficiales de posgrado de la Universidad de Sevilla puede ser una útil herramienta de medición y evaluación del producto. Como constata en su normativa abarca una serie de acciones que van desde la fase de diseño del Título hasta su acreditación por la ANECA y que estarán en consonancia con los criterios y directrices para la garantía de calidad en el Espacio Europeo de Educación Superior, elaborados por la Agencia Europea de Aseguramiento de la Calidad en la Educación Superior (ENQA). Aspectos destacados de los mecanismos de supervisión de los másteres oficiales son el perfil formativo, los resultados académicos o la inserción laboral de los egresados. La observación participante y las entrevistas (desde la triple perspectiva: empleador, profesor y estudiante) completan el diseño del método.

Palabras clave: Posgrado – Especialización – Calidad - Empleabilidad – Espacio Europeo de Educación Superior

UTILIZACIÓN DEL VÍDEO COMO ELEMENTO EDUCATIVO. IMPLEMENTACIÓN, POTENCIALIDADES Y TENDENCIAS EN DIFERENTES RAMAS DEL CONOCIMIENTO

AUTORES

Francisco Javier Pérez de la Cruz y Sagrario Pérez de la Cruz
Universidad Politécnica de Cartagena y Universidad de Almería (España)
javier.cruz@upct.es y spd205@ual.es

El avance de las nuevas tecnologías y la adaptación de los recursos educativos a las mismas está permitiendo incorporar a la docencia elementos novedosos que facilitan, tanto el aprendizaje como la motivación del alumnado ante la materia expuesta.

El uso en la docencia de ordenadores, tabletas y proyectores, como nuevos soportes para la exposición y desarrollo de los temas permite incluir en las clases elementos que, hasta ahora, no estaban presentes en las aulas. Dentro de estos nuevos recursos destaca el uso del vídeo como herramienta docente.

Además de otras innegables ventajas, la potencialidad más importante de este recurso es el propio formato del vídeo, que hace más atractiva la tarea formativa y permite aumentar la motivación del alumnado, introduciendo elementos de realidad y de indudable aplicación dentro del marco, muchas veces teórico, en el que se desarrollan las clases.

En el presente trabajo, partiendo de la definición y clasificación de los vídeos, se identifican de forma genérica los aspectos más destacados de su uso en la docencia, sus aplicaciones, ventajas y posibles dificultades a superar en su utilización. Dando un paso más en el estudio de esta herramienta, en este trabajo se expondrán las diferentes experiencias que se están realizando actualmente en la Universidad Politécnica de Cartagena (UPCT) y en la Universidad de Almería (UAL) con el fin de profundizar en el desarrollo, uso y aplicación del vídeo como recurso docente en las diferentes áreas de conocimiento que participan, destacando las características específicas de cada una y aquellas que pueden considerarse comunes e independientes del tipo de estudios donde se emplean.

Dentro del campo de la ingeniería (UPCT), el uso del vídeo permite tener acceso a un mayor conocimiento de los dispositivos empleados, así como de los procedimientos a realizar, materiales de uso, aplicaciones en situaciones concretas, etc. En el caso de los estudios de fisioterapia (UAL), la utilización de vídeos permite complementar la formación adquirida en las sesiones prácticas de grupos reducidos, así como facilitar la adquisición de conocimientos de forma adecuada y supervisada por el docente de la asignatura.

Los resultados de este estudio pueden ser de enorme interés con el fin de aprovechar las múltiples posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen en el desarrollo de nuevos espacios educativos, acordes con los usos y tendencias del mundo actual.

Palabras clave: Nuevas tecnologías – Vídeos – Docencia – Experiencia interuniversitaria

CÓMO DESARROLLAR Y EVALUAR COMPETENCIAS EN EL ALUMNADO UNIVERSITARIO. LA PARTICIPACIÓN EN UN CONGRESO CIENTÍFICO COMO UNA HERRAMIENTA METODOLÓGICA.

AUTORAS

Carolina Pérez Dueñas y Adoración Antolí Cabrera

Universidad de Córdoba (España)

cpduenas@uco.es y aantoli@uco.es

Uno de los objetivos fundamentales de la formación universitaria es fomentar en el alumnado una actitud activa y autónoma hacia la adquisición de su propio conocimiento (Brauer, 2013). En ocasiones, es difícil trasladarles esta actitud debido a la propia estructura del aula y la forma en que se organiza la docencia. Aspectos positivos relacionados con la propia organización docente, dificultan a su vez que el alumnado tome las riendas sobre qué quiere aprender y sobre qué aspectos quiere profundizar, y le impiden asumir un papel activo en su propio proceso de enseñanza-aprendizaje. A pesar de ser el aprendizaje por descubrimiento guiado por el profesor uno de los objetivos fundamentales de la educación superior (Informe Boyer, 2003), detectamos que se necesitan nuevas fórmulas docentes para conseguir sacar al alumnado de la “comodidad” en la que se encuentra con otras metodologías tradicionales.

Otro de los puntos a desatacar dentro del Espacio Europeo de Educación Superior, en la que incide el proyecto *Tuning*, es la importancia de una enseñanza basada en el desarrollo de habilidades o competencias, además de una enseñanza universitaria basada en la investigación.

Con estos objetivos presentamos una metodología que hemos puesto en práctica con resultados muy positivos, tanto en el desarrollo de competencias, como en la motivación generada en el alumnado. Nuestra propuesta consiste en la realización de un congreso científico donde los propios alumnos son los protagonistas como organizadores, autores y ponentes de las presentaciones orales y los posters científicos, siempre con la guía de un tutor. Las temáticas abordadas en el congreso están relacionadas y coordinadas con las asignaturas de los grados de educación infantil y de primaria, siendo el eje temático la Psicología en el ámbito educativo. El propio alumno selecciona su tema de investigación específico en función de sus intereses. Éste aspecto es fundamental para aumentar la motivación intrínseca a partir de la participación en las decisiones que atañen a su propia formación. Antes del congreso se ofertan distintos talleres específicos que ayudan a desarrollar y a practicar las competencias objetivo, y que tratan aspectos como: búsqueda y organización de información científica, habilidades de comunicación y manejo de la ansiedad ante la exposición en público, y uso de tecnologías de la información para la presentación y diseño de posters.

Los principales objetivos a alcanzar son: desarrollar las competencias básicas contenidas en los planes de estudio, eliminar barreras para una adecuada formación interdisciplinar, potenciar y valorar la autonomía y el rol activo en el aprendizaje del alumnado, hacer del aprendizaje basado en la investigación un estándar, aprender a usar de forma creativa las tecnologías de la información, cultivar el sentido de comunidad educativa e intercambiar conocimientos y procedimientos entre estudiantes y profesionales en activo invitados al evento.

Palabras clave: Desarrollo de competencias - Aprendizaje activo autónomo - Competencias comunicativas - Formación universitaria - Metodología didáctica

EL EMPLEO DE LA IMAGEN EN LA DIDÁCTICA GENERAL Y EN LAS ENSEÑANZAS ESPECÍFICAS

AUTOR

Enrique Pérez Romero

Universidad Complutense de Madrid (España)

kubdey@hotmail.com

Cuando en septiembre de 1997 me licencié en Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva (hoy, Comunicación Audiovisual), como especialización de Ciencias de la Información en la UCM, tuve que abrir una amplia reflexión ante una evidencia desconcertante: durante mis cinco años de estudio de la imagen, la propia imagen había sido empleada como herramienta docente en poco más del 5% del currículo. Me pregunté si eso tenía alguna lógica y cómo sería el empleo de la imagen en el resto del sistema educativo si en los estudios especializados se encontraba en ese nivel.

La fotografía (como primer escalón de la imagen tecnológica reproducible) tiene ya 189 años de existencia; el cine, 120; la televisión, 88. Por citar los tres medios fundamentales de producción y reproducción de imágenes, a los que habría que añadir Internet (36 años) como contenedor y difusor de todo tipo de contenidos audiovisuales. Con esto quiero poner de relevancia que son casi dos siglos de desarrollo de la cultura visual de masas, en los que apenas se ha avanzado en el uso de la imagen como herramienta docente, mientras su presencia social ha ido aumentando exponencialmente.

Esta ponencia no trata sobre la necesidad de incluir el estudio de la imagen en la globalidad del sistema educativo —esto es más propio de los contenidos de la docencia que de la forma de la docencia— sino de la insoslayable urgencia de utilizar la imagen como herramienta al impartir los contenidos en el entorno del sistema educativo. Primero, en un ámbito general y, segundo y más importante, en un ámbito especializado de estudios audiovisuales.

En un ámbito general, el empleo de la imagen en la didáctica de los contenidos y en la traslación de valores es crucial por las siguientes razones: a) la coherencia con lo que el estudiante encuentra en su vida diaria facilita y refuerza el aprendizaje a través de ese medio; b) la capacidad de la imagen para sintetizar pensamientos complejos; c) la dinamización que supone la mezcla de diferentes metodologías en el aula, y que puede facilitar la atención del alumnado, y d) la amplitud de contenidos tratados por la imagen tecnológica en sus dos siglos de historia.

En el ámbito de los estudios audiovisuales específicos no es necesario insistir en la conveniencia de que la fotografía, el cine y la televisión estén presentes de forma permanente y diaria dentro del aula. Es imprescindible para su estudio histórico, su análisis de contenidos, la ejemplificación dinámica de todas o casi todas las materias, así como para incentivar y facilitar el impulso de los alumnos a la práctica técnica de la imagen.

El cortometraje, por ejemplo, es un formato perfecto, por su duración y naturaleza para incluir en todas las enseñanzas existentes en nuestro sistema educativo.

Palabras clave: Imagen – Cultura de masas – Docencia – Sistema educativo – Aprendizaje

A MEDIAÇÃO NO PROCESSO DE APRENDIZAGEM SOCIAL: AÇÃO COLABORATIVA ENTRE O PROFESSOR E O ALUNO

AUTORES

Jimmy Pierre y Maria Silvia Rosa Santana

Universidade Estadual de Matogrosso do Sul (Brasil)

jjipy82@gmail.com y mariasilvia@uems.br

Através deste trabalho pretendemos promover uma reflexão acerca da categoria de mediação para a Teoria Histórico-Cultural, cujo representante principal é L. S. Vygotsky. Este referencial teórico defende o princípio de que o desenvolvimento humano é um processo promovido pela relação social que ocorre entre o homem e o mundo, mediado pela relação do homem com outros homens. Nesse sentido, a qualidade do desenvolvimento da criança decorre da qualidade das relações mediadas pelo contato desta com o adulto.

Para isso, consideramos que alguns elementos são essenciais para a existência da mediação, sobretudo o instrumento, o sujeito e o signo. Para levar a cabo nossa análise, objetivamos explicitar o papel da mediação no processo de ensino e aprendizagem escolar, baseando-nos nos estudos de Vygotsky. Consideramos a Teoria Histórico-Cultural como a mais importante referência teórica para a educação na atualidade, por fornecer subsídios sobre o desenvolvimento psíquico da criança, aporte teórico para a elaboração de uma prática pedagógica revolucionária e, conseqüentemente, de Projetos Político-Pedagógicos relacionados com cada realidade escolar.

Trabalho pedagógico focado na relação colaborativa entre professor e aluno, de modo a promover a formação das funções psicológicas superiores, que são elementos estreitamente ligados com o processo de desenvolvimento das crianças durante o período escolar. Assim, fazer uma abordagem sobre a estreita relação que existe entre a zona de desenvolvimento próximo com o entendimento do caráter social do desenvolvimento humano e das situações de ensino escolar.

Palavras-chave: Funções psicológicas superiores – Mediação – Zona de Desenvolvimento Proximal

MARCO DE REFERENCIA PARA EL DISEÑO DE PROYECTOS EDUCATIVOS MEDIADOS POR TIC

AUTORA

Julia Andrea Pineda Acero

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

julia.pineda@unisabana.edu.co

Un proyecto educativo es un esfuerzo temporal que busca resolver de manera estructurada un problema identificado en el ámbito pedagógico, y que suele ser el medio para el logro de objetivos institucionales. Aunque cada proyecto es único, la estructura del ciclo de vida incluye a modo genérico el inicio, la planificación, la ejecución y el cierre; siendo la planificación, explícita en el diseño del proyecto, la etapa más crítica y compleja dado que es allí donde se establece el alcance, se clarifican los objetivos y se definen las acciones a realizar.

Por consiguiente, y teniendo en cuenta que dentro de la sociedad del conocimiento el uso y la apropiación de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) se han convertido en un factor clave para alcanzar resultados estratégicos, se hace evidente la necesidad de un marco de referencia que pueda ser puesto a disposición de las entidades educativas y utilizado como soporte al diseño de proyectos educativos cuya solución contemple la mediación de las TIC. El objetivo de este artículo es presentar una propuesta para dicho marco, resultado de una revisión bibliográfica metódica y la sistematización de la experiencia como orientadora del curso de diseño en la “Maestría de Proyectos Educativos mediados por TIC” de la Universidad de La Sabana.

Dentro de las deficiencias encontradas en esta investigación en los diseños formulados por los maestrantes, se tiene el desconocimiento de la naturaleza de los proyectos, una percepción errada de la realidad educativa o de la causalidad del problema, una inadecuada identificación de requerimientos y recursos, la falta de prospectiva frente a los logros, la omisión de personal clave dentro de la comunidad educativa, y un desconocimiento de las TIC como herramientas pedagógicas. Es por ello, que el marco inicia con la presentación de los conceptos clave asociados a proyectos educativos, y posteriormente aborda aquellos elementos que de manera común deben considerarse para solucionar un problema educativo con mediación TIC.

Específicamente, se proponen cuatro bloques de elementos que interactúan entre sí, y los cuales se denominaron fundamento problémico, que aborda el contexto institucional y el problema educativo; eje de acción, que corresponde al componente pedagógico, organizacional y tecnológico; base institucional, que contempla tanto los principios de la entidad como las normas, políticas, lineamientos, códigos, y estándares de calidad; y control, que incluye alcance, calidad, tiempo, costos, recursos y riesgos. Se espera que este marco, sea un instrumento de planificación y de carácter pedagógico, que mitigue la dificultad de la formulación de los proyectos educativos, contribuya a lograr diseños viables y efectivos, y potencie una implementación exitosa con resultados pertinentes y de alto impacto.

Palabras clave: Proyecto Educativo - Diseño de proyecto - TIC - Educación

ENFOQUE POR COMPETENCIAS A TRAVÉS DEL DESARROLLO DE PROYECTOS EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR: EL CASO DEL INSTITUTO DE FORMACIÓN TÉCNICA SUPERIOR (IFTS) N° 13

AUTORAS

María Patricia Prada y Patricia Mónica Alléndez Sullivan
Instituto de Formación Técnica Superior (Argentina)
maria.prada@bue.edu.ar y patricia.allendez@bue.edu.ar

El Instituto de Formación Técnica Superior (IFTS) No.13, dependiente del Ministerio de Educación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Argentina, es una institución de educación superior no universitaria que ofrece la tecnicatura superior en bibliotecología.

Este trabajo presenta el modo en que la implementación de proyectos educativos permite incorporar de manera significativa el enfoque por competencias en el ambiente de aprendizaje de esta institución. Estos proyectos implementan experiencias centradas en desempeños que requieren tanto de alumnos como de docentes la aplicación de estrategias que ponen en juego conocimientos y habilidades en situaciones nuevas.

Esta innovación estratégica se establece como un recurso valioso por su potencialidad para integrar acciones tendientes a generar nuevas formas de comunicación y colaboración intra e interinstitucional, difundir el conocimiento producido en la institución, y al mismo tiempo, posicionar al instituto como escuela de formación en bibliotecología.

Se toma al desarrollo profesional como componente vertebrador de estos proyectos debido a que aquel tiende a fortalecer capacidades y adquirir competencias por parte de docentes y alumnos, en fuerte vinculación con sus prácticas formativas e institucionales, abarcando e integrando a otros actores del quehacer profesional docente y bibliotecario en instancias de formación propiamente dichas y también en otras acciones vinculadas con el proyecto curricular del instituto.

Los ejes de estos proyectos educativos tienen en cuenta las competencias y habilidades del bibliotecario del siglo XXI articulando el trabajo académico, desde la experiencia y la práctica de los docentes, con la incorporación de los alumnos al desempeño laboral, por medio de la práctica profesional, teniendo en cuenta el diálogo continuo y la cooperación con otras instituciones, con el propósito de contribuir a la formación integral de los futuros bibliotecarios.

Palabras clave: Enfoque por competencias - Desarrollo de proyectos - Innovación educativa - Educación superior - Instituto de Formación Técnica Superior (IFTS) N° 13

USO DE ESTRATEGIAS DE GAMIFICACIÓN EN FÍSICA Y QUÍMICA DE SECUNDARIA

AUTOR

Felipe Quintanal Pérez

Colegio marista “La Inmaculada” de Granada (España)

fqyfgyfq@gmail.com

El *fundamento* del proyecto realizado se basa en que uno de los principales problemas al que se enfrenta actualmente la Didáctica de la Física y Química y la enseñanza–aprendizaje escolar de esta materia es la dificultad que presentan los alumnos para acercarse a una visión holística de la asignatura y descubrir su funcionamiento e implicación en procesos cotidianos de sus vidas, lo que repercute en una falta de motivación hacia esta materia. De ahí que el *objetivo general* planteado ha sido el uso de diversos mecanismos de gamificación, aplicados a la Física y Química de 4º de E. S. O., así como el diseño de estrategias de gamificación que han permitido a los estudiantes acercarse de una manera lúdica y diferente a esta materia

La consecución de este objetivo general ha implicado el desarrollo de una *metodología diversificada*. En primer lugar se encuentra la elección de la muestra, escogida por invitación, que abarcó 67 alumnos de 4º de E. S. O., que cursaban la asignatura de Física y Química, pertenecientes a un centro educativo andaluz, verificándose un muestreo por conglomerado y que fue sometida a una serie de acciones educativas. En segundo lugar se desarrollaron los recursos y los contextos adecuados para poder gamificar diversas sesiones del aula. Estas estrategias consistieron en el uso de los juegos denominados “fórmulas químicas a la carrera”, “championship de fórmulas y nombres químicos”, “ruleta de la ciencia”, “tesoro sumergido”, concursos de “problemas desafío” y la propuesta de que diseñasen un juego sobre la temática propuesta de energía y ondas.

Los diversos *resultados obtenidos* se pueden resumir en:

Las *estrategias usadas* (juegos en equipos, individualmente, modificaciones de las reglas y recompensas) son estimadas por los alumnos como destrezas muy apreciadas, valorándose de manera muy buena o excelente mediante un cuestionario de autoevaluación que se les pasó individualmente.

Los *juegos empleados* obtienen una evaluación media que oscila entre muy buena y excelente, destacando el torneo de fórmulas y el tesoro sumergido, aunque las alumnas prefieren ligeramente el diseño del juego educativo a jugar al tesoro sumergido.

En cuanto a *las actividades de gamificación* efectuadas son valoradas con una ponderación equivalente a muy buena. Por sexos, aunque no aparecen diferencias notorias entre las apreciaciones de los estudiantes y de las alumnas, es levemente superior la de los alumnos.

Por último, la *satisfacción personal* de los estudiantes con este proyecto es muy alta, mayor también en alumnos que en alumnas.

Las *conclusiones principales* de nuestra propuesta consisten en sugerir la gamificación como elemento dinamizador y motivante en la enseñanza–aprendizaje de la Física y Química de E. S. O., así como en otras materias del currículo y de otros niveles. Además, se puede gamificar en clase empleando poca tecnología.

Palabras clave: Gamificación – Secundaria – Física y Química – Estrategias

DOCENCIA EN EL CAMPO EXPANDIDO Y APRENDIZAJES EN CONECTIVIDAD DIGITAL

AUTORES

Teresa C. Rodríguez García, Miguel Baños González y Mario Rajas Fernández

Universidad Rey Juan Carlos (España)

teresa.rodriguez@urjc.es, miguel.banos@urjc.es y mario.rajas@urjc.es

La convergencia digital y los nuevos medios vehiculados en las TIC proponen una expansión sin límites para poner en marcha procesos de enseñanza-aprendizaje diferentes y maleables. En nuestro momento docente se ha producido el abandono de la lógica de la presencialidad como condicionante de la enseñanza de calidad y casi cualquier materia universitaria se mueve en terrenos complejos e interdisciplinarios que están implicados en la conectividad digital o que la implican.

De aquí surge la noción de un campo expandido para la docencia. Un concepto que viene del ámbito del arte donde se entiende como la libertad del artista-creador para conectar los elementos dispares que considera óptimos para alcanzar sus fines expresivos. El campo expandido en la producción artística implica que los géneros como la pintura, la escultura o la fotografía se alteran, se dilatan; las técnicas y los materiales se utilizan de modo inédito incluyendo cualquier elemento que el creador estime necesario. Todo es posible, todo se puede extender sin llegar a la ruptura, en otras palabras, sin dejar de ser escultura o pintura o fotografía.

La docencia también participa de este concepto. Una docencia en el campo expandido sería aquella que mezcla elementos de la educación formal, la enseñanza informal y las nuevas tecnologías de la comunicación: wikis, blogs, redes sociales, Mundos Virtuales 3D, documentos enriquecidos, Entornos Personales de Aprendizaje, *flippclass*, enseñanza-aprendizaje transmedia y *crossmedia*... Se fuerzan aquí los límites de las técnicas, los soportes y los medios docentes que consideramos estándar porque tenemos nuevas realidades que lo permiten. El hecho docente se amplifica y su variabilidad se hace prácticamente infinita sin que deje de ser docencia.

En el presente trabajo se analizan y comparan dos fórmulas de aprendizaje con el objetivo de establecer las variables que pueden definir este concepto de docencia en el campo expandido. En un caso, en el escenario presencial del aula física, como espacio de encuentro para la acción docente y los aprendizajes, se inserta la esfera de lo interactivo a distancia, configurado por distintos tipos de medios y recursos en red. En el otro, se utilizan las capacidades comunicativas de los Mundos Virtuales 3D como extensión de la enseñanza reglada a distancia, rediseñando, mediante representación, el ámbito del aula virtual tradicional para restituir las propiedades de lo presencial.

En ambos casos se han forzado los límites y estructuras de la lógica docente inherente a la enseñanza presencial y no presencial, pero la docencia y el aprendizaje no se han diluido, al contrario se enriquecen por la convergencia de lo educativo y los recursos comunicativos emergentes, generando un campo de docencia que trasciende los estándares establecidos.

Palabras clave: Docencia en el campo expandido - Convergencia digital - Aprendizajes *online* - Recursos en red - Mundos Virtuales 3D

EL PAISAJE SONORO (*SOUNDSCAPE*) EN EL AULA: UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN UNIVERSITARIA

AUTORA

Gloria Araceli Rodríguez Lorenzo

Universidad de Oviedo (España)

rodriguezgloria@uniovi.es

Esta comunicación se enmarca en el Proyecto de Innovación *La Educación Musical como eje vertebrador en la construcción de espacios educativos interdisciplinares y de buena convivencia*, de la Universidad de Oviedo, enfocado hacia la incorporación de la música como herramienta interdisciplinar útil para mejorar el aprendizaje y la innovación docente en el ámbito universitario, en las asignaturas del Área de Música.

Se estudian y presentan los resultados de la innovación docente realizada en la asignatura *Desarrollo de la Expresión Musical* perteneciente al Grado Maestro en Educación Infantil, que parte de la observación de las dificultades del alumnado universitario ante el aprendizaje del lenguaje musical y la interpretación (vocal, instrumental y/o corporal). La metodología aplicada busca fomentar la motivación y desarrollar un proceso de E-A basado en el trabajo cooperativo y colaborativo, y en el ABP. La intención de esta propuesta es afianzar las destrezas y habilidades propias del perfil del egresado, tanto las específicamente musicales como las generales propias del futuro maestro de Educación Infantil, desde la Pedagogía de la Creación Musical.

Se ha tomado la metodología de Murray Schafer como herramienta para el afianzamiento del lenguaje musical, la creatividad y la interpretación. Con la intención de fomentar el desempeño de roles organizativos y las habilidades necesarias en la resolución de conflictos, la propuesta se ha concretado en el diseño de manera grupal de una aplicación didáctica cuyo núcleo es la creación y recreación (interpretación) de un paisaje sonoro (*soundscape*) y su correspondiente partitura en notación musical no convencional.

La externalización de la propuesta se contempló con la intención de iniciar al alumnado en la adquisición de las destrezas, recursos y habilidades que entran en juego en la planificación, desarrollo y evaluación del proceso de E-A. De este modo, se pone en relación la teoría y la práctica, y se ensayan diferentes formas de gestión del aula al trasladar lo diseñado en el ámbito universitario a la realidad educativa de un centro de Educación Infantil, antes del primer periodo de Prácticas contemplado en el Plan de Estudios de la titulación. La propuesta incluye también la interdisciplinariedad, ya que para la realización de la aplicación didáctica -especialmente de la partitura- se han incorporado la Expresión plástica y las TT. II. CC.

Se analizará la eficacia de la aplicación del trabajo colaborativo y cooperativo en el aula, (especialmente determinante en la concreción de la estructura del paisaje sonoro y en el reparto de responsabilidades en su diseño y recreación en el aula de Infantil), los resultados en la adquisición y desarrollo de los contenidos teórico-prácticos propios de la organización curricular de la asignatura, y se reflexionará sobre la idoneidad de la utilización de la metodología de M. Schafer como herramienta para el desarrollo y afianzamiento de las competencias musicales necesarias propias del futuro maestro en Educación Infantil.

Palabras clave: Paisaje sonoro – Schafer – Innovación – Creación Musical – Lenguaje musical

REVISIÓN DE LOS DISTINTOS NIVELES DE CONCRECIÓN CURRICULAR TRAS LA LOMCE. DEL PROYECTO EDUCATIVO A LAS UNIDADES DE AULA: ¿NUEVA FORMA DE PROGRAMAR?

AUTORES

Javier Rodríguez Torres y Purificación Cruz Cruz

Universidad de Castilla La Mancha (España)

Javier.rtorres@uclm.es y Purificacion.Cruz@uclm.es

Esta ponencia tiene como objetivo principal revisar los cambios producidos en los documentos programáticos de los centros educativos, tras la sucesión de “reformas de reformas” legislativas. Una vez más, frente a las incertidumbres, esfuerzos acrecentados y urgencias sin ningún referente pedagógico; el profesorado ratifica sus certezas basadas en su profesionalidad y en su hacer cotidiano, para dar la mejor respuesta a su alumnado cuya característica más destacada es la diversidad, fruto de una sociedad en continua evolución y que convierte a los docentes en unos privilegiados observadores, concedores y, en las más de las ocasiones, transformadores anónimos de la sociedad en su conjunto.

Queremos poner en valor que el profesorado, como cualquier otro profesional, planifica su actividad y resulta imprescindible, por un lado, para cumplir con lo estipulado por instancias superiores y contextualizarlo en el entorno, y por otro, para alejarse del intuicionismo y del activismo. Es lo que denominamos planificación didáctica, que incluiría cualquier unidad de programación elaborada por docentes para dar respuesta a la tarea cotidiana.

Partiendo de las últimas publicaciones legislativas, y realizando previamente la investigación del estado de la cuestión, planteamos el estudio de los cambios generales que ha introducido la LOMCE en Educación Primaria: organización de niveles, asignaturas, tiempos y evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje. Seguidamente, analizamos los distintos niveles de concreción, centrándonos en el segundo, donde se hace un estudio comparativo de los documentos que desaparecen o se reestructuran y que forman parte del Proyecto Educativo de centro. Nos referimos, concretamente, a la desaparición del Proyecto Curricular de Ciclo para ser sustituido por la Propuesta Curricular, donde tienen cabida todos los aspectos generales que afectan a la etapa y a las áreas, y las Programaciones de Área donde se concretan la secuencialización de contenidos, criterios de evaluación, estándares de aprendizaje y su relación con las Competencias Clave. Tratando, además, aspectos fundamentales para la organización de cada asignatura como son la metodología, materiales, estrategias e instrumentos de evaluación y criterios de calificación.

Se aborda la programación y elaboración del trabajo de aula, conjugadas en unidades didácticas o trabajos por proyectos. Tratando de, dentro de la libertad del docente a la hora de elegir el formato utilizado para la contextualización de su programación, aclarar cuáles deben ser los elementos a desarrollar acordes con la nueva Ley.

Pretendemos no perder de vista la importancia del semblante didáctico y pedagógico de la labor como maestro, a pesar de los vaivenes legislativos o de los cambios de terminología concreta. Resaltamos la importancia de programar y la necesidad de reflexionar y autoevaluar, más allá de cambios estratégicos o modas asociadas. Programar dentro de los diferentes niveles de concreción debe asegurar el éxito en la construcción del aprendizaje.

Palabras clave: Unidades de programación - Niveles de concreción curricular - Competencias clave - Educación básica

EL CINE COMO NUEVA FORMA DOCENTE

AUTORES

Carmen Romero Sánchez-Palencia y Vicente Lozano Díaz

Universidad Francisco de Vitoria (España)

ma.romero@ufv.es y v.lozano@ufv.es

Dado que nuestra sociedad es fundamentalmente audiovisual, se propone el cine como herramienta educativa que ayude a impartir conocimientos y facilite la adquisición de competencias mediante la reflexión y la participación del alumno. Exponiendo el ejemplo práctico de la utilización durante cinco años de la película *Matrix* para analizar la temática del mundo postmoderno en la asignatura de Antropología Filosófica, se realizará a continuación un análisis exhaustivo de la citada película, en el que se comprendan los contenidos fundamentales y las estructuras actuales.

De este modo el aprendizaje pivota sobre el alumno y parte de su propia realidad, la imagen, pero sin renunciar a los contenidos fundamentales que desean transmitirse. *Matrix* es una película de ciencia ficción escrita y dirigida por los hermanos Wachowski en el año 1999, aquí se plantea una realidad virtual en la que la mayor parte de los seres humanos viven como esclavos y tienen como misión principal alimentar a las máquinas que se han apoderado del mundo después de una guerra cruenta. Por otro lado, esa sociedad virtual tiene ciertos paralelismos con el mundo actual en el que el sujeto está disuelto en los procesos sociales de producción y de consumo, e incluso en ocasiones éstos parecen ser más importantes que él.

Palabras clave: Interacción - Libertad - Sincretismo - Reflexión - Cultura

LAS TEORÍAS IMPLÍCITAS EN EL CONTEXTO DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORA

Alicia Ros Garrido

Universidad de València (España)

Alicia.Ros@uv.es

Las investigaciones sobre la enseñanza y la función docente se iniciaron con el modelo de caja negra. El abandono del paradigma presagio-producto en los años sesenta y la crítica generalizada al paradigma proceso-producto en la investigación sobre la enseñanza estimuló el auge de modelos mediacionales centrados en el pensamiento del profesorado y en las características del alumnado (Pérez, 1983; Pérez y Gimeno, 1988). El paradigma del pensamiento del profesorado surge como reacción al énfasis en la investigación positivista asociada a la tradición conductista junto a la emergencia del cognitivismo. Esta situación posibilita que a finales de los setenta se iniciara la línea de estudio del pensamiento del profesorado. Se llevan a cabo investigaciones centradas en conocer cuáles son los procesos de razonamiento que ocurren en la mente del profesorado durante su actividad profesional como las recogidas en Marcelo (1988), Villar (1988), Wittrock (1989a, 1989b y 1990), Marcelo (1987), Salinas (1987 y Estebarez y Sánchez (1992).

El paradigma del pensamiento del profesorado reconoce que el profesorado es capaz de construir teorías según las demandas de la situación y que la síntesis de teorías que construyen dirige sus acciones didácticas. El pensamiento del profesorado constituye la “estructura semántica” (Pérez, 1987, p. 205) del profesorado desde la cual construye y elabora su proyecto de intervención, interpreta las reacciones del alumnado, valora los procesos y evalúa conductas y resultados. En la mayoría de los casos, independientemente de las directrices de las autoridades educativas, lo que el profesorado hace es consecuencia de lo que piensa (Clark y Peterson, 1990; Yinger y Clark, 1988). Se considera que los pensamientos del profesorado guían y orientan su conducta (Shavelson y Stern, 1983).

Nos interesan las investigaciones centradas en las teorías y creencias que el profesorado adquiere, desarrolla y sostiene. Así, la ponencia tiene como objetivo mostrar las características, resultados y conclusiones de algunas investigaciones desarrolladas sobre las teorías implícitas en el contexto de la educación superior. Y, concretamente las investigaciones realizadas bajo el marco de las investigaciones desarrolladas por Marrero (1988) y Rodrigo, Rodríguez y Marrero (1993), tanto del profesorado en activo como del alumnado universitario. Estas investigaciones parten de la diferenciación entre el conocimiento representacional y el conocimiento atribucional. El estudio documental y teórico les permite establecer cinco teorías de enseñanza que, tras las investigaciones realizadas, se constituyen como cinco teorías implícitas.

Los resultados de las investigaciones analizadas apuntan que las teorías implícitas asumidas, por las muestras que han participado en las mismas, tienen cierta estabilidad y también denotan cierta coherencia entre las teorías implícitas y las prácticas. Sorprende que entre el profesorado universitario predomina la teoría activa cuando hubiese sido esperable que primara la teoría emancipatoria.

Palabras clave: Teorías implícitas - Educación superior - Pensamiento del profesorado

***B-LEARNING* EN DOCENCIA UNIVERSITARIA. SITUACION ACTUAL Y RETOS DE FUTURO**

AUTORES

Ana Rosser Limiñana y Raquel Suriá Martínez

Universidad de Alicante (España)

ana.rosser@ua.es y raquel.suria@ua.es

En el marco de la docencia on-line apareció hace algunos años el “*Blended Learning*”, refiriéndose a un tipo de estrategia docente a medio camino entre el modelo tradicional, presencial, y la docencia en línea. Su pretensión era saltar las barreras del primero pero salvando las limitaciones del segundo, propiciando en el alumnado la motivación y recursos tanto para el trabajo autónomo como para el colaborativo.

La aplicación del *B-Learning* ha venido de la mano de la incorporación de las nuevas tecnologías al ámbito universitario con la creación de plataformas que han favorecido entornos virtuales de aprendizaje, mediante herramientas relativas a la comunicación e interacción con y entre el alumnado (chats, debates, tutorías virtuales, etc.), el acceso a contenidos (materiales, sesiones, bibliografías, repositorios, glosarios, enlaces, etc.) y la evaluación (controles, pruebas objetivas, etc.).

Sin embargo, su eficacia va a depender también de que se produzcan cambios en las estrategias y usos de los estudiantes y en que el profesorado interiorice un cambio de rol, asumiendo su papel de tutor virtual, facilitador de esta interacción online entre docentes-discentes y entre los propios discentes, y del acceso a diferentes fuentes de información para el trabajo autónomo.

En este trabajo se analiza el grado de utilización de los diferentes recursos del campus virtual de la universidad por parte del alumnado, su valoración sobre la incorporación de los entornos virtuales de aprendizaje al ámbito universitario y si existen diferencias en función de determinadas variables.

Para ello se analiza la respuesta a un cuestionario de opinión cumplimentado por una muestra de 256 estudiantes universitarios, 59 varones (23%) y 197 mujeres (77%), de entre 19 y 40 años ($M=21,8$ y $DT=3,13$), estudiantes de 2º ($n=75$; 29,3%) y 3º curso de carrera ($n=181$; 70,7%), todos ellos matriculados en carreras presenciales, pero con incorporación de metodologías *b-learning* en las asignaturas evaluadas.

Los resultados reflejan una valoración positiva por parte de los estudiantes respecto a la incorporación en sus estudios de entornos virtuales de aprendizaje junto a la enseñanza presencial, aunque el sentimiento de autoeficacia en el manejo de estas herramientas es moderado y su uso no está del todo extendido. Se concluye sobre posibles estrategias docentes para la mejora en el uso y manejo de estas herramientas por parte del alumnado.

Palabras clave: Entornos virtuales de aprendizaje – *B-Learning* - Docencia – Estrategias docentes

LA ESCRITURA DE ARTÍCULOS DE REVISIÓN COMO ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA PARA FORTALECER LA COMPETENCIA EN EL MANEJO DE INFORMACIÓN EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTOR

Hugo Alexander Rozo García
Universidad de La Sabana (Colombia)
hugoroga@unisabana.edu.co

Las universidades afrontan dentro de su formación integral un reto relacionado con el avance y los fenómenos causados por la penetración que las tecnologías de la información y comunicación han tenido dentro del modo de vida del ser humano, específicamente en las Sociedades de la Información y el Conocimiento. Sumado a esto varias instituciones a nivel mundial, han realizado un llamado para repensar las prioridades educativas del siglo XXI (UNESCO, 2005; ISTE, 2007 & OECD, 2012). En este sentido Larraz (2012) ha propuesto el desarrollo de la competencia digital para estudiantes universitarios a través de cuatro grandes componentes: Alfabetización informacional, alfabetización tecnológica, alfabetización multimedia y alfabetización comunicativa.

La Universidad de La Sabana, ha venido trabajando desde hace más de dos décadas, en la articulación de las TIC como un elemento principal dentro de la formación integral de los estudiantes, centrándose en una primera etapa en el desarrollo de la competencia en el manejo de información, pero desde el año 2012 propuso el desarrollo de la competencia digital para todos los estudiantes de pregrado de la Universidad. En un primer paso propuso una asignatura denominada competencias básicas digitales, que pretende abordar las cinco dimensiones de la competencia digital (Informacional, Comunicativa, Ciudadanía Digital, Tecnológica y Cognitiva), la cual se desarrolla dentro un momento de apropiación básico, que luego con el apoyo de otras asignaturas y electivas le permiten al estudiante desarrollarse, ser parte y destacarse en la Sociedad del Conocimiento y de la Información.

Esta investigación se desarrolló dentro de una electiva llamada Investigación y TIC más allá de Google, la cual pretende fortalecer la dimensión informacional en un nivel intermedio y avanzado, lógicamente trabajando las otras cuatro dimensiones y en la cual se propone como estrategia de enseñanza la elaboración de un artículo de revisión, simulando una situación del mundo real, donde el estudiante necesita realizar una investigación siguiendo los pasos propuestos por los modelos de búsqueda y recuperación de información dentro de los cuales están el BIG 6, Gavilán, Irving y la propuesta actual que realiza Larraz (2012), para desarrollar la alfabetización informacional. En cada uno de los pasos al estudiante se le entregan herramientas TIC y recursos que le permiten desarrollar cada una de las fases de manera eficiente (Software para mapas mentales, mapas conceptuales, análisis de datos, gestores de referencia, recursos de información, acceso a bases de datos), permitiéndole establecer e identificar una necesidad de información, localizar, evaluar, organizar, sintetizar y transformar la información y producir nuevo conocimiento a través de un artículo de revisión como producto final. Los instrumentos de recolección de datos que se utilizaron en esta investigación fueron cuestionarios y la observación.

Palabras clave: Competencia Digital – Estrategias de enseñanza – Alfabetización informacional – Educación superior – Competencia manejo de información

ESTILOS DE APRENDIZAJE Y ENSEÑANZA DE LA MÚSICA EN ALUMNOS DE PRIMARIA

AUTORAS

Ana María Rubio Arruebo y Reina Castellanos Vega

Universidad de Zaragoza (España)

rvega@unizar.es

Esta investigación tiene como objetivo desarrollar una propuesta que busque dar respuesta a las necesidades de los docentes para fomentar el aprendizaje y la interpretación de obras musicales de manera significativa teniendo en cuenta los estilos de aprendizaje de los alumnos. El trabajo corresponde a un estudio de carácter descriptivo sobre el aprendizaje musical significativo en niños de 8-10 años, para ello, se utilizó el cuestionario CHAEA (Cuestionario Honey Alonso de Estilos de Aprendizaje) y se investigó sobre los estilos de Enseñanza.

Como conclusión, se propone una serie de propuestas y técnicas entre ellas: la técnica Alexander, aprendizaje basado en problemas, el trabajo de música de cámara y otras más, para cada uno de los diferentes estilos de aprendizaje encontrados (reflexivo, activo, teórico, pragmático) que se relacionan con los diferentes estilos de enseñanza (abierto, formal, estructurado, funcional) con el fin de establecer un aprendizaje significativo.

Palabras clave: Estilos de aprendizaje - Estilos de enseñanza - Aprendizaje significativo - Técnicas
- Estrategias

EL SEMINARIO REPENSAR LAS MATEMÁTICAS: DIÁLOGOS ENTRE LA INVESTIGACIÓN Y LA DOCENCIA

AUTORAS

Blanca Rosa Ruiz Hernández y Liliana Suárez Téllez

Tecnológico de Monterrey e Instituto Politécnico Nacional (México)

bruiz@itesm.mx y lsuarez@ipn.mx

Desde finales de la década de los 80 diversas investigaciones han dado cuenta del conocimiento profesional que debe tener un profesor de matemáticas. Sin embargo, poco énfasis se ha puesto en la forma de acercar al profesor a una de las fuentes principales del conocimiento profesional que es la investigación educativa. No obstante, en la conciencia colectiva sí existe una preocupación por que los docentes comprendan y usen los resultados de investigación que han surgido en educación y en las didácticas específicas. En diversas investigaciones se ha planteado la existencia de dos propósitos de la investigación en educación matemática igual de importantes, uno puro (ciencia básica) y otro aplicado (ingeniería). En ellas se rescata no sólo la necesidad de sustentar la práctica en resultados teóricos sino también la dualidad necesaria para establecer una sinergia entre los dos tipos de actividad, puesto que la utilidad motiva (o debe hacerlo) el trabajo en investigación.

Sin embargo, aun cuando, de manera general, existe consenso en cuanto al reto que representa esta vinculación, no lo hay en cómo podría llevarse a cabo. El acercamiento que se ha intentado a través de congresos y conferencias en las que el docente participa como escucha y el investigador como conferencista, no han funcionado de manera apropiada. Dentro de los programas de formación y actualización docente tampoco hay un acuerdo sobre el tipo de actividades que favorecerían una convergencia de ambos saberes. Así mismo, mientras muchos investigadores en educación coinciden que debe haber un sano distanciamiento (y clara distinción) entre ambos quehaceres, existen otros investigadores que defienden la postura de un profesor que investigue. Sin embargo, en su mayoría sí hay coincidencia en la necesidad de crear y consolidar colectivos que permitan la interlocución y la cooperación entre colegas e investigadores de distintas instituciones.

De manera ideal, se ha potenciado la formación de redes de intercambio con apoyo de herramientas tecnológicas, pero ante la dificultad que representa el manejo de este tipo de herramientas para muchos profesores de nuestro país (México), así como la necesidad palpable de generar núcleos que trabajen y se comuniquen dentro de una misma institución, se propone una metodología mixta que combine las ventajas de las comunidades virtuales con el trabajo e intercambio presencial.

Así, nuestra intención en este trabajo es analizar el Seminario Repensar las Matemáticas como un modelo de creación de redes para fortalecer la vinculación y comunicación entre la investigación y la docencia a través de la creación de un espacio que propicie la reflexión y la discusión informadas sobre la enseñanza y aprendizaje de las matemáticas. También ejemplificaremos brevemente su desarrollo a través de la descripción de una de sus sesiones de trabajo. Esto último nos permitirá abordar de manera práctica algunas de sus limitaciones que hemos detectado.

Palabras clave: Comunicación docente investigador – Actualización docente – Matemática educativa

EL DESARROLLO DE LAS CLASES EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

AUTORAS

Esther Ruiz Palomo y Rosa M^a Santamaría Conde
Universidad de Burgos (España)
erpalomo@ubu.es y rsantamaria@ubu.es

El Espacio Europeo de Educación Superior ha traído consigo un nuevo planteamiento en el desarrollo de las clases en los distintos Grados, adquiriendo un especial protagonismo el trabajo del alumnado, tanto dentro como fuera del aula, en detrimento de la parte expositiva (o magistral) por parte del profesorado.

En esta ocasión presentamos los resultados de un estudio realizado en la Facultad de Educación en la Universidad de Burgos a lo largo del curso 2013-2014, y cuyo seguimiento actualmente está siendo una constante. A través de dicho estudio se analizan aspectos tales como: el porcentaje de presencialidad que se computa en las distintas materias, la participación que puede tener el alumnado en clase, o la información previa requerida para el desarrollo de la clase. Asimismo, se realiza una valoración de la continuidad “virtual” que pueden tener las clases presenciales, y que en ocasiones son un verdadero complemento o que podrían llegar a sustituir a aquéllas. En definitiva, queremos saber si a nuestro alumnado universitario, de las titulaciones de Maestro de los Grados de Educación Infantil y de Educación Primaria, les ha costado adaptarse al modelo de aprendizaje universitario, tomando como referencia en esta ocasión el desarrollo de las clases.

Los resultados que tenemos contrastados hasta ahora se refieren al primer curso de los Grados mencionados, aportando datos reveladores; así por ejemplo: una amplísima mayoría valora positivamente las distintas aportaciones que hacen los compañeros en clase, aunque a algo más del 30% les molesta que en las clases siempre participen los mismos, participación que suele ir acompañada al grado de motivación e implicación que tiene cada uno de ellos. Asimismo, el 60% de los encuestados están de acuerdo con el número de clases presenciales que hay en las distintas asignaturas, al tiempo que al 65% les gustaría saber de antemano qué es lo que se va a tratar en la clase siguiente, que en ocasiones estando disponible en la plataforma virtual tampoco consultan lo suficiente. Respecto a la virtualidad, una amplia mayoría valora positivamente las tutorías on-line, aunque poco más del 40% considera que algunas asignaturas podrían realizarse sólo de modo virtual. En términos generales, se constata que al algo más del 80% no les ha costado adaptarse al modelo de aprendizaje universitario, y eso que es sustancialmente diferente al aplicado en Bachillerato.

A la vista de estos resultados, debemos articular las clases en torno a las distintas tareas que se desarrollan en las mismas, como son la exposición de contenidos, la realización de actividades prácticas y/o trabajos en grupo, la resolución de dudas, etc. En definitiva, las clases en el ámbito universitario han dejado de ser meros espacios expositivos, y en estos momentos la teoría y la práctica se complementan e incluso llegan a fusionarse, adoptándose distintos modelos en función de la tipología de las asignaturas.

Palabras clave: Clase presencial – Aula – Proceso de enseñanza-aprendizaje – Tutoría virtual – Docencia

LA RÚBRICA. LA EVALUACIÓN COMO APRENDIZAJE EN LAS TITULACIONES TÉCNICAS

AUTORAS

M^a Paz Sáez Pérez, Almudena Frechilla Alonso y M^a Ascensión Rodríguez Esteban

Universidad de Granada y Universidad de Salamanca (España)

mpsaez@ugr.es, almudena.frechilla@usal.es y mare@usal.es

En la actualidad, la gran transformación de la docencia universitaria como consecuencia de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha cambiado la estructura de las titulaciones universitarias, y ha dado un paso muy importante definiendo los planes de estudios a partir de competencias. Pero si hay que destacar alguno de ellos entre los más relevantes, deberíamos considerar el que ha desplazado el centro de gravedad del proceso de aprendizaje hacia el alumnado y sin duda, vinculado a éste, el paso de una “cultura de examen único” hacia una “cultura de evaluación continua”.

Aunque son habituales en nuestras universidades los grupos de innovación docente y las experiencias en la que la formación del profesorado universitario está generando cambios objetivos y observables, es cierto que todavía no pueden considerarse totalmente generalizados. Por otra parte en el caso de las ingenierías y en concreto en la titulación de Graduado en Edificación se debe ir de la mano de las implicaciones directas que tiene el ámbito profesional que actualmente no pasa por su mejor momento, por lo que se requiere una implicación mayor en conseguir formaciones y capacidades que respondan a la demanda de los nuevos retos que nos pide la sociedad.

El cambio metodológico que se ha diseñado y aplicado mediante el sistema de evaluación continua de acuerdo con el proceso de innovación educativa supone, por un lado, aplicar un sistema de enseñanza-aprendizaje que represente una aproximación práctica a la realidad del entorno profesional y, por otro lado, la utilización de técnicas de trabajo que resulten eficaces para su evaluación.

Por ello y como reto del profesorado se expone en esta ponencia la experiencia llevada a cabo en la asignatura de Mediciones y Presupuestos en la titulación de Grado en Edificación en las Universidades de Granada y Zamora.

Se ha considerado la rúbrica el instrumento de innovación metodológica que facilita la comprensión por parte de los alumnos del sistema de evaluación continua, así como el que fomenta su interés y motivación, aspectos fundamentales que contribuyen decisivamente al éxito del aprendizaje.

En la presente comunicación se explica cómo se han llegado a definir esas rúbricas como instrumentos de evaluación tras un trabajo de equipo. Las rúbricas han sido concebidas para evaluar de forma objetiva la calidad de un trabajo empleándose en un amplio rango de actividades cubriendo así la premisa de que la evaluación ha de tener una finalidad formativa a lo largo de todo el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Su principal ventaja es que se erigen en instrumentos imprescindibles para contextualizar e implicar a los alumnos/as en estos entornos, por lo que pueden ayudar a reducir la tasa de abandono en este tipo de enseñanza, a la vez que posibilitan una adecuada orientación del proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Palabras clave: Rúbrica – Aprendizaje – Evaluación – Titulaciones técnicas – Asignatura

EL APRENDIZAJE DE LA VIOLA EN DISCAPACITADOS VISUALES. RECURSOS Y TÉCNICAS PARA FAVORECER UNA EDUCACIÓN INCLUSIVA

AUTOR

Luis Sánchez Sánchez

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

luissanchezbis@hotmail.com

En España, si bien actualmente especialidades como la guitarra, el piano o el canto tienen mayor demanda entre los discapacitados visuales, los instrumentos de cuerda-frotada (el violín, la viola, el violoncelo y el contrabajo) presentan un número muy escaso de alumnado, dándose por ello la situación de que el profesor de esta especialidad puede encontrarse a lo largo de su carrera profesional con algún caso aislado de alumno de estas características sin haber tenido la oportunidad de haber recibido anteriormente una formación concreta y/o poseer experiencia en este campo.

Es por ello muy interesante que el profesor de esta especialidad pueda tener a su alcance recursos y/o técnicas que, llegado el caso, le ayuden en su labor docente, con el fin de que no tenga dificultades a la hora de guiar al alumno invidente por el aprendizaje de este bonito instrumento, y a la vez que pueda encontrar respuestas a posibles cuestiones fundamentales, por ejemplo cómo ayudar al niño a corregir y/o adquirir movimientos de las distintas articulaciones necesarios en la técnica del instrumento (los cuales se realizan esencialmente con el apoyo visual) o qué procedimientos y estrategias debe indicar al profesor de orquesta y música de cámara, para favorecer así la plena inclusión del alumno en estos grupos en los cuales la vista y las señales por este medio son básicas.

Por tanto, el objetivo de este trabajo es exponer diversos recursos y técnicas para el aprendizaje de la viola en alumnos con discapacidad visual, con el propósito de generar una red visible de las buenas prácticas entre los participantes, en este caso profesorado, alumnado invidente o no (fomentando así la alteridad) e instituciones de apoyo (como la ONCE, y otras a nivel internacional), para favorecer así la inclusión de este alumnado en particular, y del resto en general, logrando así una efectiva educación inclusiva.

Nuestro método de investigación se ha apoyado en la etnografía (entrevistas, observaciones participantes y diálogos de saberes), intercambiando información en distintos escenarios y con los principales actores que en esta área tienen una conexión directa: alumnos invidentes y sus familiares, especialistas de la ONCE y profesores y directores de música que han trabajado y/o trabajan con músicos discapacitados.

Los resultados son fruto de la etnografía reflexiva desde la revisión de estas buenas prácticas y saberes, así como posibilidades de transformación y propuestas didácticas.

En definitiva, pretendemos contribuir en la enseñanza de los discapacitados visuales, aportando estos recursos y técnicas, que si bien se han concretado para esta disciplina que nos ocupa que es el aprendizaje de la viola, algunos de ellos son igualmente trasladables a las especialidades afines de cuerda-frotada como el violín, el violoncelo y el contrabajo, y como no, también para los profesionales de la música en general.

Palabras clave: Viola - Educación inclusiva - Invidente - Técnicas educativas - Buenas prácticas

LEER EN EL AULA: PROPUESTA PARA MEJORAR LA LECTURA EN SECUNDARIA

AUTORA

Marlén Sedano Fernández
Universidad de Oviedo (España)
marlensedanofdez@gmail.com

La motivación hacia la lectura es un tema muy presente en nuestra sociedad y en nuestra educación hoy en día. Sin embargo, parece que a pesar de todos los estudios que se realizan, el alumnado en general presenta cada vez más características de aborrecer la lectura por distintas causas. Para la mayoría de los jóvenes leer supone “mucho sacrificio” y no ven más allá de que es una actividad muy tediosa y una obligación al mismo tiempo. El carácter de imposición de la lectura por parte del profesorado es quizás una de las bazas de por qué los y las estudiantes no aprecian los textos que se les presentan y que, en muchas ocasiones, retratan cosas de la vida real que vemos habitualmente.

En este artículo abordamos la competencia lectora, muy bien definida por Mata (2008) como un requisito básico para que la lectura no se convierta en un obstáculo o una rémora a la hora de abordar objetivos más ambiciosos.

Lo que se va a intentar es motivar a los y las estudiantes a que lean, no solo en el centro educativo, sino también en casa, dedicando unos pocos minutos a mejorar su nivel. Un buen comienzo es la visualización de un cortometraje, ganador del Oscar al mejor corto de animación en el año 2012, titulado “The fantastic flying books of Mr Morris Lessmore” de William Joyce y Brandon Oldenburg. Un pequeño corto de cine sin diálogo con una bonita historia sobre libros que puede servirles de mucha ayuda para cambiar su impresión sobre estos.

La motivación tiene un papel fundamental en la creación del hábito lector, puesto que el proceso siempre se basa en el material impreso, lo cual implica la existencia de un alumno interesado por lo que está leyendo, capaz de disfrutar del texto objeto de la lectura y de aplicar posteriormente los conocimientos adquiridos mediante la misma en su vida cotidiana.

La problemática de esta innovación será abordada en dos fases: la primera y más importante, se centrará en la falta de motivación hacia la lectura, y en la segunda, trataremos la cuestión del desarrollo de estrategias de comprensión lectora. Las causas de esta problemática pueden ser muchas y muy diversas: poca concentración, pobreza de vocabulario, bajo nivel académico, nivel social, falta de hábito de estudio y lectura en casa...

El objetivo final de esta innovación es motivar hacia la lectura al alumnado de Educación Secundaria Obligatoria. Los cambios no pueden realizarse de un día para otro, así pues el referente de esta innovación sería motivar al alumnado para que lea diariamente por voluntad propia y no por obligación, aunque sea una lectura pequeña.

Se propondrán una serie de objetivos específicos y actividades como herramientas pedagógicas para motivar a los y las estudiantes hacia la adquisición del conocimiento a través de la lectura.

Palabras clave: Lectura – Secundaria – Comprensión – Motivación lectora

LA ENSEÑANZA DEL FARSI: UNA PROPUESTA INTERDISCIPLINAR

AUTORA

Najmeh Shobeiri

Universidad Allameh Tabatabai (Irán)

njshobeiri81@gmail.com

El farsi, al igual que cualquier otro idioma no puede olvidar que las raíces de su expresión y contenido, se encuentran en el hecho lingüístico. La Lingüística de Saussure, en su relación Lengua-Lengua-habla, así como la Semiología, “estudio de los signos en el seno de la vida social”, con Roland Barthes -entre otros-, se han ocupado de ello. Siempre que hablamos estamos comunicando con signos que nos permiten representar una concepción del mundo, una cosmovisión, un concepto de nosotros mismos o de lo que se circunscribe a nuestro alrededor, una idea, una duda, una metáfora, en fin... una representación simbólica que configura un proceso cognitivo que nos permite comunicar.

Al hablar de la enseñanza de una lengua, independientemente de la forma en que se estructuren sus contenidos, o la metodología que se emplee, se debe tener en cuenta que el proceso educativo sea constructivo e inclusivo para dicha cultura. Esto implica, que se contemple el contexto, las interacciones comunicacionales y los significados culturales que se producen como elementos importantes dentro del hecho pedagógico. La enseñanza de la lengua farsi debe partir, entonces, de incrustar elementos culturales –a medida- y al servicio del hecho educativo. Así, productos culturales como la literatura, el teatro o el cine, deben servir, y de hecho han servido, de ejes de articulación para la enseñanza de la lengua.

Lo “educativo” constituye entonces un factor importante que modifica e incluso transforma el proceso enseñanza-aprendizaje haciendo que educación, comunicación y cultura no sean, simplemente, elementos transversales, sino que constituyan elementos que articulen de manera integral el proceso y constituyan un todo metodológico e instruccional convergiendo interdisciplinariamente en la mediación pedagógica. Tal y como señala Mar Fontcuberta: “*La relación entre comunicación y educación se da desde el origen mismo de ambos conceptos: no puede entenderse la tarea educativa sin una acción comunicativa*” (2001; 141). De otro lado, en el momento en que se integran los medios de comunicación y con ello sus productos culturales (programas de televisión, podcasts, fragmentos de noticias, vídeos, literatura, etc.), se puede afirmar que se generan múltiples interacciones que permiten el aprendizaje, pero también la construcción del sentido con el eje cultural.

En la literatura o en el cine iraní se evidencia la cultura, la tradición, lo urbano, lo rural, el mito, la leyenda y la poesía, entre otros símbolos que, como un palimpsesto se instalan como herederos transmisores de una cultura milenaria. El uso del cine y la literatura, para enseñar farsi permiten evidenciar las intersecciones entre lenguaje, lengua y el habla en el seno de la cultura. Así, este trabajo reflexiona sobre la forma como se instalan nuevos saberes, convergen nuevos medios, se integran acciones metodológicas extendiendo el ámbito de la educación fuera de las aulas y fuera del libro de texto, integrando los marcos de referencia de la cultura, la comunicación y la pedagogía en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras Clave: Enseñanza del farsi - Educomunicación - Lengua y Cultura

PROPUESTA DE MEJORA EN LA PRONUNCIACIÓN EN LENGUA INGLESA PARA FINES COMUNICATIVOS: ESTRATEGIAS Y ACTIVIDADES DE INNOVACION DOCENTE Y CURRICULAR

AUTORA

Concetta Maria Sigona
Universidad de Burgos (España)
cmsigona@ubu.es

La adecuación comunicativa es de fundamental importancia en los estudios sobre el aprendizaje de una lengua extranjera ya que el objetivo principal de la mayoría de los estudiantes de un segundo idioma es, hoy en día, comunicarse con éxito en situaciones reales. Es igualmente importante alcanzar una comunicación fluida y bien articulada que permita una buena comprensión por parte del interlocutor, bien sea hablante nativo o de otra nacionalidad cuyo idioma vehicular sea el inglés. Para ello se ha implementado una metodología cuyo enfoque, activo y reflexivo, está orientado al desarrollo de la estrategia del *Problem solving*.

Este estudio de caso se ha llevado a cabo en la clase de la asignatura de Fonética inglesa para futuros maestros de Educación Primaria. Se ha trabajado con 75 alumnos. Al comienzo de las clases prácticas se detectó que, pese a tener un nivel medio alto (B1/B2), la mayoría de los estudiantes mostraba dificultades en distintos aspectos fonéticos de la lengua inglesa, entre los que cabe destacar: la correcta producción de algunos sonidos, el *word stress*, el *stress timing*, etc.. Antes de proceder a la elaboración de una estrategia para la mejora de su pronunciación se programaron una serie de actividades de producción oral para facilitar la detección y tipificación de los errores cometidos y se realizó una recopilación de los más frecuentes. Se procedió a la grabación de dichas actividades y después de haber analizado los datos se buscó una forma práctica que ayudara a los estudiantes en el reconocimiento y reflexión sobre sus errores de pronunciación para evitar que se volvieran a presentar. En un segundo momento se seleccionaron algunas actividades específicas para la superación de dichos errores y se realizó una evaluación final.

Los resultados finales indican que, tras estas intervenciones, los alumnos son conscientes de sus errores, han adquirido cierta autonomía en la corrección y además son capaces de prever y, por consiguiente, evitar que estos mismos errores se repitan.

Palabras clave: Adecuación Comunicativa - Errores - Reflexión - Actividades - Autocorrección

DISPOSICIÓN A PAGAR POR LA METODOLOGÍA DEL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS

AUTORES

Waleska Sigüenza Tamayo y Ainara Arsuaga Uriarte

Universidad del País Vasco (España)

waleska.siguenza@ehu.eus y ainara.arsuaga@ehu.eus

El objetivo de este trabajo es analizar el grado de satisfacción del alumnado, de la asignatura Contabilidad Financiera en la E.U.E. Empresariales de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), al que se ha aplicado la metodología de aprendizaje basado en problemas (ABP). En dicha metodología se incorporan nuevas estrategias y técnicas de enseñanza que favorecen un aprendizaje más inductivo y se acerca al alumno a situaciones profesionales reales en las que debe resolver en equipo los problemas que se planteen. Finalizada la fase de implantación se estudia la satisfacción de los participantes y se cuestiona la disposición a pagar por consolidar esta metodología activa de aprendizaje.

La metodología ha sido cuidadosamente diseñada a través del programa Eragin, programa utilizado por la UPV/EHU para impulsar la implantación del ABP. Así, se ha desarrollado una guía de aplicación que persigue una actitud activa del alumno. Se procura que sea el propio alumno el que lleve la iniciativa del proceso de aprendizaje. En la guía se incorporan actividades como el "puzle" que consigue implicar a todos los miembros de un equipo en la consecución de un objetivo final. También se incorporan ejercicios de autoevaluación, evaluación individual y evaluación grupal que ofrece a los alumnos el *feed-back* necesario para corregir desviaciones en el proceso de aprendizaje o para reforzar la autoestima por el conocimiento adquirido gracias al esfuerzo individual y grupal. La guía incorpora como elemento innovador documentos reales (facturas, contratos, documentación bancaria, etc.) con los que desarrollar las actividades y poder solucionar los problemas planteados.

Al finalizar la aplicación de esta metodología activa se recogieron las impresiones del alumnado para conocer su grado de satisfacción con respecto al desarrollo del proceso de aprendizaje con esta metodología. Se esperaba una respuesta positiva al ABP puesto que se considera una interesante alternativa a la metodología tradicional, que permite evaluar la capacidad del alumno para resolver situaciones equiparables a las que tendrá que afrontar en su vida profesional. Sin embargo genera un gran volumen de trabajo que hace prácticamente inviable su aplicación en grupos con un elevado número de alumnos. Por ello, se planteó a los alumnos la posibilidad de un incremento del 10% del precio de la matrícula de las asignaturas impartidas con esta metodología para conseguir recursos que aseguren su correcta implantación.

Los resultados indican un alto grado de satisfacción con el trabajo realizado a nivel individual y grupal. También se constata la gran aceptación de la metodología puesto que una amplia mayoría de los participantes desearían trabajar en los próximos cursos con la misma metodología. Además, pese a la reticencias que existen a afrontar un mayor coste en las matrículas, prácticamente la mitad de los alumnos estarían dispuestos a pagar por asegurarse una formación basada en ABP.

Palabras clave: Disposición a Pagar – Satisfacción – Metodología ABP

ABORDANDO EL ESTIGMA SOCIAL DESDE EL APRENDIZAJE SERVICIO, LA COMUNICACIÓN Y LA INNOVACIÓN SOCIAL

AUTOR

Salvador Simó Algado
Universitat de Vic (España)
Salvador.simo@uvic.cat

El aprendizaje servicio universitario (ApS-U) integra la educación en la excelencia con prestar un servicio a la comunidad. Esta comunicación presenta el proyecto de ApS-U POTENCIAL desarrollado desde el grupo de investigación Salud Mental e Innovación Social (SAMIS) de la Universitat de Vic (UVic); con la colaboración del Laboratorio de Innovación Social y Desarrollo Regional (LIDER) del Instituto Politécnico de Porto y de la Fundació Centre Mèdic Psicopedagògic d'Osona (FCMPPO). Se trata de un proyecto docente de colaboración internacional e interdisciplinar, con la participación de terapeutas ocupacionales, psicólogos, profesionales de la comunicación y de las artes dramáticas.

El proyecto se ha enmarcado dentro de la asignatura *Autonomía para la autonomía personal en el adulto* de 3er año del grado de Terapia Ocupacional de la UVic. El proyecto será también implementado desde el grado de Terapia Ocupacional del Instituto Politécnico de Porto.

El estigma social conlleva el rechazo de ciertos grupos sociales, como las personas con enfermedad mental. Los prejuicios sociales hace que emitamos juicios en relación colectivos antes de poder conocerlos. Ante estas realidad es básico establecer puentes de comunicación entre los colectivos estigmatizados y la sociedad para poder trascender dichos prejuicios de-construyendo el estigma social. En el proyecto Potencial estudiantes de Terapia Ocupacional han trabajado conjuntamente con personas con enfermedad mental usuarias de la FCMPPO, en el desarrollo de una campaña de comunicación para mostrar a la sociedad el potencial de las personas con enfermedad mental y denunciar los estigmas sociales. Con tal fin, en el marco de la asignatura, los estudiantes conjuntamente con los usuarios de la FCMPPO han recibido una capacitación en técnicas de comunicación audiovisual (fotografía y video), desde el servicio de audiovisuales de la Universidad de Vic; y una capacitación en técnicas teatrales. A partir de estos conocimientos han creado narrativas audiovisuales que denuncian el estigma social.

La innovación social del proyecto radica en el trabajo compartido con las personas con enfermedad mental desde un marco de empoderamiento y aprendizaje mutuo; el desarrollo de una educación basada en la realidad sensible a las problemáticas sociales; y el abordaje internacional e interdisciplinar del proyecto.

Como resultado se ha creado la exposición Potencial formada por los videos creados y el seguimiento fotográfico del proyecto. Ésta será mostrada en ambos países coincidiendo con la Jornada de la Salud Mental, y será la base de campañas de comunicación y concienciación social; así como la capacitación y empoderamiento de los estudiantes y de las personas con enfermedad mental.

Palabras clave: Aprendizaje servicio - Comunicación - Enfermedad mental - Innovación social

PENSAMIENTO CREATIVO EN UNA BOTELLA: UNA FORMA DISRUPTIVA EN *E-LEARNING*

AUTORA

Silvia Sivera Bello

Universitat Oberta de Catalunya (España)

ssivera@uoc.edu

Una de las asignaturas básicas del Grado en Comunicación que ofrece la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) es Pensamiento creativo. Tanto por la propia naturaleza de la universidad – totalmente virtual– como por la de la materia a impartir, el desafío a la hora de diseñar la asignatura y sus recursos docentes fue notable. Sin embargo, lejos abordarse desde las limitaciones, se entendió como una oportunidad para la disrupción y la práctica de nuevas metodologías docentes.

Dado que la asignatura debía contemplar el aprendizaje de técnicas creativas para diferentes perfiles de comunicadores (futuros periodistas, publicitarios, relaciones públicas, creadores audiovisuales, etcétera), se requería que el planteamiento metodológico permitiera transitar con fluidez por todas las especialidades. Paradójicamente, esta condición se materializó en un objeto físico, en las antípodas de los recursos de aprendizaje habituales en un entorno de *e-learning* (normalmente, en formato digitalizado o en papel, pero nunca en algo que pudiera romperse). Así, junto con unos módulos didácticos y el libro de referencia del padre del pensamiento lateral, Edward De Bono, los estudiantes recibirían a inicios de semestre en sus domicilios una botella de cristal transparente, vacía y con un sencillo tapón de corcho.

Esta botella vehicularía todos y cada uno de los ejercicios que los estudiantes debían resolver para practicar las diferentes técnicas creativas expuestas en los materiales, de tal manera que pudieran obtener finalmente productos comunicativos de índole diversa: un reportaje sobre la historia de una botella, la campaña publicitaria de lanzamiento de un nuevo producto embotellado, el guion para un cortometraje sobre una botella rota, el diseño de un evento para una marca de bebidas espirituosas o un microrelato, por poner solamente unos ejemplos de cada ámbito.

Desde el segundo semestre del curso 2009-10, con este acercamiento docente similar al *tinkering*, los estudiantes han ido aprendiendo que es posible utilizar cualquier objeto cotidiano como detonante de su creatividad y, en concreto, se implican en la innovación a través de la combinación de ideas surgidas a partir de la botella.

Aunque se pensó inicialmente que el uso de un mismo objeto implicaría un desgaste del equipo docente y un menoscabo del efecto sorpresa en los estudiantes, la práctica continua durante once semestres no ha evidenciado síntomas de agotamiento en unos u otros. Los resultados de las encuestas de satisfacción que realiza sistemáticamente la universidad así lo avalan. Pero también se constata a partir de cuestionarios que el equipo docente de la asignatura envía a sus aulas, con el fin de profundizar en dimensiones más cognitivas, afectivas y conductuales.

Palabras clave: Pensamiento creativo – Comunicación – *E-learning* – *Tinkering* – Recursos docentes

LA HISTORIA DE LA ACTIVIDAD COMO HERRAMIENTA PARA LA DOCENCIA PROFESIONAL EN MATEMÁTICAS

AUTORAS

Liliana Suárez Téllez y Blanca Rosa Ruiz Hernández

Instituto Politécnico Nacional y Tecnológico de Monterrey (México)

lsuarez@ipn.mx y bruiz@itesm.mx

La Historia de la Actividad (HA) es una de las herramientas para el docente diseñada especialmente para que se apoye en el trabajo de una comunidad profesional para lograr que la diversidad de estudiantes que conforman su grupo comprenda las matemáticas y aprenda a usarlas. La HA comprende la caracterización de la actividad de aprendizaje, las soluciones posibles y un comentario didáctico. Como parte de los Paquetes Didácticos de Matemáticas se diseñaron unos Materiales Auxiliares para la Organización del Aprendizaje (MAPOA) que constituyen marcos de referencia compartidos, que se usan y comentan constantemente durante las experiencias de aprendizaje. En la medida en que docente y discente se familiaricen con ellos pueden llegar a constituir un lenguaje común, en el que se pueden expresar algunas de las dimensiones de aprendizaje más importantes.

En términos generales, estos auxiliares concretan la expresión 'responsabilizarse de su aprendizaje' y contribuyen al logro de la autonomía del discente en la organización de su propio aprendizaje. La HA toma como objeto de trabajo las actividades de aprendizaje propuesta en estos PDM. La HA es abierta y acumulativa, aunque en determinados momentos se hacen cortes para organizar las experiencias y facilitar su consulta para la planeación de las sesiones que incluyan la actividad. Las HA se robustecerán cada vez que un profesor las trabaje en clase y registre en un blog colectivo los resultados de su experiencia. La HA también puede como objeto de aprendizaje comprende, además de los metadatos generales, objetivos de aprendizaje, en este caso para el ejercicio profesional de la docencia, un contenido, el conocimiento de la disciplina desde una perspectiva pedagógica, unas actividades, la elaboración de la HA y criterios para evaluar si se han logrado los objetivos. Ilustramos esta propuesta con un ejemplo.

Palabras clave: Comunidad profesional – Actividades de aprendizaje – Nuevas fórmulas docentes

PERTINENCIA DE ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD ECUATORIANA

AUTOR

Abel Suing

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

arsuing@utpl.edu.ec

La Ley Orgánica de Educación Superior de Ecuador (LOES) a través del Reglamento de Régimen Académico dispone el rediseño de todas las carreras universitarias vigentes para cumplir con lo señalado en el artículo 350 de la Constitución de la República de Ecuador: El “sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional [...] en relación a los objetivos del régimen de desarrollo”. Los rediseños de las carreras deben considerar las expectativas y necesidades de la sociedad, la planificación nacional, el régimen de desarrollo, la prospectiva científica, humanística y tecnológica mundial; y, la diversidad cultural, según el artículo 107 de la LOES, y atender una complejidad sistémica para ser pertinentes. La presente investigación expone el proceso de rediseño de la carrera de comunicación de la universidad ecuatoriana; a partir de la experiencia de la Universidad Técnica Particular de Loja se responde a las preguntas:

- ¿Cuáles son los problemas y necesidades de los contextos y objetivos del Plan Nacional del Desarrollo de Ecuador que abordará la profesión?
- ¿Cuáles son los horizontes epistemológicos que están presentes en la profesión?
- ¿Cuáles son los núcleos básicos de las disciplinas que sustentan la profesión?
- ¿Cómo están vinculadas las tecnologías de punta a los aprendizajes profesionales para garantizar la respuesta a los problemas que resolverá la profesión en los sectores estratégicos y de interés público?
- ¿Qué problemas de la realidad (actores y sectores vinculados a la profesión) integran el objeto de estudio de la profesión?
- ¿Cuáles son las tendencias de desarrollo local y regional que están incluidas en los campos de estudio y de actuación de la profesión?
- ¿Cuáles son los aportes que realizará el currículo a las necesidades de formación del talento humano, incluyendo el análisis de demanda ocupacional?
- ¿Cuáles son las funciones y roles de los escenarios laborales en los que actuarán los futuros profesionales?

La metodología empleada es cuantitativa y cualitativa a partir de estudios de necesidad social en la zona geográfica y socioeconómica sur de Ecuador, entrevistas a representantes institucionales de facultades de comunicación del país y grupos focales con estudiantes, ex alumnos y empleadores. Se concluye que el análisis de pertinencia permite orientar y coordinar la formación en comunicación, potenciar el trabajo en red e identificar elementos para consolidar agendas de investigación a ejecutarse en los próximos cinco años.

Palabras clave: Demandas educativas - Desarrollo local - Educación en comunicación - Educación superior - Formación integral

ESTRATEGIA PEDAGÓGICA PARA LA FORMACIÓN DE DOCENTES UNIVERSITARIOS: UN ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Ana Dolores Vargas Sánchez
Universidad de La Sabana (Colombia)
ana.vargas12@unisabana.edu.co

El presente resumen menciona algunos de los resultados obtenidos de una investigación que tuvo como propósito identificar las transformaciones en la formación de profesores universitarios para el uso de una plataforma Moodle, por medio de una estrategia pedagógica de formación. Dicho estudio se llevó a cabo con profesores de la Universidad de La Sabana pertenecientes a distintas facultades. Para abordar esta investigación se tuvieron en cuenta cuatro categorías de análisis generales: los conocimientos previos, la experiencia durante el proceso de formación, la percepción de los participantes y los cambios evidenciados. Los resultados de la investigación permitieron identificar la pertinencia de la utilización de una estrategia pedagógica planeada previamente antes del inicio del curso.

Esta investigación nace a la luz de las necesidades de formación que se identificaron en el contexto, en relación a la utilización de las TIC, ya que hoy en día es necesario que desempeñen nuevas funciones, planteando nuevas pedagogías y propuestas en la formación docente, buscando así implementar ambientes de aprendizajes innovadores, donde estén inmersas las TIC (UNESCO, 2008). Lo anterior ha motivado a que diferentes entidades gubernamentales e instituciones de carácter educativo planteen programas de formación, reformulen sus estrategias y propongan nuevos retos formativos, como lo son la Universidad de Mondragón, la Universidad Estatal de Iowa, la Universidad Central de Venezuela.

Tomando como base este panorama, la Universidad de La Sabana ha estructurado rutas de formación para los profesores, donde se promueve la Competencia en Informática Educativa (CIE), la cual busca que estén en capacidad de apropiarse, integrar e innovar en su quehacer académico las TIC, buscando un uso crítico y ético de las mismas (Universidad de La Sabana, 2010), proceso que es liderado por el Centro de Tecnología para la Academia. Dentro de esta formación se ofreció un curso semipresencial donde se implementó la estrategia pedagógica (llamada IARPIC) de la investigación.

Los docentes asistieron a dos sesiones presenciales, para luego dar inicio a cuatro módulos virtuales, cada uno con una duración de dos semanas. Dentro de la virtualidad se implementó la estrategia pedagógica IARPIC compuesta por cuatro fases: 1) Información, espacio para consultar el objetivo y la temática a tratar; 2) Análisis y Reflexión, se presentaba un problema real, donde a través de un foro planteaban una posible solución; 3) Planeación e implementación, dentro de esta fase el docente proponía y creaba una actividad para sus estudiantes en el LMS; 4) Coevaluación, finalmente cada docente evaluaba las actividades implementadas por uno de sus compañeros, esto con el objetivo de ser realimentados y conocer otras experiencias.

Luego de implementar la estrategia pedagógica IARPIC los resultados rescatan que las fases propuestas pueden ser utilizadas en otros escenarios de formación orientados para docentes universitarios, bien sean con temáticas similares o totalmente distintas. Así como es importante reconocer la complejidad propia de llevar a cabo este tipo de procesos de formación en docentes universitarios ya que deben compaginar distintas actividades de orden personal, laboral y profesional.

Palabras clave: Estrategia pedagógica – Formación – Docentes universitarios – Plataformas (LMS)

APLICACIÓN DEL MÉTODO DIDÁCTICO PILT: EXPERIENCIA EN UN CURSO DE ANÁLISIS DE REDES ELÉCTRICAS EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA-IZTAPALAPA

AUTORES

Jacqueline Vidal Rosado y Miguel Ángel Bautista León
Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa (México)
jvr@xanum.uam.mx y balm@xanum.uam.mx

Los índices de aprobación en los cursos de análisis de redes eléctricas de las licenciaturas en Ingeniería Biomédica e Ingeniería Electrónica de la UAM-I se han decrementado considerablemente en los últimos años, lo que ha ocasionado que los estudiantes retrasen el avance de su formación profesional, en virtud de que estos cursos son el prerrequisito para los de electrónica analógica, pues en ellos el alumno desarrolla las habilidades de análisis de los circuitos. Ante esta situación, los profesores que impartimos estos cursos hemos intentado implementar diferentes modalidades de conducción de la enseñanza-aprendizaje, buscando con ello mejorar los resultados de este proceso. En el trimestre de invierno de 2015 (15-I), los autores del presente trabajo impartimos un curso-taller de Circuitos Eléctricos, en el cual utilizamos la metodología PILT (*Prosocial Interactive Learning Teaching*), al considerar que con ella se podría mejorar la comunicación con los alumnos, mantener su atención y ayudar al contraste de significados. El curso-taller constó de 2 sesiones semanales de 2 horas, durante 10 semanas, y participaron 15 alumnos.

Los temas estudiados fueron: Análisis de mallas, Análisis nodal, Principio de superposición, Equivalentes de Thévenin y Norton, y Análisis de circuitos RL y RC. Todas las sesiones fueron conducidas por ambos profesores, iniciando con el planteamiento de un problema que fue resuelto de manera progresiva con las aportaciones de los dos, para posteriormente plantear a los alumnos una serie de problemas que resolverían durante la clase y posterior a ella, brindándoseles en ambos casos la asesoría correspondiente cuando había dudas. Asimismo, se aplicó una evaluación al término de cada uno de los temas analizados y se llevó a cabo retroalimentación de resultados de forma individual; estas evaluaciones tuvieron tanto carácter formativo como sumativo, por lo que permitieron medir el aprendizaje de los alumnos, obteniéndose que 11 de ellos (73%) alcanzaron los objetivos propuestos del curso. Cabe mencionar que esta experiencia permitió observar que el tipo de ambiente que se generó durante el proceso de enseñanza aprendizaje motivó la corresponsabilidad del alumno y mejoró la relación entre los docentes y los estudiantes.

Palabras clave: Enseñanza Aprendizaje Prosocial Interactiva - Evaluación formativa - Corresponsabilidad



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

DOCENCIA 3:

Adaptación al EEES: Trabajos de campo en las aulas y marco teórico

DETRÁS DE LO ESCRITO: ERRORES DE COMPETENCIA SINTÁCTICA EN LOS TFG DEL GRADO DE MAESTRO EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Ana María Aguilar López
Universidad de Burgos (España)
amaguilar@ubu.es

En esta propuesta se pretenden identificar algunas de las dificultades que más se repiten entre el alumnado del Grado de Maestro de Educación Infantil a la hora de afrontar la elaboración del Trabajo de Fin de Grado.

Para ello se han tomado como referencia cinco TFG, se ha establecido un plan de recogida de datos que ha consistido en fijar hasta tres plazos de entrega por cada uno de los epígrafes de los que constan los TFG que van a presentar los alumnos. Ello implica que cada epígrafe se ha revisado hasta en tres ocasiones. Dicha revisión nos ha permitido identificar los errores de los alumnos y ser conscientes de que existen ciertos errores que se repiten en varios alumnos. Si bien, dado que los errores encontrados son de diversa índole, se ha pretendido clasificarlos y centrar el análisis en esta ocasión sólo un tipo de errores, los relacionados con la competencia sintáctica.

Palabras clave: Competencia sintáctica – TFG – Grado en Maestro de Educación Infantil – Escritura

EL BINOMIO GÉNERO Y DESARROLLO SOSTENIBLE

AUTORAS

Rocío Araujo Álvarez, María A. Lorenzo Rial, Mercedes Varela Losada y María M. Álvarez Lires

Universidad de Vigo (España)

rocio.araujo@hotmail.es, marialorenzo@uvigo.es, mercedesvarela@uvigo.es y lires@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

Se presenta una experiencia realizada en aulas de ESO, Bachillerato, Grados en Educación Infantil y Primaria, y en el Máster de Profesorado de Secundaria. Su finalidad es que el alumnado, además de adquirir conocimientos sobre desarrollo sostenible, desarrolle un pensamiento crítico sobre problemas de índole mundial y aprenda a utilizar el género como categoría de análisis, a percibir desigualdades entre mujeres y hombres y entre países a través de textos, debates y pequeñas investigaciones, así como a trabajar de manera cooperativa.

En diversos tratados internacionales como *Agenda 21 (1992)*, *Cumbre de Biodiversidad (1992-1993)*, *Declaración del Milenio y sus objetivos (2002)*, *Beijing +10 (2005)* y *Agenda para el Desarrollo después de 2015*, aparecen referencias a la vinculación existente entre género y desarrollo sostenible y se proponen medidas para integrar perspectivas de género en políticas y programas de desarrollo sostenible, eliminando obstáculos para que las mujeres puedan participar activamente en las políticas relativas al medioambiente y a la vida pública, con el fin de promover su empoderamiento como manera efectiva de combatir la pobreza, el hambre y las enfermedades.

Para evaluar el impacto y efectividad de estas medidas, la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza creó el *Índice de Género y Medioambiente (EGI)*, con el que se examinaron 72 estados basándose en parámetros como los derechos básicos y la participación de las mujeres en la toma de decisiones medioambientales, la educación, el sustento, la estabilidad política y la conservación de la biodiversidad, permitiendo así cuantificar el progreso en igualdad de género y desarrollo sostenible de cada país.

Para acercar estos procesos al alumnado, a fin de que comprenda la importante vinculación entre el desarrollo sostenible y las políticas de género, se indagó acerca de sus ideas previas sobre desarrollo sostenible y género, así como las referentes a las relaciones entre ambos términos. Tras comprobar el desconocimiento y confusión existentes al respecto, se realizó una actividad en dos fases: una primera, de forma cooperativa, en la que se trabajó sobre el *EGI*, y una segunda que consistió en una investigación individual sobre la vida y obra de mujeres científicas comprometidas con el desarrollo sostenible, siguiendo la guía orientativa de Álvarez-Lires et al. (2003). Se finalizó con una reflexión argumentada sobre las conclusiones globales de lo aprendido en la actividad.

Durante la actividad quedó plasmada la comprensión del importante papel que las mujeres juegan en el desarrollo sostenible, y resultó muy interesante la localización de mujeres, tanto conocidas como anónimas, que destacaron en el estudio y conservación del medioambiente. Consideramos que este tipo de actividades contribuye a desarrollar un pensamiento favorable hacia la igualdad de género, fomentando una conciencia crítica sobre un modelo de desarrollo que es insostenible e injusto.

Palabras clave: Desarrollo sostenible - Género - Educación - Trabajo cooperativo

MODELO APRENDIZAJE COMPETENCIAL: EXPERIENCIA DE APRENDIZAJE COOPERATIVO, AUTÓNOMO Y EVALUACIÓN

AUTORA

Nuria Arís Redó

Universidad Internacional de La Rioja (España)

nuria.aris@unir.net

Esta comunicación presenta una experiencia de innovación educativa que combina la organización en grupos cooperativos con el trabajo autónomo, y evaluación conjunta.

Considerando que el trabajo cooperativo propicia el intercambio y la construcción conjunta de aprendizaje a través de la ayuda mutua (Huber, 2008, Tourón, 2010), esta experiencia pretende ser una estrategia para dinamizar la motivación del alumno a partir tres dimensiones claves: Aprendizaje autónomo, grupos cooperativos y la dinámica evaluativa del propio alumno.

A partir de la revisión teórica fundamentamos el punto de partida para dar origen a un modelo que revierta el aumento de la motivación del alumno y su en la percepción se su propia satisfacción. Todo ello centrado en la elaboración del portafolio implica, pues implica por parte del alumno la evidenciación del propio progreso, así como una reflexión metacognitiva muy significativa con el logro competencial (De Miguel, 2006; Bolivar, 2007). La experiencia se aplica los alumnos de Grado de Primaria.

Esta experiencia de talleres cooperativos, aprendizaje autónomo, y la necesaria dinámica evaluativa da origen a nuestra reflexión a la propuesta de un modelo teórico que articula la interrelación de dichas dimensiones. Al optar por implementar técnicas de coevaluación entre los propios alumnos se facilitó que se generaran procesos de trabajo cooperativo de gran significación. Con la revisión de la literatura científica se establece la vinculación entre aprendizaje cooperativo, autónomo y motivación.

En esta dinámica de trabajo, el alumno evidencia el proceso de reflexión significativa, de creación de conocimiento cada vez más complejo y elaborado. Ello favorece la creación de conocimiento holístico (Pozo y Monereo, 2009). Coincidimos en considerar que el aprendizaje cooperativo facilita el logro de las competencias así como la capacidad crítica de los estudiantes, la mejora en la eficacia (Cannon y Scharmann, 1996), y por último, pero muy importante, el aumento del compromiso personal (Learreta Ramos, 2005).

Por todo ello consideramos que esta propuesta, que suma la elaboración del portafolio con el aprendizaje cooperativo, promueve la reflexión y el desarrollo competencial (Domingo 2008). En este sentido compartir responsabilidades parece una medida importante en la coevaluación y en la autorreflexión. También consideramos el potencial del mismo como estrategia formativa a considerar por el docente. La supervisión del docente durante todo el proceso es un factor que hace que el estudiante se sienta con más responsabilidad al tener que entablar diálogos sobre su propio proceso de trabajo.

Los resultados obtenidos nos motivan a seguir investigando. Con ello podremos obtener progresivamente una mayor comprensión del proceso de aprendizaje de los estudiantes pero, también, una serie de pautas que puedan guiar la intervención sobre los procesos de enseñanza-aprendizaje orientados al logro competencial (Boekaerts, 2001).

Palabras clave: Aprendizaje cooperativo - Educación Superior - Innovación - Evaluación

LA CIUDAD COMO RECURSO PARA LA ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DEL PATRIMONIO CULTURAL EN LA FORMACIÓN DE MAESTROS DE GRADO DE PRIMARIA

AUTORA

María de la Encarnación Cambil Hernández

Universidad de Granada (España)

ncambil@ugr.es

La enseñanza del patrimonio cultural, en la formación de los maestros de Grado de Educación Primaria, ha pasado de ser considerada un recurso a adquirir la categoría de fuente primaria para la enseñanza-aprendizaje de las diferentes disciplinas que conforman las Ciencias Sociales, Historia, Geografía e Historia del Arte..., ya que a través de él podemos enseñar los diferentes aspectos espaciales, históricos, sociales, artísticos etc., que han conformado nuestro entorno y nuestra cultura y por tanto nuestro patrimonio cultural, todo ello avalado por las modernas teorías psicológicas del aprendizaje.

Dentro del patrimonio cultural, la ciudad es en sí misma, un recurso para la enseñanza-aprendizaje del patrimonio, ya que como sistema vivo y en continuo cambio se ido conformando a lo largo del tiempo con elementos que hoy forman parte del patrimonio inmueble, mueble e inmaterial a través de los cuales se puede leer su configuración y evolución, así como, apreciar los diferentes elementos que conforman la idiosincrasia específica de cada ciudad. El estudio del patrimonio a través de ella, desde una perspectiva multidisciplinar y transversal, facilita que los maestros en formación cumplan con sus objetivos de aprendizaje en esta materia, adquieran las competencias, tanto básicas como específicas, necesarias en su formación, aborden su estudio, tanto desde los contenidos del currículo, como desde conceptos como cultura, tradición, patrimonio, identidad, bien cultural etc.

Por todo ello la utilización de la ciudad como recurso didáctico para la enseñanza-aprendizaje del patrimonio cultural en la formación de maestros de educación primaria, se convierte en una metodología mediante la cual se favorece la investigación, la innovación, el trabajo colaborativo presente en la elaboración de materiales didácticos, así como que los alumnos construyan su propio conocimiento de una forma lúdica y cooperativa que les facilita el aprendizaje.

Palabras clave: Educación Primaria - Patrimonio cultural - Innovación - Materiales didácticos - Didáctica del Patrimonio - Didáctica de las Ciencias Sociales

GUIA DE SEGUIMIENTO DE LAS PRACTICAS EXTERNAS DE ENFERMERÍA EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORAS

Olga Canet Vélez y Pilar González Gálvez

Universidad Ramon Llull (España)

olgacv@blanquerna.url.edu y pilargg@blanquerna.url.edu

En el contexto del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), el Practicum pasa a tener un papel más relevante. Las prácticas externas en la titulación de Enfermería, de igual manera que en los demás grados universitarios, se proyectan como espacio privilegiado de socialización e iniciación profesional, intersección del mundo formativo y el productivo donde el objetivo perseguido es aprender en la práctica, por transferencia de conocimientos y por inferencia de los mismos. Por ello es necesario adoptar un modelo de aprendizaje acomodado en la integración de la teórica y la práctica, que contenga unas estrategias de seguimiento efectivas y de calidad.

Esta ponencia plantea en primer lugar la conceptualización de dicho aprendizaje desde la perspectiva del seguimiento académico. La tutela durante las prácticas externas en la universidad se fundamenta en el soporte, interacción y retroalimentación constante. Ello permite respetar el ritmo individual de cada estudiante y estimular la mejora de la capacidades personales y el desarrollo competencial. La figura del tutor es clave en este aprendizaje, donde nada debe quedar al azar.

En segundo lugar se expone cómo se organiza el proceso de desarrollo y la estructura del mismo. Esta aproximación permite profundizar en diseño, así como explicitar los ejes y objetivos que orientan el seguimiento, el aprendizaje y la propia evaluación.

Esta ponencia concluye con la propuesta de una guía para el seguimiento del *Prácticum* universitario. Disponer de una guía consensuada, basada en las experiencias, los resultados de otras investigaciones y pensada para dar respuesta a las diversas fases procesuales de los diferentes periodos de prácticas ayudaría a garantizar el aprendizaje significativo de los estudiantes.

Palabras clave: Educación Superior - Enfermería - Practicas externas - Seguimiento del *Prácticum* - Función tutorial

LA PROPUESTA COMPETENCIAL EN LOS TRABAJOS DE FIN DE GRADO EN ENFERMERÍA: UNA REFLEXIÓN NECESARIA

AUTORAS

Olga Canet Vélez*, **Judith Roca Llobet** y **Silvia Gros Navés**

Universitat Ramon LLull* y Universitat de Lleida (España)

olgacv@blanquerna.url.edu; judithrl@infermeria.udl.cat y sgros@infermeria.udl.cat

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) promueve cambios de enfoque en la formación universitaria. Las políticas educativas llegaron repletas de ideas genéricas, que la universidad va concretando desde la particularidad de los diferentes contextos de cada país e instituciones, de cada titulación y cada área de conocimiento.

En primer lugar, la armonización de la educación superior plantea los cambios estructurales que contienen los estudios, y en segundo lugar señala los planteamientos didácticos que subyacen de esta renovación en las metodologías educativas como son: dar mayor protagonismo al estudiante en su formación, fomentar el trabajo colaborativo, organizar la enseñanza en función de las competencias que se deban adquirir, más potenciar la adquisición de herramientas de aprendizaje autónomo y permanente.

En este orden de ideas, en las nuevas titulaciones universitarias de Grado aparece la asignatura de Trabajo de Fin de Grado (TFG) situada en el último curso formativo, esta ofrece un espacio de aprendizaje particular que reúne gran parte de las postulaciones citadas anteriormente.

En esta ponencia se presenta el estudio realizado sobre el TFG de Enfermería en una muestra de Universidades españolas. El objetivo general perseguido es evidenciar si las propuestas de los diseños formativos por competencias en Enfermería disponen a los estudiantes hacia un aprendizaje integral que les prepare ante la complejidad de la realidad profesional a la que se han de afrontar.

El análisis se ha focalizado en diferentes dimensiones. El eje central se sitúa en las competencias seleccionadas para su desarrollo y evaluación, pero también se explora la especificidad de los resultados de aprendizaje y las peculiaridades diferenciales destacables en cuanto al proceso de enseñanza aprendizaje (metodología, evaluación, temática).

Palabras clave: TFG en enfermería - Evaluación de competencias - EEES - Política educativa

COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL DOCENTE DE MÚSICA: UN ESTUDIO EXPLICATIVO EN EL CONTEXTO CATALÁN

AUTORAS

Carmen Carrillo y Mercè Vilar

U. Internacional de Cataluña y U. Autónoma de Barcelona (España)

ccarrillo@uic.es y merce.vilar@uab.cat

Este trabajo debe situarse en el marco del proceso de configuración del Espacio Europeo de Educación Superior. Se planteó en el momento de revisar perfiles y competencias profesionales que pudieran contribuir a la convergencia entre los sistemas educativos superiores europeos, además de potenciar la ocupación laboral de sus graduados. En este contexto, este estudio examinó las percepciones de una muestra amplia de docentes de música catalanes de educación primaria y secundaria en torno a las competencias necesarias para el desarrollo eficaz de su profesión. Las competencias que los docentes tuvieron que valorar forman parte de una propuesta validada de 10 competencias profesionales para el profesorado de música que se organizan bajo las categorías de transversales, musicales y pedagógicas y/o didácticas (Carrillo y Vilar, 2014).

Tomando como base dicha propuesta, se elaboró un cuestionario electrónico que fue validado mediante la técnica de jueces. Siete personas expertas en los ámbitos de la investigación educativa, las competencias, la docencia de la educación musical y la inspección educativa participaron en la validación. Mediante dicho cuestionario se recogieron las opiniones de 443 docentes de música catalanes (un 13,8% de la población de estudio) acerca de la importancia de dichas competencias para el desarrollo de su profesión, su utilización en la práctica y la preparación recibida en la formación inicial para su ejercicio.

Con la ayuda del software informático SPSS versión 15.0, se llevaron a cabo dos tipos de análisis: uno de corte descriptivo y otro de carácter explicativo. Los resultados fruto del primer análisis, que permitieron examinar las competencias profesionales mayor y menor valoradas por los docentes de música participantes, fueron publicados en Carrillo y Vilar (2012). Los resultados del análisis explicativo, que vinculó las variables a explicar – es decir, las competencias – con las variables estructurales recogidas en el cuestionario, se presentan en este artículo. En él se relacionan las percepciones de la muestra en torno a las 10 competencias de la propuesta y, de forma más general, las tres categorías bajo las que se inscriben dichas competencias, con diferentes variables estructurales de carácter sociodemográfico, académico-formativo y profesional.

Los resultados que se exponen permiten considerar y explicar las similitudes y diferencias de las percepciones expresadas por la muestra – acerca de la importancia, la utilidad y la formación recibida para el ejercicio de las competencias por las que se les pregunta en el cuestionario – en función de las siguientes variables: sexo, edad, etapa de ejercicio, experiencia docente, titulación de acceso, titularidad del centro, dimensión de la población en la que se encuentra el centro, nivel socio-económico del alumnado, responsabilidades en el centro y formación permanente. Los resultados se discuten con base a sus implicaciones para la formación y la práctica profesional del docente de música de primaria y de secundaria.

Palabras clave: Competencias profesionales – Profesorado de música – Educación Musical – Educación Primaria – Educación Secundaria

TRANSLATING TOURIST TEXTS INTO NON-MOTHER TONGUE, DOES IT REALLY EXIST?

AUTORA

Cristina Castillo Rodríguez

Universidad Internacional de La Rioja (España)

cristina.castillo@unir.net

Translation of tourist texts has not been conferred the importance it deserves today, above all, if we take into account that tourism is one of the most relevant sectors in some countries, such as Spain. Besides, if we have a look at current degrees of Translation and Interpreting in this country, we can observe that tourist translation in itself is not an independent subject as the rest of specialized translations. In fact, tourist translation is usually included under the umbrella of General Translation subjects with the main purpose of showing translation mistakes found in ‘professional’ practice nowadays. However, tourist texts from promotional material of a certain tourist service are the first impression foreign tourists have from the establishment or service they are going to acquire and enjoy. Therefore, special attention should be paid when translating this type of specialised documents into different languages. The reasons for this lack of quality lies in the fact that this discourse has not been considered specialised. Other authors, on the other hand, state that there are several mistakes in Spanish tourist texts into different languages because of a directionality criterion. Nevertheless, translating into non-mother tongue is a very common practice today, which leads us to be aware of this reality and act consequently.

In this paper, we have taken into account these premises and we have carried out an empirical study with semi-professional translators, i.e. undergraduate students finishing their degrees on Translation Studies and Interpreting at university. They have translated into English, French or Italian some paragraphs extracted from webpages of hotels offering services of wellness and beauty and without any official translations into other languages. We will, then, try to highlight the most typical mistakes, focusing on terminology, grammar and other stylistic aspects. Concretely, we will classify the mistakes as follows: grammar mistakes, spelling mistakes, concordance mistakes, sense mistakes, lack of translation mistakes, mistakes of words translated into another language, accurate mistakes, as well as (total or partial) omission mistakes.

On the other hand, after this analysis with semi-professional translators, we will assess their answers according to what they express in an online survey that these students have fulfilled once the experiment has come to an end. The main purpose of the online survey is to analyse the type of documentation they have at their disposal for their translations, and above all, for their translations into non-mother tongue. We will offer some conclusions related to the practice of translations into non-mother tongue, depending on the type of mistakes found in this corpus of semi-professional translations, and once we have contrasted them with the mistakes found in another corpus collected from other translations considered ‘professional’, that is, compiled from webpages publishing their texts into different languages.

Palabras clave: Corpus linguistics – Specialized translation – Semi-professional translators – Non-Mother tongue translations – Wellness and beauty tourism

PERCEPCIONES DEL ALUMNADO DE ERASMUS ACERCA DE LAS COMPETENCIAS DEL PROFESORADO UNIVERSITARIO

AUTORES

María Jesús Colmenero Ruiz y Antonio Pantoja Vallejo

Universidad de Jaén (España)

mjruiz@ujaen.es y apantoja@ujaen.es

El proceso de convergencia en el que están inmersos los sistemas educativos europeos, con los que se inicia la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), introduce los nuevos ejes en torno a los cuales girarán los modelos educativos de los estados miembros: las competencias y habilidades que deberán alcanzar los estudiantes cuando concluyan su formación (Gallego y Rodríguez, 2014). Del mismo modo, consideramos que los programas de movilidad constituyen una línea fundamental de actuación para facilitar el intercambio de contenidos, metodologías y recursos y para potenciar la generación y transmisión de conocimiento (Pineda, Moreno y Belvis, 2008). Así pues, el programa Erasmus es considerado uno de los grandes impulsores de la movilidad académica europea en el nivel de la enseñanza superior durante los últimos 25 años.

En la presente comunicación se pretende detectar las percepciones del alumnado de ERASMUS acerca de las competencias que desarrolla el profesorado europeo en su quehacer didáctico universitario. Para ello se parte de interrogantes como: ¿Cuáles son las principales características de la labor de los docentes universitarios de la Unión Europea? ¿Qué competencias son las que destacan en su trabajo? ¿Qué implicaciones tiene el desempeño docente en el futuro profesional del alumnado? ¿En qué medida repercuten en la formación recibida en la titulación?

Con tal fin se diseña un instrumento *ad hoc* para recoger información relevante sobre las competencias docentes desarrolladas: el portafolio. El mismo, permite al alumnado de Erasmus expresar su percepción sobre la docencia universitaria y las competencias (curriculares, didácticas, metodológicas, organizativas, comunicativas, evaluativas y relacionadas con las TIC) observadas durante el desarrollo de las clases. Cada portafolio lleva un registro de las actividades realizadas en el aula, que contempla los modelos explicativos elaborados en cada momento y las reflexiones subsiguientes a que éstas dieran lugar; se trata de que estos estudiantes recojan información relevante sobre la forma en que se plantea la docencia universitaria en las materias cursadas, de tal manera que expresen cómo ven el acto docente los que son protagonistas del mismo, adoptando una visión diferente de la vida de las aulas.

Los resultados del estudio muestran cómo existe una percepción positiva en las grandes competencias analizadas y, en general, del profesorado en su función docente. Los aspectos curriculares, didácticos y metodológicos siguen un planteamiento más bien tradicional (la práctica se basa en la teoría previa); se sigue el temario sin vincularlo con la toma de decisiones; la comunicación es fluida, pero excesivamente unidireccional; se contempla un trasvase del modelo de aprendizaje hacia las TIC, en especial, al uso de las plataformas educativas; finalmente, el sistema de evaluación son muy dispares y dependen de cada docente, es decir, no existen patrones que se pudieran considerar institucionales.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior – ERASMUS – Competencias docentes – Portafolios

EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA: FATORES RELACIONADOS À EVASÃO E À PERMANÊNCIA ESTUDANTIL EM UM POLO DE APOIO PRESENCIAL

AUTORES

Ricardo Antonio Cornélio e Fernanda Carla Wasner Vasconcelos

Centro Universitário UMA (Brasil)

quimica01136@gmail.com e fernanda.wasner@prof.una.br

O maior desafio que as organizações enfrentam nos dias atuais está relacionado à adoção de medidas adequadas para lidar com a grande velocidade de inovação. A Educação a Distância (EaD), com a utilização das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) cresce em alta velocidade, possibilitando acesso a um número cada vez maior de sujeitos. A utilização da internet tem possibilitado a pesquisa de informações para a realização de trabalhos escolares e até a realização de cursos de graduação e pós-graduação totalmente a distância, ou seja, a Educação a Distância (EaD) permite que professores e alunos tenham relacionamento sem qualquer contato físico. Uma das vantagens frequentemente citada da EaD é permitir ao aluno estudar onde quer que esteja e quando lhe for mais conveniente.

Junte-se a essa liberdade de estudar em qualquer lugar e a qualquer momento a utilização de computadores cada vez mais velozes e o desenvolvimento de novos aplicativos, propiciando o crescimento da Educação a Distância, porém, essa expansão e o uso das tecnologias, por si só, não são capazes de evitar a ocorrência de evasão. Evitar o aumento da evasão e levantar as suas causas é atividade de relevância para as instituições que tenham a capacidade de dar apoio aos estudantes durante o desenvolvimento de seu curso. A preocupação com a evasão no processo de Educação a Distância tem crescido no âmbito acadêmico, porém, o assunto ainda é pouco explorado, especialmente, no tocante às causas da evasão. Acredita-se, desse modo, que este estudo contribuirá para a compreensão do tema.

Para tanto, faz-se necessária a adoção de modelos de avaliação capazes de identificar os motivos relacionados à permanência ou à evasão estudantil nos cursos EaD. Neste estudo analisaram-se os seguintes fatores: características dos cursos, as condições de trabalho, as questões tecnológicas e os aspectos pessoais, que mais motivam as evasões/permanências em cursos na modalidade a distância. Através de dados sócio-demográficos, buscou-se identificar as características do alunado, constituído de alunos e ex-alunos de graduação de um Polo de Apoio Presencial (PAP) do município de Itabira (MG), Brasil.

Os resultados deste estudo apontam que o grau de complexidade do curso, a habilidade do aluno em concluir o curso, o acesso ao sistema virtual (AVA), eventos familiares durante a realização do curso, o acesso ao material didático utilizado, bem como a qualidade e o feedback/orientações fornecidos pelo tutor em relação às participações dos alunos e o incentivo familiar para a realização do curso são os principais fatores que atuam sobre a evasão e/ou a permanência desses alunos.

Palabras clave: Educação a Distância - Tecnologias e educação - Evasão/permanência escolar - Gestão escolar

PROPUESTA DE ENSEÑANZA DE HABILIDADES MOTRICES Y SOCIALES CONJUNTAMENTE A PARTIR DE LA EVALUACIÓN DIAGNÓSTICA EN EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

Pablo Cuesta Crespo, Alejandro Prieto Ayuso y Pedro Gil Madrona

Universidad de Castilla La Mancha (España)

Pablocuesta6@hotmail.com, Alejandro.Prieto@uclm.es y Pedro.Gil@uclm.es

El objeto de estudio de este trabajo ha sido el diseño de un programa para trabajar las habilidades sociales y motrices de forma conjunta en el periodo de Educación Infantil (0-6 años). Diversas investigaciones (Ballester & Gil, 2002; Gil & Gil Rodríguez, 1998; Gil Rodríguez, León) han establecido una relación entre los problemas en el desarrollo de las habilidades sociales durante la infancia y desajustes en la edad adulta. Un buen desarrollo de estas habilidades es uno de los indicadores que más significativamente se relaciona con la salud mental de las personas. Gil Madrona, Gutiérrez y Madrid (2012) clasifican las habilidades sociales en cognitivas, emocionales e instrumentales. En relación a las habilidades motrices, Batalla (2000) las define como la competencia de un sujeto al enfrentarse a un determinado objetivo, aceptando que para conseguirlo se requiere una respuesta motora, que juega un papel primordial e indiscutible.

Con este trabajo se pretende que el niño pueda poner en funcionamiento sus músculos, articulaciones, reacciones motrices, relaciones espaciales y temporales, uso hábil del cuerpo, la imagen y percepción corporal, que vaya mejorando el tono muscular, el equilibrio y todos los factores que engloba el concepto del esquema corporal a la vez que aprende habilidades sociales, como escuchar, saber iniciar una conversación, dar las gracias, participar, disculparse, dar y seguir instrucciones y expresar los sentimientos entre muchas otras.

Para ello se llevó a cabo el diseño de una propuesta global y de una corrección práctica de investigación evaluativa, que ha consistido en una evaluación inicial a cinco grupos de alumnos y alumnas (dos grupos de cinco años del colegio concertado Escuelas Pías y a tres grupos de la misma edad del colegio público Parque Sur), con el fin de ajustar la propuesta a la realidad educativa de los mismos. Se han elegido estos centros debido a facilidad de acceso, además de encontrarse en la misma zona de la ciudad de Albacete, contando así con características similares entre el alumnado de ambos centros educativos. La evaluación se ha llevado a cabo a través de unos indicadores (hojas de observación), a través de reuniones con los tutores de los cursos y dos horas de observación al grupo/clase en el gimnasio mientras los alumnos y alumnas realizaban ejercicios en los que se trabajaban los contenidos y los aspectos evaluados.

Los resultados obtenidos confirman que los aspectos afectivos-relaciones están muy poco desarrollados y es donde nos debemos centrar prioritariamente nuestra respuesta educativa. Finalmente, destacar a modo de prospectiva que esta propuesta puede ser de utilidad al profesorado de cualquier centro educativo que tenga como objetivo la enseñanza conjunta de las habilidades motrices y sociales en la etapa de Educación Infantil.

Palabras clave: Habilidades sociales – Habilidades motrices – Aprendizaje – Educación Física – Educación Física

INSTRUCCIONES DE USO: TRABAJO COOPERATIVO Y EVALUACIÓN FORMATIVA, MEZCLE EN UN CUATRIMESTRE Y VERÁ SUS RESULTADOS ;COMPROBADO!

AUTORAS

María D. De Juan Vigaray y Elena González Gascón

Universidad de Alicante y Universidad Miguel Hernández (España)

mayo@ua.es y elena.gonzalez@umh.es

El EEES entró en vigor oficialmente en el curso académico 2010-2011. Años antes muchos discentes aplicaron a grupos piloto diferentes metodologías preparándose para el cambio que se esperaba en el sistema universitario europeo. Una vez en marcha el denominado ‘Sistema de Bolonia’, estamos siendo testigos en las aulas de cómo se están aplicando las recomendaciones y graduando las primeras promociones.

Como experiencia, en el curso 2007-2008 aplicamos la evaluación formativa junto con el trabajo cooperativo en una asignatura de marketing. El objetivo era comprobar si ambos, de forma combinada, conducían a éxitos docentes, con la idea de aplicarlo en el futuro. Los logros con el grupo de estudiantes con el que se trabajó fueron notables, así como el trabajo extra que ello supuso para la docente y los discentes. Tras varios años hemos vuelto a repetir la experiencia en una asignatura con características similares para analizar si dentro del propio sistema, sobresalía en cuanto a resultados y éxito docente como lo hizo cuando el Plan Bolonia no estaba instaurado. Tomando como premisa que muchas asignaturas deben estar utilizando este método de evaluación y metodología (o similares) los estudiantes no deberían, en principio, sorprenderse ni encontrar diferencias muy significativas con otras asignaturas, ya que ahora el sistema universitario obliga en cierta forma a utilizar metodologías y sistemas de evaluación de este tipo.

La evaluación formativa representa la parte central del proceso de enseñanza-aprendizaje. Se realiza durante todo el proceso y genera información del mismo, tanto a estudiantes como al profesor. No es fácil de realizar porque implica un cambio de metodología. Es un proceso de constatación, evaluación y toma de decisiones, que tiene por finalidad optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, desde una perspectiva humanizadora y no con un mero fin calificador.

Por su parte, el trabajo cooperativo es un método que junto con un conjunto de técnicas de conducción del aula, permite que los estudiantes trabajen en grupos pequeños, desarrollando una actividad de aprendizaje y recibiendo evaluación de los resultados conseguidos. Además de lo anterior, es necesario que se den una serie de condiciones: la interdependencia positiva, la interacción, el reparto de roles, el seguimiento de la actividad y la evaluación.

Este trabajo realiza una descripción de los tipos de evaluación y del trabajo cooperativo. Después se caracterizan las asignaturas de marketing y los grupos de estudiantes objeto de estudio. Posteriormente se describe la aplicación de la experiencia en un contexto ‘previo a la instauración del Plan Bolonia (pre)’ y en un contexto ‘inmerso en el Plan Bolonia (post)’. Los resultados de estas experiencias muestran que tanto la evaluación formativa como el trabajo cooperativo son metodologías eficaces, no sólo en la adquisición de conocimientos y en el desarrollo de competencias, sino que también elevan el nivel de satisfacción de los estudiantes con su aprendizaje. Sorprendentemente los estudiantes valoran la experiencia realizada en un contexto post-Bolonia, con el mismo o mayor entusiasmo que lo hicieran sus compañeros pre-Bolonia.

Palabras clave: Trabajo cooperativo - Evaluación formativa - Marketing - Innovación docente - Docencia universitaria

METODOLOGÍAS ACTIVAS PARA EL APRENDIZAJE Y ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS EN UN AULA DE COMUNICACIÓN. EXPERIENCIAS RECIENTES

AUTORA

Rocío de la Maya Retamar
Universidad de Málaga (España)
rmaya@uma.es

Desde la incorporación de la universidad española al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), hemos asistido a una intensificación de estudios y análisis que, orientados a la mejora de la calidad de la enseñanza superior y de la actividad del profesorado universitario, promueven un cambio metodológico en las modalidades de enseñanza centradas en el desarrollo de competencias. La tipología de métodos predominantes tienden a reproducir el modelo tradicional de enseñanza basado en métodos expositivos/lección magistral cuya finalidad se orienta a “transmitir conocimientos y activar procesos cognitivos en el estudiante” (De Miguel, 2005: 40), planteándose sobre la premisa de que es necesario abordar primero la teoría para después practicarla. Es decir, la mayoría de nuestros estudiantes universitarios estructuran sus cuatro años de grado en torno al estudio de contenidos teóricos que culminan con la visita a una empresa para realizar unas prácticas en las que prima sobre todo la observación. Se trata de manera genérica de modelos de formación basados en la enseñanza: centrados en el profesor/a, en los contenidos, persiguen la transmisión del conocimiento con la intención de provocar un aprendizaje, aunque nada permite garantizar que ese aprendizaje se produzca.

Frente a esta tendencia, los modelos de formación basados en el aprendizaje recurren a la puesta en práctica de metodologías activas que propugnan partir de actividades para que sea la curiosidad de los estudiantes y la indagación a partir de estas las que terminen provocando la necesidad de la teoría. En general, casi todas estas metodologías pueden encuadrarse en dos tipos generales: el **Aprendizaje Basado en Problemas** y el **Aprendizaje Basado en Proyectos** (ABP o PBL por sus siglas en inglés). Dentro del basado en problemas, podríamos hablar del Método del Caso, una escenificación de un problema o de un caso normalmente real que históricamente ha tenido una gran aceptación en titulaciones de Ciencias y Ciencias de la Salud como Medicina y Psicología o en Ciencias Sociales y Jurídicas como Derecho.

En el presente artículo nos proponemos compartir el desarrollo de una actividad en el marco del aprendizaje basado en proyectos planteada y experimentada en una asignatura del grado en Comunicación Audiovisual, abordando aspectos tales como la formación de grupos heterogéneos, los roles asignados o las formas de evaluación, entre otros, con el humilde objetivo de que pudiera servir de acercamiento o referencia para otros docentes universitarios que desarrollen su actividad en el ámbito de la Comunicación.

Palabras clave: Metodologías activas – Competencias – EEES – Aprendizaje colaborativo – Evaluación

EL APORTE DE LOS ESTUDIOS DE PERIODISMO A LA SOCIEDAD (UNA EXPERIENCIA DE APS)

AUTORA

Patricia Delponti Macchione
Universidad de La Laguna (España)
pdelponti@ull.es

En el marco de la convergencia educativa europea, en el que la preparación para el trabajo y la formación de una ciudadanía activa se han convertido en pilares fundamentales de la programación estratégica de las universidades, la comunidad educativa dedica esfuerzos a crear el entorno y las condiciones apropiadas para que las generaciones jóvenes adquieran las competencias y habilidades necesarias para la construcción de una sociedad sostenible, responsable y en armonía con el entorno en la que se encuentra inmersa. Por ello la formación para la ciudadanía y los conceptos asociados a la solidaridad, contribución social y servicio comunitario han adquirido mayor importancia en los currículos universitarios y en las políticas educativas de la última década.

Unir compromiso social con el aprendizaje de contenidos, habilidades, actitudes y valores es uno de los objetivos principales incluidos en las propuestas educativas de las carreras de comunicación y que buscan no sólo favorecer el aprendizaje significativo de los alumnos, sino también mejorar la motivación y como consecuencia los resultados académicos. Esta tendencia que viene tiempo desarrollándose especialmente en la formación reglada media y superior, es posible articularla también en el ámbito universitario, pero no sólo desde el enfoque de las prácticas de empresa o de las actividades profesionales necesarias para obtener el título, sino también en el marco de las diversas asignaturas que permiten el aprendizaje de contenidos mediante el trabajo aplicado a las necesidades reales del entorno y con la finalidad de mejorarlo.

Esta comunicación propone indagar en los resultados obtenidos por una experiencia pedagógica concreta desarrollada con alumnos de tercer curso de periodismo, en el marco de la asignatura optativa La imagen en el periodismo. Esta práctica profundiza y revela el rol que ejercen los estudiantes de periodismo para con la sociedad y el aporte que pueden realizar a la misma mientras se encuentran inmersos en la formación académica. En este sentido, es posible afirmar que el aprendizaje de servicios aplicado a la enseñanza del periodismo contribuye con el acercamiento de la dimensión cognitiva y ética de la persona, mejorando así la calidad educativa y por qué no, la inclusión social.

Palabras clave: Aprendizaje de servicios - experiencia pedagógica - Imagen - Organizaciones sin fines de lucro - Sensibilización - Periodismo de servicios

TRABAJOS DE CAMPO CON TIC EN LAS AULAS DE MAGISTERIO

AUTOR

José Francisco Durán Medina

Universidad de Castilla La Mancha (España)

JoseFrancisco.Duran@uclm.es

La Facultad de Educación de Toledo implantó en el curso escolar 2011/2012 la mención TICE (Tecnologías de la Información y de la Comunicación en Educación) con un éxito notable en cuanto al número de alumnos/as interesados/as en cursar los 30 créditos de las asignaturas optativas que daban pie a la consecución de esa novedosa especialidad.

En el curso 2012/2013 se pudieron defender en los tribunales nombrados para tal efecto los primeros Trabajos Fin de Grado (TFG) de dicha mención. Entornos Personales de Aprendizaje, Comunidades virtuales, Pizarra Digital Interactiva, Redes Sociales, Blogs, Plataformas Virtuales Educativas... fueron tratados en profundidad con sus trabajos de campo correspondientes.

Al finalizar el curso 2013/2014, se hace presente en el campo de la investigación en acción la segunda hornada de estos jóvenes investigadores, intentando descubrir la posibilidad de interacción entre las TIC y otros campos relacionados con la Educación como la Orientación Educativa, la animación a la lectura, TDAH (Trastornos por Déficit de Atención con Hiperactividad), Mochila Digital...

Y en esta ocasión prestaremos especial atención a algunos de los trabajos presentados para finalizar los estudios de grado de Magisterio durante el curso 2014/15 incluidos en la mención señalada que ya se consolida en este tercer año consecutivo con fuerza y calidad, estableciendo relaciones tan interesantes como las siguientes: Tablets y creatividad, PDI y atención a la diversidad, radio escolar y frecuencia de uso educativo, presentaciones audiovisuales y Matemáticas, etc.

Palabras clave: Educación - TICE - Investigación - Magisterio

DEFINICIÓN DE LAS COMPETENCIAS ESPECÍFICAS Y GENÉRICAS A DESARROLLAR EN EL GRADO EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS EN LA REGIÓN DE ASIA CENTRAL

AUTORAS

Almudena Eizaguirre Zarza y María García Feijoo

Universidad de Deusto (España)

Almudena.eizaguirre@deusto.es y maria.garciafeijoo@deusto.es

Tras la creación del Espacio Europeo de Educación Superior, la Unión Europea ha desarrollado distintos proyectos para facilitar la cooperación en el ámbito de la educación superior entre sus estados miembros y los países de su entorno. En concreto, este artículo presenta el **Proyecto Tuning TUCAHEA** “Towards a Central Asian Higher Education Area: Tuning Structures and Building Quality Culture”, que tiene como objetivo avanzar en la armonización de las titulaciones de la región de Asia Central (Kazajistán, Kirguistán, Tayikistán, Turkmenistán y Uzbekistán). Se trata de un proyecto Tempus que comenzó el 15 de Octubre de 2012 y finalizará el 14 de Octubre de 2015.

Este artículo comenzará señalando las principales características y objetivos de los proyectos *Tuning*. El enfoque *Tuning* propone una metodología que ayuda a diseñar, desarrollar, aplicar y evaluar los programas de estudio de cada uno de los ciclos de Bolonia en una región determinada. Contribuye así a elaborar programas de estudio (grados, masters, tercer ciclo...) en diversas disciplinas que los hace comparables, compatibles y transparentes, expresando los objetivos en términos de resultados de aprendizaje y de competencias.

Además, el artículo describirá el Proyecto *Tuning* TUCAHEA, centrándose en una de las partes esenciales del mismo, referida al proceso seguido para definir las competencias específicas y genéricas a desarrollar en el Grado en Administración y Dirección de Empresas (el proyecto en su conjunto trabaja 8 titulaciones). El resultado de este proceso culmina con un listado común de competencias genéricas y específicas, definidas a partir de la consulta a cuatro colectivos clave: empleadores, graduados, académicos y estudiantes.

Las 12 competencias genéricas son: pensamiento lógico y crítico, iniciativa y emprendimiento, aprendizaje autónomo, comunicación en la lengua oficial, en ruso y en otras lenguas extranjeras, liderazgo y trabajo en equipo, gestión de información y nuevas tecnologías de comunicación, aplicación de los conocimientos en la práctica, orientación a las necesidades del usuario, adaptación al cambio, gestión del tiempo, compromiso con la calidad, y responsabilidad social. Por otro lado, las 8 competencias específicas elegidas son habilidad para desarrollar e implementar la estrategia, operativa y táctica de un plan de negocio, habilidad de dirección y gestión de procesos, de dirección y gestión financiera, de dirección y gestión comercial y de marketing, de dirección y gestión de recursos humanos, de gestión de riesgos, de mantener relaciones con distintos *stakeholders* y de interactuar con los agentes internos y externos a la organización.

El trabajo finaliza con unas conclusiones y futuras áreas de reflexión sobre este proyecto y la metodología *Tuning* en general.

Palabras clave: Aprendizaje - Competencias específicas - Competencias genéricas - *Tuning* - Espacio - Europeo de Educación Superior

COMUNICACIÓN PARA LA PAZ EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR: FORMAR AL ESTUDIANTADO EN CAPACIDADES PARA CONTRIBUIR A LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORES

Alessandra Farné y Francisco Javier López Ferrández

Universitat Jaume I (España)

farne@uji.es y ferrandf@uji.es

El artículo aborda la asignatura “Comunicación para la Paz” en el marco del Máster en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo, de la Universitat Jaume I de Castellón, como experiencia que contribuye a la formación del estudiantado del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en sus capacidades para contribuir al cambio social. El objetivo es revisar la evolución de esta asignatura y su adaptación al EEES como posible guía para otras universidades que quieran reforzar la formación de su estudiantado en temas de justicia social.

Para ello, el artículo se estructura en tres partes. En primer lugar, examinamos el marco legal y conceptual de referencia para esta asignatura. Esta fase incluye, por una parte, un repaso de la legislación nacional, europea e internacional sobre comunicación, paz, justicia social, igualdad, etc., y, por otra, una revisión de la fundamentación metodológica y conceptual, basada principalmente en la Teoría Crítica y Pedagogía Crítica sobre cultura y comunicación para la paz y el cambio social entendida como una comunicación educadora y transformadora que implique y movilice a las personas en la transformación de la violencia e injusticias por medios pacíficos (Boulding, 1999; Butler, 2005; Fraser, 1999; Freire, 1994; 2008; Galtung, 1990; Gámez Fuentes et al., 2015; Kaplún, 1998; Nos Aldás, 2007; 2013).

En segundo lugar, presentaremos la asignatura “Comunicación para la Paz”, con sus contenidos y metodologías, así como su evolución a lo largo de los veinte años del Máster de la Paz de la Universitat Jaume I y el proceso de adaptación al EEES para convertirse en una materia de un Máster Universitario desde el curso 2006-2007.

Finalmente, abriremos la discusión con reflexiones sobre la asignatura, la experiencia a lo largo de sus diferentes ediciones, su evolución y contribución en la formación de estudiantes del EEES en comunicación para la paz y el cambio social (Nos Aldás et al, 2014). Se abordarán tanto las acciones consideradas positivas como los desafíos encontrados, para así establecer unas posibles pautas o guía para otros programas que quieran incorporar la comunicación para la paz y el cambio social en el plan de estudios de sus estudiantes para la formación de una ciudadanía crítica y activa, capacitada para transformar las injusticias y desigualdades de forma pacíficas.

Palabras clave: Comunicación – Paz – Cambio Social – Igualdad – Espacio Europeo de Educación Superior

DEL COMPROMISO A LA REALIDAD: UN CASO PRÁCTICO DE SOSTENIBILIZACIÓN CURRICULAR

AUTORAS

Mónica Fernández Morilla, M^a Teresa Fuertes Camacho y Silvia Albareda Tiana

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mfernandezm@uic.es, tfuertes@uic.es y salbareda@uic.es

Hace veinticinco años, los Líderes de Universidad por un Futuro Sostenible, conscientes ya de los graves problemas de insostenibilidad del planeta firmaron la Declaración de *Talloires* (1990), un documento a través del cual, las instituciones de enseñanza superior se comprometían a asumir el liderazgo mundial en el desarrollo, creación, apoyo y mantenimiento de la sostenibilidad. En la Cumbre para la Tierra de 1992 la comunidad internacional adoptó el Programa 21 (ONU, 1992), un plan de acción global sin precedentes que tenía por objetivo conseguir una plena integración de la dimensión ambiental en todos los ámbitos de actividad, incluida la educación.

Más recientemente, ante los indicadores y la falta de compromiso de la sociedad, la *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (2005), proclama la Década de la Educación para el Desarrollo Sostenible (2005-2014), recogiendo en su programa la necesidad urgente de reorientar la educación hacia el desarrollo sostenible. Siguiendo un modelo de formación orientada al aprendizaje de competencias impulsado por las directrices de la convergencia europea, las competencias en sostenibilidad a desarrollar en los planes de estudio serían el conjunto complejo e integrado de conocimientos, procedimientos, actitudes y valores, que los individuos ponen en juego en los diferentes contextos en los que se desarrollan para resolver situaciones, con criterios de sostenibilidad, relacionadas con una problemática ambiental.

Así pues, una propuesta de formación universitaria para la sostenibilidad debería integrar la promoción del aprendizaje organizado en los tres núcleos básicos de Delors (1996):

- a) Comprensión crítica de la problemática ambiental global (saber),
- b) Adquisición de habilidades, estrategias, técnicas y procedimientos para la toma de decisiones y la realización de acciones relacionadas con el desarrollo sostenible (saber hacer) y
- c) Desarrollo de actitudes y valores coherentes con la sostenibilidad (saber ser y saber valorar).

A través de este trabajo, se presenta una propuesta metodológica, integrada en la asignatura de “Enseñanza y Aprendizaje de las Ciencias Experimentales” de 3º curso del Grado en Educación Primaria (curso académico 2012-2013), que permitió desarrollar las competencias profesionales en Educación para la Sostenibilidad de los estudiantes. La adquisición de competencias por parte de los futuros maestros se evidenció tras el análisis de los resultados obtenidos en la autoevaluación y evaluación de las mismas, mostrando un caso práctico de integración curricular de la sostenibilidad.

Palabras clave: Competencias Profesionales en Educación para la Sostenibilidad – Sostenibilización Curricular – Grado en Educación Primaria

ESTADO DE LA INVESTIGACIÓN SOBRE COMPETENCIA COMUNICATIVA ORAL

AUTORAS

Mariana Fuentes Loss, M. Carmen Balaguer Fábregas y Mercè Palau Royo

Universitat Internacional de Catalunya (España)

mafuentes@uic.es, mcbalaguer@uic.es y mpalau@uic.es

La palabra, la voz, el gesto, es decir la comunicación oral es uno de los instrumentos más importantes de que disponen los maestros y las maestras para transferir las enseñanzas a su alumnado. Por otra parte, la comunicación oral del profesorado constituye también el modelo de interacción social y de lenguaje que los niños/as aprenden de manera inductiva. A partir de esta afirmación, la investigación pretende aportar elementos de análisis de la competencia comunicativa oral en la formación inicial de maestros y maestras.

Las razones que nos llevan a plantear esta comunicación surgen de la evidencia que la escuela tradicional ha trabajado escasamente el desarrollo de la lengua oral en comparación con la lengua escrita. En el ámbito universitario, y concretamente en la formación inicial de maestros, la formación en lengua escrita suele predominar frente a la formación en lengua oral (Calsamiglia y Tusón 1999; Cassany, 2006). Otra importante razón la constituye el hecho de que la investigación en la didáctica de la lengua oral es comparativamente más escasa que la de la lengua escrita (Núñez, Fernández y Romero, 2008), por lo cual esperamos que nuestro trabajo contribuya a subsanar esta diferencia.

En este sentido, el objetivo general de este trabajo es presentar la revisión de la literatura sobre la investigación de la competencia comunicativa oral y su incidencia en la formación inicial de maestros y maestras de Educación Infantil y Primaria. Es importante señalar que esta revisión constituye el marco teórico de una investigación más amplia en curso, sobre la mejora de la competencia comunicativa oral en estudiantes de Educación.

La metodología utilizada es de naturaleza cualitativa, basada en la revisión bibliográfica y centrada en investigaciones y experiencias publicadas en bases de datos internacionales y bibliografía especializada. La base se sitúa en la importancia que distintos referentes bibliográficos como Vigotsky, Bruner, Tusón, Calsamiglia, y otros autores que han desarrollado estas teorías, otorgan al lenguaje y en general a la interacción.

El resultado que se espera obtener es doble. Por un lado, el conocimiento actualizado de los desarrollos teóricos. Por otro lado, el conocimiento de las experiencias que determinan las condiciones personales y didácticas que se han consolidado como óptimas para mejorar la competencia comunicativa oral en el aula universitaria de Educación.

Como se ha señalado, la perspectiva que se plantea es diseñar, implementar y validar un programa de instrucción de la lengua oral que aporte ayudas para superar posibles déficits en la competencia comunicativa oral de los futuros maestros y maestras y que, en el futuro, pueda ser implementado de manera preventiva y normalizada. Esperamos que este programa pueda ser de aplicación en otros estudios de grado donde la competencia comunicativa oral sea un requisito a tener en cuenta.

Palabras clave: Competencia comunicativa oral – Formación inicial de maestros – Didáctica de la lengua oral

LA APLICACIÓN DE LAS ACREDITACIONES LABEL 1 Y LABEL 2 DE CALIDAD DOCENTE EN DEUSTO BUSINESS SCHOOL

AUTORAS

María García Feijoo y Almudena Eizaguirre Zarza

Universidad de Deusto (España)

maria.garciafeijoo@deusto.es y almudena.eizaguirre@deusto.es

Con la puesta en marcha del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) las universidades españolas han experimentado un proceso profundo de transformación en su manera de pensar, hacer y vivir la docencia. Uno de los ámbitos en los que se han producido mayores cambios es la gestión y acreditación de la calidad docente.

En este contexto, el **programa Docencia de la Agencia Nacional de Calidad (ANECA)** tiene como objetivo apoyar a las universidades para que diseñen mecanismos propios para valorar la calidad de la actividad docente de su profesorado y favorecer su desarrollo y reconocimiento.

En este artículo se presentará la aplicación de las **acreditaciones Label 1 y Label 2** en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Deusto (Deusto Business School), en el ámbito del programa Docencia.

En primer lugar se explicará el modelo propio de evaluación acreditativa de la Universidad de Deusto, en sus dos niveles. El primer nivel, denominado Label 1, hace referencia a la planificación docente, y maneja tres estándares relacionados con: la contribución de la asignatura al perfil académico-profesional y la gestión de competencias, las estrategias de enseñanza-aprendizaje y su adecuación al ECTS, y el sistema de evaluación. Por su parte, el segundo nivel, el Label 2, acredita la puesta en práctica. Para conseguirlo, maneja tres estándares, que hacen referencia a la gestión del aprendizaje, los sistemas de orientación y tutoría, y la evaluación del aprendizaje.

Además, y para cada uno de los dos niveles, este artículo describirá los principales instrumentos utilizados. En el caso del Label 1, la guía de aprendizaje, y en el caso del Label 2, el portafolio docente. La guía de aprendizaje es el documento que articula la planificación de una asignatura, complementando y detallando el programa público de la misma y orientando al estudiante en su proceso de aprendizaje. El portafolio docente, por su parte, es el instrumento que permite al profesorado recoger y presentar evidencias de la puesta en práctica de su docencia.

El artículo continuará describiendo el proceso de implantación de ambas acreditaciones, para finalizar con el análisis de los resultados tanto cuantitativos como cualitativos obtenidos hasta la fecha en la Facultad.

Palabras clave: Educación Superior - Calidad docente - Acreditación - Competencias docentes - Innovación pedagógica

LA ACTITUD EMPRENDEDORA EN LOS ESTUDIANTES DE PERIODISMO

AUTORES

María Sol Gómez Aguilar, Francisco Javier Paniagua Rojano y Pedro Farias Batllé

Universidad de Málaga (España)

msgomez@uma.es, fjpaniagua@uma.es y farias@uma.es

Esta investigación está integrada en el proyecto de Innovación docente de la Universidad de Málaga “Desarrollo de entornos personales de aprendizaje en la docencia del Periodismo a través de la integración de recursos vinculados a la web 2.0” (PIE 13-044), en el que participan los investigadores firmantes del artículo.

Ante esta situación de deterioro de las bases tradicionales de la industria periodística y la ausencia de un nuevo modelo adaptado al entorno digital, autores como Campos-Freire (2010), Farias y Roses (2009) o Casero-Ripollés y Cullell-March (2013) plantean la necesidad de explorar nuevas vías para el negocio periodístico. Una de ellas es el emprendimiento, que se sitúa como una nueva opción para fomentar el trabajo y el autoempleo en el ámbito del periodismo. La puesta en marcha de proyectos personales y a pequeña escala por parte de los propios periodistas se configura en el escenario actual como una alternativa factible y real.

No obstante, para que pueda hacerse realidad resulta indispensable introducir, y estimular, el emprendimiento en la formación de los periodistas (Casero-Ripollés y Cullell-March, 2013). La formación en este tipo de materias se convierte en un elemento fundamental para fomentar la cultura emprendedora entre los estudiantes y adquirir actitudes favorables para emprender proyectos empresariales por cuenta propia.

En este trabajo se propone analizar la actitud emprendedora en los estudiantes de Periodismo. Se parte de la hipótesis de cada vez más los futuros egresados se plantean la posibilidad de trabajar por cuenta propia y, por tanto, poner en marcha nuevos medios, basados en la cultura digital y la marca personal. Esta comunicación se apoya, tanto en el método cuantitativo como cualitativo. En concreto, se realiza una encuesta a estudiantes de primero y cuarto del Grado en Periodismo en la Universidad de Málaga, para conocer y comparar su predisposición a iniciarse como pequeños empresarios en el sector de la comunicación. Igualmente, se llevarán a cabo dos grupos de discusión con alumnos de estos cursos y, por último, se reforzarán los resultados con la opinión de un panel de expertos en la materia.

Palabras clave: Periodismo – Emprendimiento – Formación – Innovación

EL TRABAJO DE FIN DE GRADO DE LA TITULACIÓN DE MAESTROS DE INFANTIL Y PRIMARIA ¿QUÉ SE EVALUA: EL PRODUCTO DE LA INVESTIGACIÓN O EL PROCESO DE APRENDIZAJE Y DESARROLLO COMPETENCIAL? EL ESTUDIO DE UN CASO EN LA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD DE CASTILLA-LA MANCHA EN ALBACETE

AUTORA

Isabel María Gómez Barreto

Universidad de Castilla-La Mancha (España)

isabelmaria.gomez@uclm.es

La reestructuración de las enseñanzas universitarias a partir de los planteamientos normativos en el EEES ha impulsado cambios estructurales significativos, y entre ellos, cambios en las metodologías docentes, así como en el proceso de evaluación, para favorecer el proceso de los aprendizajes y el desarrollo de competencias tanto genéricas, como específicas en la formación inicial profesional. En este caso abordamos la investigación del trabajo de fin de grado desde una doble perspectiva; el proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias y el proceso de evaluación. En este caso, se describe una reflexión de una experiencia didáctica; la tutoría del trabajo de fin de grado (TFG) a tres estudiantes de la titulación de Grado de Maestro/a de Infantil y cuatro de la titulación de Maestro/a de Primaria en la Facultad de Educación de la Universidad Castilla La-Mancha en Albacete, España.

Se muestra un juicio crítico a cerca del proceso de aprendizaje y desarrollo de competencias adquiridas de las estudiantes a lo largo de la elaboración del mencionado trabajo, y del proceso de evaluación llevado a cabo en la Facultad a partir de un análisis cualitativo con la información obtenida por parte de las participantes del estudio referida a los resultados de una autovaloración del nivel de desarrollo de las competencias adquiridas a lo largo de la formación académica en la Universidad planteadas en cada una de las titulaciones, a así como de las narraciones de sus procesos de aprendizaje y competencias desarrolladas durante la elaboración del TFG, además de un análisis de contenido de la guía de elaboración, defensa y evaluación del trabajo de fin de grado de maestros en educación infantil y primaria, así como el análisis del propio proceso de evaluación del informe de las investigaciones, la presentación y defensa de dichos trabajos.

Los resultados de esta investigación sugieren que la evaluación aplicada a los estudiantes se centra más en el producto del trabajo de investigación y en la valoración del desarrollo de algunas competencias genéricas, que en el proceso de aprendizaje y sus resultados, y de la adquisición de competencias específicas de ambas titulaciones, lo que se contraponen frente al propósito del TFG, así como al planteamiento de la valoración de los créditos europeos (ECTS) como unidad de medida que refleja los resultados de aprendizaje y el volumen de trabajo realizado por los estudiantes para alcanzar los objetivos y competencias de su correspondiente titulación, y de lo que supone el carácter formativo de la evaluación.

Palabras clave: Trabajo de fin de grado - Aprendizaje - Competencias - Evaluación - Créditos

COMPETENCIA DE PENSAMIENTO CRÍTICO E INTERDISCIPLINARIEDAD EN PRIMERO DE GRADO DE CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y EL DEPORTE

AUTORAS

M^a Dolores González Rivera, Carmen Ferragut Fiol, M^a Luisa Rodríguez Hernández y Ana Isabel Villalba Pérez

Universidad Alcalá de Henares (España)

marilin.gonzalez@uah.es, carmen.ferragut@uah.es, mluisa.rodriguez@uah.es y ana.villalba@uah.es

El proceso de enseñanza y de aprendizaje basado en un enfoque para la adquisición del pensamiento crítico es esencial en la formación universitaria. Para ello, sería idóneo que las diferentes estrategias didácticas diseñadas e implementadas se desarrollaran de forma paulatina desde el primer curso de los estudios universitarios. Esto conlleva la necesaria colaboración interdisciplinar del equipo docente implicado en la titulación, además de hacer partícipe al alumnado en los procesos de evaluación. En este contexto, se han desarrollado actividades de forma interdisciplinar entre dos asignaturas de primero del Grado en Ciencias de Actividad Física y del Deporte: Atletismo e Intervención Docente en la Actividad Física y el Deporte. Estas actividades convergen en el desarrollo de una Unidad Didáctica de Atletismo y su exposición oral de cada uno de los grupos, donde el alumnado participa en procesos de autoevaluación y coevaluación. El propósito de este estudio es analizar las valoraciones del alumnado derivadas de la coevaluación.

El instrumento de recogida de datos fue una *clasificación ordinal* diseñado *ad hoc*, en el que el alumnado valoraba a sus compañeros tras las exposiciones grupales, según una *escala Likert* de 1 a 4: muy adecuado, adecuado, poco adecuado e inadecuado. La recogida de datos se desarrolló durante dos cursos académicos (2013-2014 y 2014-2015). El tipo de muestreo fue intencional de casos homogéneos y la muestra se compuso de 182 estudiantes de primero de Grado de Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (97 alumnos en el curso académico 2013-2014 y 85 en el curso 2014-2015). Los alumnos se distribuyeron en grupos de ocho y seis, respectivamente, y hubo un total de veintisiete trabajos expuestos. Fueron analizados 811 instrumentos de evaluación mediante el programa SPSS en su versión 19.0.

Los resultados muestran que los ítems más valorados por el alumnado como adecuados y muy adecuados son la adecuación metodológica (86.2% en 2013-2014 y 85.6 % en 2014-2015), la claridad expositiva (84.1% en 2013-2014 y 83.7% en 2014-2015) y la coherencia entre los diferentes elementos didácticos (84.2% en 2013-2014 y 81.1% en 2014-2015). Los considerados menos adecuados o inadecuados son la adecuación de las respuestas a las cuestiones planteadas (38.8% en 2013-2014 y 30.4 % en 2014-2015), los ejercicios presentados (32.3% en 2013-2014 y 26.7% en 2014-2015), la progresión de los ejercicios (32% en 2013-2014 y 28.4% en 2014-2015) y el grado de originalidad y aportaciones personales (24.3% en 2013-2014 y 26.9% en 2014-2015).

Por tanto, el alumnado es consciente de la adquisición adecuada de determinados conocimientos, así como de las limitaciones que tienen en cuanto a la originalidad de los trabajos, la capacidad de responder adecuadamente y el planteamiento de ejercicios apropiados. Sería necesario que estos aspectos, entre otros, se trabajaran durante la titulación. Asimismo, se espera que se continúen implementando estrategias didácticas para la adquisición de la competencia de pensamiento crítico a lo largo de los estudios y a través de un trabajo interdisciplinar.

Palabras clave: Pensamiento crítico - Competencia - Interdisciplinarietà - Coevaluación

UNA FORMA DE ABORDAR EL ESTUDIO DE LA PATOLOGÍA DE LA CONSTRUCCIÓN EN INTERVENCIÓN SOBRE EDIFICACIÓN EXISTENTE

AUTORES

Emilio Herrera Cardenete, Roser Martínez Ramos e Iruela y Juan Francisco García Nofuentes

Universidad de Granada (España)

emilioh@ugr.es, rosermartinez@ugr.es y jnofuentes@ugr.es

Los sistemas establecidos en el marco del Espacio Europeo de Educación Superior, aplicados en las distintas ramas del conocimiento, adquieren formas acordes con las características específicas de éstas, claramente diferenciadas.

Su implementación no ha supuesto la mera transformación de los sistemas precedentes, sino una novedosa fórmula de organización docente basada en la integración de contenidos y el desarrollo de acciones, con un progreso e intensificación conseguidos mediante la superposición de niveles de complejidad creciente, en los que prevalecen conceptos cualitativos frente a lo cuantitativo.

En el campo formativo de la arquitectura, tales procedimientos se orientan hacia una adquisición de conocimientos según un modelo afín al propio ejercicio profesional, en el que se integran la estabilidad del oficio, como capacidad, con la continua evolución de su componente creativa.

Concretamente, en el campo de la intervención en edificación existente al que nos referimos en el presente análisis y para abordar el estudio de los contenidos relacionados con el estado de la edificación -más específicamente con la patología constructiva- y con el objetivo de adquirir las competencias necesarias para el ejercicio profesional, se emplea una metodología que comprende diferentes etapas.

Iniciado el proceso con una fase en la que se compactan los conceptos teóricos básicos, se procede seguidamente a abordar los sistemas de control oportunos, mediante la realización de ensayos que se sistematizan estableciendo protocolos para su aplicación, conducentes a la determinación de valores que, junto con las manifestaciones que puedan detectarse organolépticamente en la construcción, constituyan sintomatología suficiente para permitir la diagnosis de patología constructiva, estableciendo la causa u origen de la misma, así como su evolución.

Para la consecución de este objetivo se exige un equilibrio entre los contenidos teóricos y la aplicación práctica del procedimiento anteriormente considerado, cuestión que se alcanza mediante la presentación de casos reales de patología constructiva que, con el apoyo de aplicaciones informáticas, permiten desarrollar dentro de la actividad docente el proceso completo de tratamiento patológico.

Para finalizar, mediante procedimientos de tipo comparativo, se procede a la determinación y forma de aplicación de técnicas terapéuticas procedentes.

Palabras clave: EEES - Arquitectura - Edificación existente - Patología constructiva

LA MÚSICA EN EL *EEES*: MOTIVACIÓN PARA LOS FUTUROS DOCENTES DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

Elena Le Barbier Ramos
Universidad de Oviedo (España)
lemaria@uniovi.es

Este trabajo es fruto de mi experiencia como docente de la asignatura *Desarrollo de la Expresión Musical*, que se imparte en segundo curso del *Grado en Maestro de Educación Infantil* de la Universidad de Oviedo. Debido a la implantación en los últimos años de los diferentes Grados en la Facultad de Formación del Profesorado y Educación de la Universidad de Oviedo acordes con el *EEES*, tuve que enfrentarme a un reto complejo y desconocido para la mayoría de los docentes, las prácticas de aula.

Hasta entonces, habíamos expuesto nuestras clases “magistrales” sin mayores complicaciones, sin embargo un nuevo desafío se cernía sobre todos nosotros y su enfoque iba a determinar, al menos desde mi punto de vista, el grado de motivación del alumnado. El primer planteamiento fue observar su comportamiento en los primeros días de clase de música (sobre todo como ya he mencionado, en las clases prácticas); se percibía al instante que los alumnos/as llegaban sin mucho interés, sin apenas motivación y por ello este fue mi principal objetivo desde el principio, el motivar a los alumnos/as a través de las prácticas de aula, innovadoras en su conjunto y a su vez acordes con la nueva propuesta del Espacio Europeo de Educación Superior.

Por supuesto para alcanzar este objetivo general presento una metodología totalmente participativa y generalmente grupal, donde además mediante un aprendizaje basado en la resolución de problemas (ABP) el alumnado genera espacios de convivencia a la vez que incorpora progresivamente y con naturalidad las posibilidades expresivas de la música como una experiencia más de su vida académica.

La principal conclusión de este trabajo, tal y como yo lo he planteado, siguiendo los principios del *EEES*, tiene como resultado, además de aumentar considerablemente la motivación en el aula de música, conseguir que los futuros docentes cuenten con una herramienta fundamental e interdisciplinar que no dudo utilizarán con frecuencia en su futuro profesional, ya que es innegable que la música forma parte de la vida de todos los niños y niñas, sobre todo en la segunda etapa de educación infantil.

Palabras Clave: *EEES* - Música - Educación Infantil - Motivación - Convivencia

LA ENSEÑANZA SUPERIOR DE LA RADIO EN ESPAÑA: DE LOS PIONEROS AL EEES

AUTOR

José María Legorburu Hortelano

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

legorburu@ceu.es

La enseñanza de la radio llegó a la Universidad de la mano del Periodismo en los primeros años 30 del siglo XX, al incorporarse como asignatura a los planes de estudios de las escuelas de Periodismo de Estados Unidos. Por entonces, los primeros centros europeos –Escuela Superior de París, King’s College de la Universidad de Londres o la del diario *El Debate*, de España- no incorporaban esta disciplina en sus programas, centrados únicamente en la prensa impresa.

De hecho, en el caso de España, la primera iniciativa formativa en radio no tuvo lugar hasta mediados de los años 40, cuando el Régimen de Franco puso en marcha las estaciones-escuela del Frente de Juventudes, denominadas genéricamente *Radio Juventud* y agrupadas en torno a la *Cadena Azul de Radiodifusión (CAR)*.

El primer intento de incorporar la radio a la formación reglada de los periodistas se hizo esperar hasta el plan de estudios de 1954 de la Escuela Oficial de Periodismo, que la incluyó como asignatura optativa. Esta primera iniciativa, ya con claros tintes universitarios, se reforzó en 1958 al crearse el Instituto de Periodismo del Estudio General de Navarra y dictar José Luis Martínez Albertos las primeras clases de la materia con un programa complementario de prácticas en las emisoras de Pamplona, primero y, más tarde, en su propio estudio de radio.

En 1960, la Escuela de Periodismo de la Iglesia de Madrid incorporó también una asignatura de radio, al igual que las de Barcelona y Valencia. En ese momento, la presencia de asignaturas radiofónicas en los planes de estudio era ya indiscutible. Finalmente, después de haber sido reclamada en numerosos foros, la formación en Comunicación pasó definitivamente a la Universidad con la apertura de las facultades de Barcelona, Madrid y Pamplona, cuyos planes de estudio en Periodismo y en Ciencias de la Imagen Visual y Auditiva incluían asignaturas relativas a la radio.

Pero, sin duda, fue en los años 80, donde se abrió una segunda etapa en la enseñanza de la radio en la Universidad española, marcada, por un lado, por la incorporación de profesores provenientes del mundo profesional y, por otra parte, gracias al cambio experimentado en la percepción social de este medio por el destacado papel que desempeñó en la Transición y muy especialmente durante el intento de golpe de Estado del 23 de febrero de 1981.

Esta tendencia no solo se consolidó, sino que se incrementó al comienzo de los años 90 con la eclosión de las facultades de Comunicación, con la generalización en ellas de estudios de radio y emisoras y con el surgimiento de los primeros grupos de investigación. En este mismo sentido, la adaptación de las titulaciones en Periodismo y Comunicación Audiovisual al EEES ha reforzado más si cabe la línea anteriormente expresada de formación teórico-práctica de la radio, largamente experimentada. Además, en la actualidad, la totalidad de los centros que imparten estas titulaciones en España –ya adaptados al EEES- cuenta con asignaturas de radio, tanto de carácter básico, como obligatorio, optativo o de libre configuración.

Palabras clave: Radio – Enseñanza Superior – EEES – España - Universidad

ETNOGRAFÍA ESCOLAR SOBRE LAS RELACIONES FAMILIA-ESCUELA

AUTORAS

Núria Llevot Calvet y Olga Bernad Cavero

Universidad de Lleida (España)

olga@geosoc.udl.cat y nllevot@pip.udl.cat

El curso 2013-14 se implementó en la Facultad de Ciencias de la Educación la modalidad Bilingüe en el grado de Primaria. Una de las materias troncales que forman parte del plan docente es Sociedad, familia y escuela I, de 12 créditos, nueve de los cuales corresponden al área de Sociología y 3 a la de Pedagogía. Dentro de la parte correspondiente a Sociología se imparten contenidos referentes a las principales teorías y corrientes de pensamiento en Sociología de la educación, cambios sociales, desigualdades educativas de clase, género y etnia, factores que favorecen y/o dificultan el éxito y fracaso escolar, elementos de la organización y gestión escolar y de aula que inciden en las dinámicas de relación del centro escolar, papel del currículum oculto, las relaciones escuela-familia-comunidad, etc.

Hoy en día queda fuera de toda duda la importancia de establecer unas buenas relaciones familia-escuela. Por ejemplo, el Departamento de Enseñanza de la Generalitat de Cataluña ha implementado el Plan para la reducción del fracaso escolar en Cataluña (2012-2018) “Ofensiva de país a favor del éxito escolar”, que gira en torno a 9 ejes de acción. El número 7 es “Implicación y compromiso de la familia en el seguimiento de la evolución académica y personal del alumno y el 8 es “Relaciones de la comunidad educativa y el entorno; respuestas integrales adecuadas al contexto educativo”.

Tradicionalmente, la literatura ha puesto de manifiesto la falta de formación inicial de los maestros y maestras en aspectos relacionados con el papel de las familias en la educación de sus hijos e hijas. Precisamente, una de las aportaciones de la materia “Sociedad, familia y escuela I” es el estudio de las nuevas estructuras familiares en el contexto actual y la participación de las familias en la educación de los niños y niñas y su papel en la escuela, aspectos cruciales en la formación de los futuros docentes, competentes y polivalentes, sobre todo si tenemos en cuenta los retos a que se enfrentan los centros educativos para dar respuesta a las nuevas necesidades sociales emergentes.

Esta materia se estructura en cuatro sesiones semanales de una hora de duración y se combinan contenidos teóricos y prácticos. Una de las prácticas que se proponen a los estudiantes es la realización en pequeño grupo de una etnografía sobre la relación familia-escuela, basada principalmente en observaciones en los momentos informales de entradas y salidas de las escuelas, teniendo que comparar dos escuelas de diferentes características. Al tratarse de la modalidad bilingüe, se propuso hacer las presentaciones orales en inglés y el informe resultante en catalán o inglés.

Esta comunicación analiza los resultados obtenidos mediante la utilización de la etnografía, una técnica de investigación cualitativa, como metodología de enseñanza en la enseñanza superior, en el grado de educación primaria.

Palabras Clave: Relación familia-escuela - Participación de las familias - Educación primaria - Formación inicial docentes

ANÁLISIS DE LA ASISTENCIA A CLASE: EFECTOS EN EL RENDIMIENTO ACADÉMICO DEL ALUMNO EN EL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES)

AUTORES

Inmaculada Llibrer Escrig y Miguel Ángel Latorre Guillem

Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir” de Valencia (España)

inma.llibrer@ucv.es y mangel.latorre@ucv.es

En este trabajo se presenta un análisis del efecto de la asistencia a clase en el rendimiento académico del alumno. En el marco de actuación del Espacio Europeo de Educación Superior el profesor afronta un proceso de renovación metodológica en el que no solo evalúa los conocimientos sino las destrezas adquiridas para poder alcanzar dichos conocimientos. En este contexto, se considera que la asistencia a clase es necesaria para un mejor desarrollo de las competencias que son medidas en los resultados del aprendizaje.

El objetivo de este trabajo es el estudio del impacto de la asistencia y no asistencia a clase sobre las calificaciones alcanzadas en asignaturas de contabilidad y finanzas en los Grados de Administración y Dirección de Empresas, Gestión Económico y Financiera y Derecho. A partir de los resultados alcanzados, el docente será capaz de desarrollar las habilidades que permitan crear el escenario adecuado para favorecer la asistencia a clase, en orden a asumir una función que se asimila a la de un instructor u orientador capaz de guiar el aprendizaje autónomo de los estudiantes.

En esta línea de trabajo, este estudio se centra en favorecer la asistencia a clase a través de despertar el interés del alumno por las habilidades que se adquieren en el transcurso del periodo lectivo. El alumno debe percibir el valor añadido de la asistencia a clase por lo que considera que se ha enriquecido con los contenidos y habilidades desarrolladas en la misma no solo en su formación académica y sino también en el aprendizaje de las competencias. Por lo que, la variable objeto de análisis en este estudio es: la asistencia o no asistencia a clase y su relación con el rendimiento académico del alumno.

Palabras clave: Asistencia a clase - Rendimiento académico - Habilidades docentes - Competencias

LA TUTORÍA COMO RELACIÓN DE AYUDA EN LA UNIVERSIDAD

AUTOR

Ernesto López Gómez

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

elopezgeducacion@gmail.com

La propuesta en la que venimos trabajando entiende que la tutoría es un proceso formativo llevado a cabo por el profesorado que implica diversas acciones que toman en cuenta la especificidad de la formación universitaria así como las necesidades del estudiante y se desarrolla a través de un sistema orientador de acompañamiento personal integral, con el objetivo de informar, apoyar, asesorar y guiar sobre las dimensiones académica, personal-social y profesional.

Es evidente que la tutoría tiene sentido como una relación de ayuda (*helping relationship*) que operativiza una dimensión orientadora y formativa del profesorado universitario con los estudiantes. Esta relación de ayuda requiere, inicialmente y de forma simultánea, dos elementos: exige una *necesidad* que en la práctica será el objeto de la ayuda y, además, que la existencia de esta necesidad sea mostrada por quien la requiere (estudiante) y percibida por el profesor.

En el centro de esta relación de ayuda, canalizada por la tutoría, se encuentra el compromiso que se asume para ser ayudado y para ayudar que, en el fondo, es una tarea en colaboración. Esto requiere que cada estudiante estime que su necesidad puede ser atendida, que supere estereotipos que presentan erróneamente que quien necesita ayuda muestra debilidad, rehúya además su timidez y acuda sinceramente con la esperanza de ser ayudado y proponga los modos más adecuados para comunicarse e interactuar con el profesorado. Por otra parte, exige que el profesorado ponga un especial esfuerzo por considerar y escuchar a cada uno de sus estudiantes, tratar de comprenderles, atender sus razones e interesarse por sus vivencias y expectativas, en un marco de confianza. En efecto, el compromiso que asumen profesor y estudiante se concreta desde la confianza, que hace posible construir un clima relacional propicio para la interacción y para la comunicación. Así, en la propia relación comunicativa entre profesor y estudiante se genera el canal pertinente para establecer formas de apoyo y ayuda, analizando minuciosamente la necesidad planteada, dando sentido a las posibilidades de actuación respecto a la necesidad del estudiante y ponderando la toma de decisiones más acertada en función de la experiencia y visión del profesorado y del contexto concreto en el que se plantea dicha necesidad. Esto evidencia que la tutoría universitaria es un libre compromiso del profesor, quien además ha de afrontarla estando formado para ella si se quiere atender con verdadera garantía la necesidad del estudiante.

Más aún, la finalidad última de la tutoría entendida como relación de ayuda no se refiere a un acompañamiento durante la formación universitaria, sino que desde la ayuda concreta ofrecida se ha de conseguir que el estudiante sea su propia fuente de orientación futura. Se ha dicho con diferentes metáforas que la relación educativa no se perpetúa en el tiempo, más bien trabaja para su propio desenlace. Precisamente por ello, la tutoría universitaria ha de orientarse hacia la reflexión, la indagación y el sentido crítico del estudiante. En otras palabras, se trata de que la tutoría se oriente a la autoayuda para que, después de superar la necesidad concreta, el estudiante se encuentre capaz y en posición de enfrentar las dificultades futuras. Por eso, la tutoría no solo resuelve problemas o solventa necesidades, sino que desde ellas es capaz de potenciar la toma de decisiones autónoma y madura, huyendo de la dependencia hacia una responsabilidad personal del universitario en el propio quehacer biográfico.

Palabras clave: Tutoría – Relación educativa – Docencia universitaria – Universidad

INNOVACIÓN EN LA UNIVERSIDAD: CÓMO TENDER PUENTES ENTRE EL AULA UNIVERSITARIA Y LA ESCUELA A TRAVÉS DE UN PROYECTO INTERDISCIPLINAR

AUTORES

Alfredo López de Sosoaga, Ana Isabel Ugalde Gorostiza, Paloma Rodríguez Miñambres y Arantza Rico Martínez

Universidad del País Vasco (España)

anaisabel.ugalde@ehu.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) provocó un cambio de paradigma en la institución universitaria, la cual debe formar profesionales adaptados a la sociedad del conocimiento (Conferencia de Berger, 2005). Entre los objetivos del marco general de cualificaciones destaca la formación de futuros profesionales que sean capaces de aplicar en el ámbito laboral los conceptos aprendidos durante su etapa formativa en la universidad, así como de argumentar y de resolver problemas con un alto grado de autonomía. Todo esto se ha traducido en un cambio metodológico y de funcionamiento en la universidad basado en los siguientes aspectos: la promoción del trabajo autónomo del alumnado y la tutorización del mismo, la aplicación de nuevas metodologías y el planteamiento de nuevas formas de evaluación (Zelaieta, Camino, & Aristizabal, 2013).

El ámbito escolar no es ajeno a las transformaciones y a las exigencias de la sociedad actual. De hecho, en muchos centros escolares se han dado cuenta de la necesidad de renovar el paradigma de la enseñanza-aprendizaje, eligiendo la metodología por proyectos como una de las herramientas más eficaces para la consecución de las competencias que los currículos oficiales determinan como imprescindibles para un desarrollo integral del alumnado.

La Escuela Universitaria de Magisterio de Vitoria-Gasteiz de la Universidad del País Vasco, consciente de las bondades de la metodología del aprendizaje basado en proyectos, decidió innovar e implantar un trabajo de campo que consiste en la simulación de dicha metodología, mediante la cooperación en el marco del aula universitaria, concretamente, en el tercer curso del grado de Educación Primaria. El fin último ha sido establecer un nexo entre la formación universitaria del alumnado y la realidad escolar con la que se encontrarán en su futuro profesional.

En esta experiencia también destaca el cambio operado en el paradigma del docente universitario, abogando por la innovación. El profesorado participante, que imparte asignaturas de didácticas específicas, se ha visto obligado a abandonar la libertad de cátedra a favor del trabajo en intra e interdisciplinar, fundamentado en la cooperación y en la confianza entre los miembros de dicho equipo docente.

Cada profesor/a no es el único responsable de su asignatura, según ha sido norma en la universidad, sino que ha de cooperar, coordinarse y llegar a acuerdos con los demás, porque resulta impensable “el desarrollo de un tipo de aprendizaje basado en competencias por parte del estudiante si no se realiza en el contexto de un proceso de aprendizaje en la cooperación por parte de los profesores” (Gallego, Redondo, Lorente & Benedito, 2011: 121).

Transcurridos tres años desde la implantación de esta experiencia, el balance ha sido positivamente valorado tanto por los discentes como por los docentes, razón por la cual estimamos que puede ser compartida en aras de la innovación universitaria.

Palabras clave: Innovación - Metodología - Proyecto interdisciplinar - Formación

COACHING UNIVERSITARIO Y ACADÉMICO. ESTUDIO DE CASO EN EL GRADO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

AUTORAS

Paloma López Villafranca y Ruth Gómez de Travesedo Rojas

Universidad de Málaga (España)

pallopvil@uma.es y ruthgtr@uma.es

En esta investigación se analiza la utilización del *coaching* como herramienta para fomentar el autoempleo y la empleabilidad entre alumnos de último curso del Grado de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de Málaga. Analizamos la experiencia en distintas materias impartidas en los grados, en las que además de adquirir conocimientos se orienta hacia el autoempleo y la creación de empresas como salida profesional para su incorporación al mercado laboral.

La metodología de estudio se basa en la descripción de las experiencias y la realización de encuestas a egresados y alumnos de último curso, con objeto de comprobar la puesta en práctica de esta orientación académica y el éxito de la iniciativa. Acotamos la muestra entre 150 egresados, la primera promoción de graduados, y 150 alumnos de último curso de los grados de Audiovisual y Publicidad.

Las conclusiones alcanzadas nos permiten afirmar que en un alto porcentaje, los alumnos han intentado llevar a la práctica los proyectos académicos iniciados en la facultad. Igualmente resulta significativo el interés que ha despertado la orientación en la búsqueda de ayudas e incentivos de distintas instituciones como incubadoras de tales proyectos.

Palabras clave: *Coaching* – Autoempleo – Iniciativa empresarial – Comunicación Audiovisual y Publicidad

TRABAJO COLABORATIVO A PARTIR DEL ABP (APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS) EN EL GRADO DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

Xavier Lorente Guerrero, Luz M^a Gilabert González y M^a Carmen Fernández Vidal

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

xlorente@ucam.edu, lmgilabert@ucam.edu y mcfvidal@ucam.edu

Uno de los aspectos más importantes en la docencia del profesorado actual y clave en el actual panorama del EEES es que las materias del currículum no deben concebirse como temáticas aisladas, ni en los contenidos ni en las metodologías. Los futuros profesionales de la educación infantil tienen que adquirir, además de conocimientos teóricos propios del grado, competencias que les preparen para un futuro profesional donde se trabaje cada vez más en los aprendizajes colaborativos entre diferentes miembros de la comunidad educativa y donde se potencien los espacios interdisciplinarios para proporcionarles sinergias a nivel de conocimientos, habilidades y aptitudes, no sólo a nivel del alumno en el centro, sino también a nivel de entorno y comunidad.

En este nuevo contexto, se describe una experiencia de innovación educativa mediante un trabajo colaborativo de las asignaturas de Teorías e Instituciones Educativas y Enseñanza y Aprendizaje de la Expresión Plástica y Artística, ambas incluidas en el Grado de Educación Infantil en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM). El objetivo principal es desarrollar un trabajo interdisciplinario donde los alumnos pueden aplicar los conocimientos adquiridos en las dos asignaturas. Para el desarrollo del trabajo común, se utiliza la estrategia metodológica del Aprendizaje Basado en Problemas, ampliamente conocida de la base conceptual del pedagogo J. Dewey. Los resultados ponen de manifiesto que la integración de conocimientos mediante el trabajo colaborativo entre ambas materias está muy bien valorado por los educandos.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Educación Infantil – Educación superior – Innovación educativa – Formación

ADAPTACIÓN DE LA ENSEÑANZA DEL PATRIMONIO CULTURAL AL ESPACIO EUROPEO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (EEES): UN CASO PRÁCTICO EN LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTORA

María Marcos Cobaleda
Universidad de Granada (España)
mmcobaleda@ugr.es

El objetivo de esta ponencia es presentar el caso práctico de la adaptación de la enseñanza del patrimonio cultural al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) en el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada (UGR). Desde la implantación del denominado “Plan Bolonia” en el curso 2010-2011 en dicha universidad, se vio la necesidad de realizar una profunda reestructuración de los planes de estudio, para adecuarlos a los nuevos requisitos del EEES y al sistema del *European Credit Transfer System* (ECTS). En esta adaptación, el porcentaje de horas lectivas variaba sustancialmente con respecto a los planes de estudio anteriores, reduciéndose éstas en favor de un mayor número de horas dedicadas a trabajos prácticos, tutorías, seminarios y al estudio individual realizado por el alumnado.

Siguiendo esta normativa, los responsables de las asignaturas dedicadas al patrimonio cultural introdujimos sustanciales novedades en el plan de estudios. Éstas afectaban sobre todo a la organización del temario (basado en unidades didácticas en lugar de temas teóricos), en la utilización de nuevos recursos (como la guía docente y la guía didáctica de cada asignatura del plan de estudios) y en el cambio en los sistemas de evaluación, ocupando un lugar preeminente la evaluación por competencias.

Como anterior responsable de las asignaturas “Patrimonio cultural” (Grado de Turismo de la UGR) e “Introducción al patrimonio histórico y a los bienes culturales” (Grado de Historia del Arte de la UGR), presento en esta ponencia las características y los resultados de la modificación en los planes de estudio durante los dos primeros cursos de implantación del nuevo sistema. Para ello, dedicaré una primera parte a la guía didáctica elaborada para sendas asignaturas, describiendo su estructura y sus apartados principales. A continuación, me centraré en la presentación de una unidad didáctica concreta, incluyendo su título y la justificación de dicha unidad en el programa de la asignatura, los objetivos de aprendizaje, las competencias básicas que se pretende que el alumnado alcance, los contenidos principales y los criterios de evaluación basados en los objetivos de aprendizaje y en las competencias. Por otro lado, se detallarán las actividades prácticas incluidas en dicha unidad didáctica: en primer lugar, se describirá la actividad concreta a realizar, especificándose los recursos que podrán ser utilizados por el alumnado para su realización, el tipo de trabajo a realizar por éste (individual, en grupo, tutorizado), el tiempo previsto para cada tarea y los criterios de evaluación aplicables a cada una de ellas, correspondiéndose éstos con los criterios de evaluación detallados en la unidad didáctica.

Tras la presentación de los casos concretos utilizados en sendas asignaturas de los grados de Turismo y de Historia del Arte, se presentan unas conclusiones sobre la efectividad y las debilidades detectadas con respecto a la implantación de este sistema para la enseñanza del patrimonio cultural en la Universidad de Granada.

Palabras clave: EEES - Patrimonio cultural - Universidad de Granada (UGR) - Guía didáctica - Evaluación por competencias

EL ABP COMO EXCUSA PARA TRABAJAR COMPETENCIAS TRANSVERSALES EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORAS

Noelia M. Martín Espinosa y Rosa M. Píriz Campos

Universidad Castilla-La Mancha (España)

noelia.martin@uclm.es; rosa.piriz@uclm.es

El último libro de Richard C. Levin, *The Work of the University*, señala que el objetivo de la Universidad consiste en desarrollar ciertas cualidades mentales, concretamente “la habilidad de pensar críticamente y de forma independiente, ser creativo e innovador, liberarse del prejuicio y la superstición, saber elegir información, incorporando la que es útil y rechazando la que es irrelevante” (Levin, 2003). La introducción del Espacio Europeo de Educación Superior en España ha supuesto una transformación fundamental en la concepción tradicional de la Universidad, al plantear la necesidad de formar egresados que sepan utilizar competencias bastante alejadas de los meros contenidos teóricos en los que se centraba hasta hace poco la enseñanza universitaria, que sin ser abandonados, han perdido su preponderancia anterior. Entre estas competencias genéricas que los estudiantes deben adquirir se encuentran el desarrollo de habilidades interpersonales y de liderazgo, la adquisición de destrezas comunicativas, la adaptación a un ambiente cambiante, aspectos relacionados con el respeto y la tolerancia hacia los otros, y el aprender a aprender, como una competencia básica para seguir adquiriendo conocimientos a la largo de la vida (Delors, 1996).

Para promover la adquisición de estas competencias, los docentes universitarios nos debemos plantear un nuevo enfoque de aprendizaje, para que la formación de nuestros egresados responda a las expectativas demandadas actualmente por el mercado laboral. En nuestro caso, nos planteamos el ABP como excusa para trabajar diversas competencias transversales incluidas en el plan de estudios de los estudios del Grado de Enfermería de la Universidad de Castilla-La Mancha, al ser una metodología adecuada para promover el pensamiento crítico, el aprendizaje autónomo, el trabajo grupal, la capacidad de liderazgo y el uso de las tecnologías de la comunicación y la información (TIC).

Esta comunicación pretende mostrar una experiencia de innovación docente integrada entre dos asignaturas de segundo curso del Grado de Enfermería impartido en la EU de Enfermería y Fisioterapia de Toledo, basada en el uso del ABP como metodología docente, que se ha implementado en dos cursos académicos: 2013-14 y 2014-15. Tiene como objetivos, exponer el diseño de la experiencia, los materiales utilizados y la evaluación de las competencias trabajadas mediante rúbricas. Así mismo, presentamos el grado de satisfacción mostrado por los estudiantes en una encuesta anónima realizada al finalizar la actividad, las sugerencias de mejora propuestas, así como nuestra percepción como docentes del proceso, señalando debilidades y fortalezas.

Palabras clave: Aprendizaje basado en problemas – Proceso de enseñanza-aprendizaje – Innovación docente – Métodos de enseñanza – Educación Superior

ENSEÑANDO COMPETENCIAS PARA LA CIUDADANÍA COMPROMETIDA A TRAVÉS DEL APS: ESTUDIO DESCRIPTIVO- EXPLORATORIO

AUTORAS

M^a Jesús Martínez Usarralde, Belén Zayas Latorre y Piedad M^a Sahuquillo Mateo

Universidad de Valencia (España)

M.Jesus.Martinez@uv.es, belen.zayas@uv.es, piedad.sahuquillo@uv.es

El presente trabajo es parte de la investigación llevada a cabo con estudiantes de las titulaciones de Pedagogía y Educación Social de la Universidad de Valencia, así como con el profesorado implicado en las asignaturas troncales de Filosofía de la Educación y Educación Internacional, y con agentes que ocupan cargos de gestión universitaria en relación con la innovación y calidad educativa. En concreto, se pretende analizar en qué medida la metodología Aprendizaje-Servicio (Aps) contribuye al desarrollo de competencias genéricas, especialmente a aquellas vinculadas con la educación para el desarrollo (EpD) y el compromiso ético-cívico. La puesta en marcha de nuestra investigación ha requerido de la triangulación metodológica, con el fin de conferir mayor rigor a nuestros resultados. Para ello, las técnicas cualitativas principalmente utilizadas han sido: grupos de discusión, entrevistas semiestructuradas y análisis documental (análisis de contenido).

Los resultados señalan que, en general, el ApS favorece tanto el compromiso cívico como los aprendizajes curriculares de mayor complejidad, contribuyendo así al desarrollo personal y social del alumnado. Además, desde la perspectiva más institucional, se señala la importancia de que la Universidad dé respuesta a la ciudadanía y la haga sentir cuidada y comprometida con ella; si bien se entiende que la formación de base ha de erigirse en la principal protagonista en estos procesos, en la medida en que sustenta el trabajo posterior de los grados de educación superior. Por lo que se refiere al profesorado, los resultados mantienen linealidad con los planteamientos anteriores. En definitiva, nuestros hallazgos remarcan la relevancia de la metodología estudiada en la formación integral del estudiantado, tanto en lo académico como en el compromiso con un proyecto común y global de sociedad con la que se retroalimenta.

Palabras clave: Competencias – ApS – Educación cívica – EpD – Agentes educativos

INNOVACIÓN EN EL AULA DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL: *MAD MEN* Y LA PROFESIÓN PUBLICITARIA

AUTORA

María Isabel Menéndez Menéndez

Universidad de Burgos (España)

mimenendez@ubu.es

El presente trabajo se ha desarrollado en el marco del proyecto *El rol de la ficción televisiva en los procesos de construcción identitaria en el siglo XXI*, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-16. Programa Estatal de I+D+I Orientada a los Retos de la Sociedad, convocatoria 2014, referencia FFI2014-55781-R.

La repercusión cultural que hoy tiene la ficción seriada de la que se ha dado en llamar Tercera Edad de Oro de la Televisión es innegable: las series televisivas –especialmente las norteamericanas– son productoras de tendencias, creando modas y situando tiempos y espacios en la mente de sus audiencias pero también, superando cuestiones más recreativas, proponen reflexiones sobre la realidad, la vida en sociedad o la identidad entre otras. La negociación de identidades es parte intrínseca a una televisión de calidad que asiste al nacimiento de perfiles inéditos hasta hace unas décadas. Y es precisamente su diálogo con la historia, la sociedad o el conflicto lo que hace idóneo su uso en las aulas, mediante metodologías innovadoras en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Mad Men, de Matthew Weiner (AMC, 2007-2015) es una de esas series de calidad con enorme repercusión cultural, desde colecciones de moda inspiradas en la ficción hasta selecciones de lecturas en bibliotecas como la New York Library. Este producto, plagado de referencias culturales e históricas, se ofrece al público como una serie preciosista, de impecable factura desde el punto de vista estético y con una recreación histórica muy precisa. Ambientada en Nueva York, en el mundo de la publicidad de los años sesenta, su documentación y recreación de la propia publicidad es impecable. Desde campañas reales, como la considerada por Advertising Age como la más influyente de la historia –la del Volkswagen Beetle– o la del Carousel de Kodak, hasta otras inspiradas en campañas auténticas aunque reelaboradas. Los episodios no sólo se interesan por la sociedad estadounidense de entonces –marcada por la reclamación de los derechos civiles o el asesinato de Kennedy– sino que realizan una certera recreación de campañas publicitarias junto a una descripción bastante exacta de cómo funciona el negocio publicitario y el propio proceso creativo.

La fidelidad histórica y las piezas publicitarias que son el hilo conductor de *Mad Men* constituyen ejemplos muy adecuados para usar en las aulas de Comunicación Audiovisual –y no sólo en asignaturas de publicidad sino también de documentación por ejemplo– y explicar la *Golden Age* de la industria publicitaria. Con todo, es quizá la descripción del proceso creativo el elemento más valioso de este producto pues plantea consejos muy reales para triunfar en una profesión cada vez más compleja. El papel de la investigación, la importancia del trabajo en equipo, el rol de la creatividad e, incluso, la mitificación del genio creativo son elementos que *Mad Men* plantea a su público. Así, el uso de la serie en el aula se convierte en una práctica innovadora, al permitir sustituir los manuales sobre historia de la publicidad o creatividad publicitaria por el visionado de una ficción que, en las cuestiones profesionales, ejemplifica con acierto muchos elementos de la vida real y/o de la historia de la profesión.

Palabras clave: Publicidad – *Mad Men* – Ficción seriada – Innovación – Historia de la publicidad

CLASIFICACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DEL GRADO EN ARQUITECTURA TÉCNICA DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

AUTOR

Raúl Tomás Mora García
Universidad de Alicante (España)
rtmg@ua.es

Actualmente existe una gran diversidad de estudiantes universitarios con distintos niveles en habilidades, competencias y conocimientos; pudiendo encontrar estudiantes con mayores habilidades en el lenguaje escrito, en matemáticas o en dibujo, favoreciendo mejores resultados en unas asignaturas más afines a esas habilidades y conocimientos. El rendimiento de un estudiante universitario está muy influenciado por el rendimiento en sus estudios previos, según procedan de bachillerato, formación profesional o cualquier otra vía.

Con este estudio se pretende profundizar en los posibles factores que pueden influir en el rendimiento académico de los estudiantes, en función de los resultados obtenidos en las asignaturas del primer curso del grado en Arquitectura Técnica impartido en la Universidad de Alicante. Un factor tradicionalmente utilizado es el género, hombres y mujeres, como elemento diferenciador en el rendimiento académico. El tipo de estudios previos también es un factor de interés, ya que puede influir en un mayor rendimiento en determinadas asignaturas del grado y/o un menor rendimiento en otras.

El conocimiento de unos perfiles o tipologías de estudiantes puede ayudar en las labores de orientación académica para futuros estudiantes, identificando posibles debilidades y/o fortalezas iniciales que deben de potenciarse para mejorar el futuro rendimiento académico. Como objetivo se propone realizar un estudio que permita reconocer y clasificar los distintos perfiles de los estudiantes del grado en Arquitectura Técnica en función de sus resultados académicos. Esta clasificación va a permitir identificar en qué asignaturas destaca cada grupo de estudiantes y en cuáles tienen mayores dificultades.

La metodología empleada es de tipo descriptivo, correlacional y cuasi experimental, utilizando un instrumento de recogida de información donde se han recopilado los datos relevantes de la muestra objeto de estudio. Se han recogido datos sociodemográficos y académicos, como los resultados de las calificaciones por asignatura en cada curso. Tras recopilar la información de interés, los datos han sido procesados mediante la herramienta estadística SPSS, realizando un estudio descriptivo de las variables (estadísticos y diferencias de medias), un análisis de correlación entre las calificaciones de las asignaturas y un posterior análisis de conglomerados que permite agrupar a los estudiantes en distintas clases o *clusters* (taxonomía) en función de las variables analizadas.

Los datos analizados estadísticamente han permitido identificar varios *clusters* o agrupaciones de estudiantes que aglutinan distintos perfiles de estudiantes, lo que permite focalizar mejor las tareas de orientación académica para futuros estudiantes mediante recomendaciones en función de sus características específicas.

Palabras clave: Clasificación - Rendimiento académico - Análisis de conglomerados - Estudios técnicos

LA MANIPULACIÓN DE LOS MATERIALES EN EDUCACION INFANTIL COMO ESTRATEGIA DE APRENDIZAJE SENSORIAL

AUTOR

Francisco Manuel Moreno Lucas

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

fmoreno@ucam.edu

Desde la escuela infantil se ha de fomentar el desarrollo evolutivo del niño de manera global, utilizando aquellas estrategias de aprendizajes que más se adapten a las características propias de su etapa. La curiosidad es una de las acciones preferidas por los niños en la infancia, una especie de fuerza misteriosa de atracción que tienen, que les lleva a manosear, oler, chupar, escuchar y mirar todo objeto que encuentra a su alrededor con fines de descubrimiento y conocimiento.

Son numerosas las experiencias que obtienen los niños cuando interaccionan con el medio que lo rodea, siendo el sentido del tacto el determinante común en todas las acciones que realiza. Hernández (1990), afirma que el niño aprende mientras manipula, por lo que manipular es sinónimo de aprender, y para que pueda aprender, es necesario que proveamos a los alumnos de los materiales necesarios para tal aprendizaje. Esa exploración que ejerce a través del tacto le ayuda a construir sus primeros conocimientos acerca de sí mismo y del entorno físico y social que le rodea. Mediante la acción del toqueteo, el niño ira ensayando diversas acciones que contribuirá a mejorar habilidades motrices y destrezas, y también favorecerá las habilidades mentales, a través de las informaciones que el niño adquiere sobre las características de los objetos. A modo de ejemplo, la cesta de los tesoros y el juego heurístico son aplicaciones metodológicas donde los materiales toman un papel relevante en el aprendizaje en el primer ciclo, mientras que los rincones de juego y talleres, son representativos del segundo ciclo de educación infantil.

Para el niño, manipular es igual que pensar, se puede decir que un objeto o material no existe para el niño, hasta que lo haya tocado, chupado, golpeado, manoseado. Aprender a través de los sentidos tiene una influencia muy importante en su crecimiento a nivel físico, cognitivo y social, las interacciones que realiza el niño con el exterior a través de los sentidos, es la manera que tiene de construir sus propias ideas mentales sobre la realidad en la cual se está desarrollando. El niño aprenderá mejor y podrá asimilar de manera más efectiva los aprendizajes a través de los sentidos del tacto, la vista, el oído, el gusto y el olfato, teniendo más peso formativo el sentido manipulativo, por proporcionar al educando un mayor enriquecimiento de aprendizajes.

Palabras clave: Recursos materiales – Aprendizaje – Manipular – Educación Infantil

METAEDUCARTE
(MÉTODO PARA TALLERES DE EDUCACIÓN DESDE EL ARTE)
NUEVOS MÉTODOS EN LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA. “YO SOY ÉL”, EL
ARTE ES ÚTIL COMPROMETIDO CON LA JUSTICIA SOCIAL

AUTORA

Cristina Moreno Pabón
 Universidad Autónoma de Madrid (España)
cristina.moreno@uam.es

YO SOY ÉL

Aplicando el método MeTaEducArte (Método para Talleres de Educación desde el Arte), comprometido con la justicia social desde la educación artística, desde el grupo de investigación GICE-UAM, se realizó el proyecto “YO SOY ÉL”, que concluyo con la performance instalación “YO SOY ÉL”. Este proyecto fue coordinado por la profesora Cristina Moreno y ejecutado con el grupo 202 del grado de Educación Primaria, de la Universidad Autónoma de Madrid, en la Facultad de Formación del Profesorado; el día 13 de mayo de 2015 a las 13 horas. El principal objetivo de MeTa EducArte, es la educación integral desde el arte, que incluya conocimientos, experimentación y estudio de los cambios emocionales, mientras aprendemos de forma empírica y crítica (Moreno, C. 2014). Este acto estuvo acompañado con la canción de Manu Chao “Clandestino” interpretado por el coro “Música para la justicia social” GICE-UAM.

Texto que se leyó durante la performance:

“700, 400, 150, 75, ..., etc. No podemos permanecer impasibles con una mentalidad cuadrículada como esta tela, cuyo color azul hace alusión al mar, que está sirviendo de fosa común de tantos inmigrantes inocentes. Seres humanos, que deberían tener las mismas oportunidades que tenemos nosotros. Hombres y mujeres dignos de admiración, valientes y con coraje, a los que no les importa morir, por conseguir vivir en lo que ellos piensan es “un sociedad más justa”, que les brindará nuevas y mejores oportunidades, para ellos y sus hijos. ¿Quién de nosotros no haría algo parecido por defender su vida y la de sus hijos, si estuviera en su piel? Quizás es lo que le falta a esta sociedad tan fría, saber ponernos en su piel, EMPATÍA CON MAYÚSCULA. Una mente más amplia, global, que sea capaz de sentir el dolor de otro ser hermano, que sea capaz de incluir, de integrarlo todo como un círculo perfecto. Estas máscaras africanas, quedarán colocadas en forma circular, como la flor de la vida, una semilla de la que brote un cambio de mentalidad, de conciencia, que persiga una sociedad más justa, que ofrezca igualdad de oportunidades a todos sus miembros. Cada máscara la ha hecho y personalizado un alumno del grupo 202, empatizando, sintiéndose uno de esos 700, 400,...seres humanos que han perdido la vida.

Hoy día trece, número de cambio, con arte comprometido, realmente útil, hacemos un homenaje a todos ellos, construyendo empáticamente, entre todos, a modo de mándala, esta semilla o flor de la vida. Porque estas vidas no hayan sido en vano, YO SOY ÉL”.

Palabras clave: MeTaEducArte - Justicia Social - Educación Artística - Performance - Instalación

INSTRUMENTO PIAESCE. APRENDIZAJE DE COMPETENCIAS TRANSVERSALES

AUTORES

M^a Pilar Munuera Gómez y Enrique Navarro Asencio

Universidad Complutense de Madrid y Universidad Internacional de La Rioja (España)

pmunuera@ucm.es y enrique.navarro@unir.net

Se presenta el **Instrumento de Asimilación, Evaluación y Seguimiento de Competencias Transversales para estudiantes** (PIAESCE) que tiene la utilidad para el estudiante de conocer el nivel sobre la adquisición, evaluación y seguimiento de las competencias transversales planificadas en las diferentes asignaturas que configuran la titulación que cursa. Este soporte se ha diseñado con la finalidad de conseguir la participación activa de los estudiantes en su formación en competencias según las directrices marcadas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

El PIAESCE permite que los estudiantes tengan información sobre las competencias transversales que son relevantes en su formación así como la visualización de los criterios y niveles que son requeridos en la adquisición total de cada una de las competencias transversales que configuran la titulación. Esta información sobre su nivel de adquisición de dichas competencias les convierte en agentes activos de su formación.

La herramienta diseñada tiene como fin conseguir la participación del estudiante en su proceso de aprendizaje por competencias y a la que le otorga criterios para visualizar el camino que debe recorrer para que su formación universitaria en Grado y Posgrado sea óptima.

Para su diseño se ha partido de la realización de un cuestionario que ha permitido comprobar la asimilación sobre las competencias transversales por parte del alumno de alcance exploratorio y descriptivo. La encuesta se ha realizado a 191 estudiantes de tercer curso del Grado de Trabajo Social de la UCM de un total de 350 alumnos. A la vez, se han realizado grupos de discusión contando con la colaboración de estudiantes de otras titulaciones con el objeto de tener otras percepciones y favorecer el intercambio de experiencias y otros modelos formativos en competencias transversales. Además se ha recogido la opinión de 60 profesores para conocer cuáles son las actividades desarrolladas para conseguir las competencias transversales en sus respectivas asignaturas. En ambos casos el análisis se ha centrado en las competencias transversales del perfil profesional de Trabajo Social en los alumnos y alumnas de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Complutense de Madrid.

A partir de los resultados obtenidos se ha realizado el soporte PIAESCE que contiene las competencias transversales jerarquizadas como relevantes según los resultados de los cuestionarios realizados a estudiantes y profesores. Este soporte supone un avance para que el estudiante pueda construir de forma autónoma su diseño personal en la adquisición de las competencias que le capacitan para superar las asignaturas del Grado. EL PIAESCE se sitúa en la innovación docente enmarcada dentro de las metodologías del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), en concreto, la eficacia del aprendizaje colaborativo y de la evaluación continua en el rendimiento de los estudiantes.

En estos momentos el instrumento PIAESCE se encuentra en fase de experimentación con el fin de fortalecer sus debilidades y preparar su utilización por la mayoría de los estudiantes.

Palabras clave: PIAESCE - Competencias del EEES - Herramientas

USO DE RÚBRICAS PARA LA EVALUACIÓN DE TRABAJO COOPERATIVO EN ALUMNADO DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORA

M^a del Carmen Pegalajar Palomino
Universidad Católica de Murcia (España)
mdcpegalajar@ucam.edu

Los cambios en la Educación Superior, gracias al proceso de convergencia europea, han supuesto una modificación en las propuestas metodológicas y, por consiguiente, en los procesos de evaluación del alumnado universitario. Además, se apuesta por un modelo centrado en las competencias que debe adquirir el estudiante. El diseño de actividades basadas en aprendizaje cooperativo ha supuesto una oportunidad para potenciar en el alumnado una serie de competencias como su capacidad de síntesis y comprensión de la información, competencias para la discusión y trabajo en grupo, aprendizaje de la terminología propia de la materia así como el desarrollo de su expresión oral y escrita. Se trata, por tanto, de una experiencia tendente a mejorar el proceso de aprendizaje del alumnado, es decir, que “aprendan a aprender”, lo cual implica hacer personas libres, no dependientes pero si colaborativas y enriquecer los recursos para la formación y el cambio en la enseñanza superior. En este contexto, cobra sentido utilizar un procedimiento de evaluación basado en el uso de la rúbrica; permite desarrollar una evaluación objetiva del trabajo del alumno, orientándolo sobre su realización así como de los progresos de aprendizaje.

Este trabajo describe una experiencia de innovación docente desarrollada para el alumnado del Grado de Educación Primaria de la Universidad Católica de Murcia (Mención de Audición y Lenguaje). Se trata de la experimentación de una metodología basada en la evaluación de competencias en el alumnado a través del uso de rúbricas; se implica al alumnado en su propio proceso evaluativo mediante su participación en la definición y uso de rúbricas de evaluación.

Tras el diseño de la rúbrica de evaluación y desarrollo de las actividades prácticas, el alumnado participante en la experiencia analizó la consecuencia de este procedimiento para el desarrollo de las competencias genéricas a adquirir. A modo de conclusión, se percibe la necesidad de establecer una coordinación y homogeneización en cuanto a las competencias y evaluación común de las asignaturas propias de la mención. Se destaca cómo la implementación de este sistema de evaluación en Educación Superior resulta satisfactoria, pudiendo desarrollarse no sólo para asignaturas aisladas, sino implicadas en todas las materias de los planes de estudio.

Palabras clave: Educación Superior - Competencias - Evaluación - Rúbricas - Alumnado

NUEVOS ESCENARIOS PARA LOS APRENDIZAJES. ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Visitación Pereda Herrero
Universidad de Deusto (España)
visi.pereda@deusto.es

El Plan Bolonia y la adaptación al **EEES** suponen la apuesta por un modelo educativo centrado en el estudiante y en su aprendizaje y a través del sistema de ECTS reconoce el trabajo real que éste necesita realizar, tanto dentro como fuera del aula, para el desarrollo de las competencias que ha de adquirir.

Esta comunicación expone, bajo la metodología del **estudio de caso**, la experiencia llevada a cabo en la asignatura de **Antropología e Historia de la Educación** de 1º de Grado en Educación Primaria, enmarcada en el Plan de Bolonia y en el Modelo de Aprendizaje de la Universidad de Deusto (**MAUD**), con sus seis fases: contexto experiencial, observación reflexiva, conceptualización, experimentación activa y evaluación. Se trata de conseguir que el futuro graduado analice la evolución del fenómeno de la educación, entendiéndolo como parte del universo cultural de los pueblos y su estrecha relación con los aspectos sociales, políticos y económicos y desarrolle competencias que le permitan construir respuestas fundamentadas, coherentes con el contexto y vocacionadas para la mejora continua de la praxis educativa.

Se describirá la **metodología** seguida, basada en la diferencia establecida por Dewey (1989) entre teoría y práctica y dentro de ésta entre acciones rutinarias y acciones reflexivas. Se apuesta por el aprendizaje experiencial, entendiéndolo como aquél que surge de la reflexión sobre la experiencia (Jaques, Gibbs y Rust, 1997). La idea es provocar diferentes procesos internos y distintos tipos de aprendizaje en los estudiantes a partir de distintas “coreografías” o formas de enseñar (Oser y Baeriswyl, 2001). Corresponde al profesorado la selección y propuesta de las mismas y su dinamización.

Se analizarán distintas “coreografías” utilizadas en la asignatura, según los contenidos y las competencias a desarrollar. Entre ellas se encuentra el *role playing*, gracias al cual los estudiantes simulan situaciones características de un determinado momento histórico y se meten en la piel de un personaje concreto, como si se tratara de la vida real. La entrevista en profundidad a personas de diferentes edades, es otra de las técnicas en las que, a través de la voz y los relatos de sus protagonistas (Bajtin, 2001) y en los propios contextos de éstos, aprenden cómo era la educación en el S. XX. Esta relación entre la **teoría** y la **práctica**, supone aunar trabajo de campo y aula en una particular simbiosis. Se aprende **investigando**.

El trabajo colaborativo (Johnson y Johnson, 1994) permite socializar lo aprendido y el recurso a las **NNTT** se convierte en un elemento facilitador del proceso de aprendizaje y del acceso a fuentes, tanto primarias como secundarias.

Los resultados ponen de manifiesto un mayor nivel de aprendizaje y desarrollo competencial y una mayor satisfacción de los estudiantes.

Palabras claves: EEES - Estudio de caso – Metodología - Aprendizaje experiencial - NNTT

ADAPTACIÓN AL EEES A TRAVÉS DE LA INNOVACIÓN DOCENTE: CÓMO TRABAJAR LA TEORÍA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL AULA A TRAVÉS DEL CINE

AUTORA

Marta Pulido Polo

Universidad de Cádiz (España)

marta.pulido@uca.es

La docencia universitaria de las relaciones públicas exige la transmisión de conceptos complejos que, en relación a la bidireccionalidad de la comunicación organizacional o dialogismo organizacional, se erigen como el núcleo central de la teoría relacionista. En este trabajo, tratan de reflejarse los objetivos, la metodología docente y los resultados obtenidos a través del diseño y ejecución de un Proyecto de Innovación Docente, llevado a cabo en la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de las Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz durante el curso 2014-2015, que tiene como finalidad principal la docencia universitaria de las relaciones públicas a través del discurso audiovisual.

El mundo cinematográfico se ha visto muy atraído, fundamentalmente en las dos últimas décadas por los profesionales de las relaciones públicas. Son muchos los títulos que en la actualidad circulan sobre la actividad profesional de la comunicación y las relaciones públicas o en los que se puede observar sus técnicas o planteamientos básicos. Lamentablemente, son herramientas docentes que la mayor parte de alumnos y profesores desconocen, optándose por clases magistrales de menor interés para el alumno. El cine, además, es una herramienta docente que rebosa cultura específica y general para los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas, que deben dominar las artes audiovisuales.

De hecho, el valor docente del cine ha sido ampliamente estudiado desde la perspectiva de la comunicación de masas. En este sentido, algunos fenómenos con los que caracterizamos al cine contienen, de hecho, un conjunto de dimensiones pedagógicas que, en esencia, brindan ideas y valores sobre el medio a las audiencias e incluso a los propios agentes mediáticos (Reia-Baptista, 2005:13). Este hecho da origen al denominado cine formativo que Saturnino de la Torre (1997: 17) define como *la emisión y recepción intencional de películas portadoras de valores culturales, humanos, técnico-científicos o artísticos, con la finalidad de mejorar el conocimiento, las estrategias o las actitudes y opiniones de los espectadores.*

Los medios de comunicación en general, y el cine en particular, se erigen en la actualidad como herramientas educadoras de niños, adolescentes, jóvenes y adultos, razón por la cual los docentes debemos seleccionar estos medios como herramientas educativas eficaces, haciendo que se utilicen de manera constructiva (Marcos Ramos, 2010:306).

Palabras clave: Innovación docente - Relaciones Públicas - Cine - Aula - EEES

ESTUDIO Y PROPUESTA DE UN PROGRAMA PARA DESARROLLAR LA COMPETENCIA “APRENDIZAJE AUTÓNOMO” EN FUTUROS MAESTROS DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORAS

Rocío Quijano López, Miguel Pérez Ferra, Lourdes Muñoz Valiente y María Teresa Ocaña
Moral

Universidad de Jaén (España)

rquijano@ujaen.es, mperez@ujaen.es, lourd_mu_va@hotmail.com y mocana@ujaen.es

En la última década se ha favorecido el diseño y desarrollo de programas de formación basados en la adquisición de competencias. La investigación que se aporta enfatiza la significación de este tipo de programas, abundando en dos opciones; de una parte, un planteamiento holístico; y de otra, un enfoque complejo, ambos para abordar el desarrollo de competencias.

Realizamos un análisis del discurso de las competencias orientado hacia un enfoque holístico, donde se acentúa la orientación de la educación hacia el desarrollo de saberes científicos necesarios en esta sociedad del conocimiento, y hacia el enfoque complejo, con prioridad en el compromiso ético y profesional en la formación de futuros ciudadanos. Entendemos que esta tendencia repercute en el diseño curricular y, por consiguiente, en la enseñanza de materias relacionadas con las ciencias experimentales.

Consideramos que, el estudiante necesita alcanzar una autonomía progresiva que debe adquirir mediante el aprender a aprender. Es por ello que en nuestro trabajo se ha orientado a conocer las creencias pedagógicas de los alumnos del Grado de Maestro en Educación Primaria sobre aquellos aspectos que se deben trabajar para la consecución de la competencia transversal “aprendizaje autónomo”, en disciplinas dedicadas a la enseñanza de la didáctica de las ciencias de la naturaleza. Para ello, planteamos diversos objetivos de trabajo, que conducen a un objetivo final que es el de conocer las opiniones de los estudiantes del grado mencionado, con respecto al programa de preparación que les permita trabajar la competencia “aprendizaje autónomo”.

El método utilizado ha sido el de investigación-acción empírica, habiéndose diseñado una escala tipo Likert con la que se pretende conocer cuáles son los aspectos que se deben trabajar para adquirir la competencia mencionada anteriormente. El estudio realizado es de carácter descriptivo, y permite presentar un análisis de frecuencias y porcentajes obtenidos a través de la escala propuesta.

Concluye el trabajo con unas consideraciones finales en las que se hace notar el bajo nivel de adquisición de estrategias de trabajo que permitan a los alumnos planificar sus estudios.

Palabras clave: Aprendizaje Autónomo - Competencias transversales - Formación del Profesorado - Didáctica de las Ciencias de la Naturaleza

COMUNICAR LA RELACIÓN UNIVERSIDAD SOCIEDAD A TRAVÉS DE PROYECTOS DE APS

AUTORES

Esther Raya Diez y Melchor Gómez Pérez

Universidad de la Rioja y Universidad del País Vasco (España)

esther.raya@unirioja.es y melchor.gomez@ehu.es

La docencia universitaria del siglo XXI conlleva cambios significativos en la actividad docente en el proceso de enseñanza aprendizaje como consecuencia de los cambios en la sociedad de la información y el conocimiento. El EEES posibilita el desarrollo de actividades centradas en el estudiante conectando las materias con los problemas de la sociedad. De tal modo, que la actividad docente trasciende el aula y trata de atender necesidades del entorno. El nuevo paradigma educativo, implica el desarrollo de gran cantidad de trabajos por parte de los estudiantes. Desde nuestro punto de vista, es posible canalizar ese esfuerzo docente-discente en el desarrollo de actividades que den respuesta a problemas de la sociedad, extendiendo el concepto de responsabilidad social universitaria. Una de las metodologías es la de Aprendizaje Servicio (APS).

El APS integra el servicio a la comunidad con el aprendizaje de contenidos, habilidades y valores inherentes a los programas de estudio. Es aplicable a todos los niveles educativos y a todas las materias.

En este trabajo presentamos la aplicación del APS para abordar aspectos relacionados con la pobreza energética, como caso de estudio, en dos titulaciones de Grado diferentes: Trabajo Social e Ingeniería Eléctrica.

La pobreza energética es la falta de acceso a servicios energéticos modernos. Casi 1,6 millones de personas todavía no tienen acceso a la electricidad, según la Agencia Internacional de Energía (AIE). En España, en 2012, el 17% de los hogares tenía gasto energético desproporcionado y 9% eran incapaces de mantener su casa a una temperatura adecuada en invierno (Tirado, 2014: 3). La pobreza energética revela la violación del derecho a una vivienda adecuada.

Ante un mismo problema, cada disciplina enfoca una parte relacionada con su objeto de estudio e intervención en la realidad. En el marco de las asignaturas es importante conectar la actividad de servicio con los aprendizajes necesarios y evidenciar el servicio a la sociedad y los aprendizajes adquiridos a través de estrategias comunicativas.

La universidad, como actor clave en el desarrollo social y económico de un país, tiene una responsabilidad social dirigida a responder a los problemas y necesidades sociales. Tenemos que aprovechar las oportunidades del Espacio Europeo de Educación Superior para permitir y promover el intercambio de conocimientos entre los estudiantes y profesores de diferentes disciplinas.

Palabras clave: Metodologías activas – Responsabilidad Social Universitaria – Trabajo Social – Ingeniería Eléctrica – Aprendizaje Servicio

EL APRENDIZAJE BASADO EN PROYECTOS Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS TRANSVERSALES DE LOS GRADOS DE ECONOMÍA Y EMPRESA

AUTORAS

Virginia Rincón Diez y Pilar Zorrilla Calvo
Universidad del País Vasco (España)
virginia.rincon@ehu.es y pilar.zorrilla@ehu.es

La presente investigación se enmarca dentro de un Proyecto de Innovación Educativa titulado “**Impulso al Emprendizaje desde la Universidad**: Desarrollo de nuevas ideas de negocio en el aula mediante el Aprendizaje Basado en Proyectos” subvencionado por el Vicerrectorado de Calidad e Innovación Docente de la Universidad del País Vasco UPV-EHU a través del Servicio de Asesoramiento Educativo SAE-HELAZ.

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABPy) es una metodología eficaz y atractiva en el proceso de enseñanza aprendizaje tanto a la hora de desarrollar contenidos académicos como habilidades y competencias del alumnado. Esta metodología sitúa el aprendizaje en un contexto real donde los estudiantes hacen frente a problemas multidisciplinares, impulsando de esta forma un pensamiento crítico así como el trabajo en equipo y la asunción de responsabilidades. Mediante el presente estudio analizamos el potencial de esta metodología para el logro de competencias transversales en los grados de Economía y Empresa.

En primer lugar, se presenta el diseño de implementación del ABPy en los grados que se imparten en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad del País Vasco. La particularidad de este diseño se centra en que se implementa conjuntamente en dos asignaturas distintas de un mismo módulo, combinando varias actividades cuyo eje principal es un proyecto empresarial común que permite al alumnado desarrollar los contenidos de las distintas disciplinas de manera coordinada.

Con los resultados obtenidos tras la implementación del ABPy durante dos cursos académicos consecutivos se valora su impacto sobre algunas competencias fundamentales para el alumnado de los grados de Economía y Empresa, como la Creatividad, la Innovación o el Espíritu Emprendedor. Para ello, y dado que la metodología experimentó algunas adaptaciones tras la experiencia de la primera implementación, se explican los cambios introducidos, así como la evolución de los resultados obtenidos. De acuerdo con este análisis se puede deducir que el ABPy resulta eficaz para la consecución de competencias transversales esenciales en el área de Economía y Empresa.

Por último, se ofrecen algunas recomendaciones que favorezcan el avance en la implementación de la nueva metodología y en el proceso de enseñanza aprendizaje, con el fin último de mejorar las capacidades y la preparación general de los estudiantes que deben enfrentarse a un entorno en constante cambio.

Palabras clave: Aprendizaje Basado en Proyectos – Competencias Transversales – Metodologías Activas – Espíritu Emprendedor

ANÁLISIS DE LA MOTIVACIÓN Y EL RENDIMIENTO ACADÉMICO UTILIZANDO EL APRENDIZAJE BASADO EN PROBLEMAS CON ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA SALUD: TERAPIA OCUPACIONAL

AUTORES

María del Carmen Rodríguez Martínez, Laura Domínguez de la Rosa, Javier Pérez Aranda y
Jesús Molina Gómez

Universidad de Málaga (España)

marrodmr@uma.es, ldominguez@uma.es, jpereza@uma.es y jmolinag@uma.es

El Aprendizaje basado en Problemas (ABP) se caracteriza por desarrollar una serie de habilidades y competencias indispensables en el entorno profesional. Es un método innovador en el cual el aprendizaje es significativo, ya que se centra en el estudiante y fomenta el aprendizaje autónomo. En las disciplinas de ciencias de la salud, se precisan unas estrategias educativas específicas, ya que los estudios de ciencias de la Salud están fragmentados en diferentes especialidades, es por este motivo que el ABP es una herramienta que puede ser muy útil.

El objetivo de este estudio es conocer si la utilización del ABP mejora la motivación de los estudiantes y también si influye en el rendimiento académico de los estudiantes. Para ello, se incorporó en la metodología el uso de actividades que conllevaran ABP en dos asignaturas y dos cursos de la Facultad de Ciencias de la Salud, (Intervención de la Terapia Ocupacional en Salud Mental I y técnicas terapéuticas). Dichas asignaturas fueron impartidas en la titulación de Terapia Ocupacional durante el curso académico 2013/2014. La muestra estuvo compuesta por un total de 106 estudiantes.

Para medir la motivación, se administró el cuestionario de motivación y estrategias de aprendizaje (en sus siglas en inglés, MSLQ) al comienzo de las dos asignaturas para conocer el nivel de motivación del que partían. Cuando finalizaron las dos asignaturas se volvió a administrar a los estudiantes que habían participado en la encuesta inicial.

Concretamente, se presentan las características de la experiencia, así como un análisis descriptivo sobre la relación entre el uso de la ABP y la nota final de las asignaturas. Se compararon también las calificaciones de asignaturas que no habían implementado el ABP en su metodología. Los resultados mostraron de forma general que los niveles de motivación son parecidos en la fase inicial y final, obteniéndose por lo general puntuaciones de 4 en aproximadamente el 50% de los encuestados. En cambio, cabe señalar que al compararse las notas de los estudiantes en las asignaturas que habían implementado ABP y en las que no, los resultados mostraron que en las asignaturas con ABP las calificaciones finales fueron más altas que en aquellas asignaturas que no se implementó. Estos resultados indican que el uso de la metodología basada en ABP contribuye a que los estudiantes mantengan un nivel de motivación durante la asignatura, el cual a su vez influye positivamente en el rendimiento académico de los estudiantes.

Palabras claves: Aprendizaje basado en problemas - Motivación - Rendimiento académico – Ciencias de la Salud

EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS PROFESIONALES A TRAVÉS DE LA REALIZACIÓN DE PROYECTOS. EXPERIENCIAS EN EL GRADO EN MARKETING E INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

AUTORAS

María Jesús Ruiz Muñoz e Isabel Ruiz Mora

Universidad de Málaga (España)

mariajesus@uma.es y isabelruiz@uma.es

El trabajo presentado constituye un resultado del proyecto de innovación educativa “PIE13-184: Aprendizaje colaborativo como estrategia de innovación docente”, financiado por el Vicerrectorado de Ordenación Académica y Profesorado de la Universidad de Málaga.

El principal objetivo de propuesta consiste en analizar cómo han repercutido las más recientes transformaciones experimentadas en el ecosistema comunicativo en el Grado en Marketing e Investigación de Mercados y, asimismo, se plantea una reflexión acerca de las metodologías de trabajo para fomentar en el alumnado la adquisición de competencias profesionales a través del aprendizaje colaborativo dentro del nuevo panorama social, comunicativo y educativo.

La metodología empleada para la consecución de los objetivos descritos se basa en la realización de un exhaustivo análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades) centrado en las especificidades del contexto social, profesional y pedagógico en España a raíz de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y en la reflexión en torno a las prácticas docentes llevadas a cabo en el marco de las asignaturas Creatividad Publicitaria y Trabajo de Fin de Grado (TFG) del Grado en Marketing e Investigación de Mercados de la Universidad de Málaga.

En las mencionadas asignaturas se ha hecho hincapié en la adquisición competencias profesionales mediante el aprendizaje colaborativo trabajando en la creación de proyectos basados en casos reales y utilizando como apoyo diferentes herramientas disponibles en el campus virtual. También se ha prestado especial atención a fomentar en el alumnado capacidades críticas y analíticas encaminadas a contribuir a su formación como sujetos activos, autónomos y adaptables a los cambios, transformaciones y retos actuales y futuros en el ámbito de la disciplina.

El análisis de las evaluaciones obtenidas de las encuestas realizadas por los estudiantes revela una percepción del diseño metodológico claramente positiva. Por parte de las profesoras que han llevado a cabo las actividades, si bien el balance a tenor de las valoraciones recibidas ha sido satisfactorio, pesa en exceso la frustración porque el esfuerzo pedagógico (y creativo) realizado carece apenas de reconocimiento en un contexto académico cada vez más centrado en la valoración cuantitativa de los resultados docentes y de investigación.

Palabras clave: Competencias profesionales – Aprendizaje colaborativo – Márketing – Creatividad publicitaria – Trabajo de Fin de Grado

LA FORMACIÓN EN VIDEOJUEGOS EN EL SISTEMA UNIVERSITARIO ESPAÑOL ANTE LA CONVERGENCIA DE BOLONIA

AUTORES

Javier Sierra Sánchez y Sheila Liberal Ormaechea
ESNE y Universidad Francisco de Vitoria (España)
javier.sierra@esne.es y s.liberal.prof@ufv.es

En España los videojuegos alcanzan su madurez y se les otorga el estatus que les corresponden cuando en el año 2009 la Comisión de Cultura del Congreso de los Diputados aprobó por unanimidad una proposición no de ley del Grupo Parlamentario Socialista para la promoción y el respaldo a la industria cultural del videojuego. En ese momento, los videojuegos pasan a formar parte de las industrias creativas de este país.

Según el Estudio de la Economía Digital: Los contenidos y servicios digitales (2013) el sector de los videojuegos en España contribuyó a la industria de los contenidos digitales en 890 millones de

Euros. Otro informe realizado por PwC (PricewaterhouseCoopers) denominado *Entertainment and Media Outlook 2014-2018 (España)* concluye que la industria del videojuego podría alcanzar en España ingresos de 995 millones de euros en 2018. Podemos afirmar que se trata de una industria en continuo crecimiento, y con perspectivas, a medio y largo plazo, de crecimiento. Esa industria precisa de profesionales adecuadamente formados en las diversas fases de la creación de un videojuego – desde la ideación hasta la comercialización y promoción del mismo.

La adaptación del Plan Bolonia en el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, por el que se establece la ordenación de las enseñanzas universitarias oficiales empezaba en España una reforma del sistema educativo universitario, permite, entre otras muchas cosas, diseñar planes de estudios abiertos y flexibles así como un acercamiento entre la Empresa (tejido productivo) y la Universidad. Este ha sido el marco ideal para que grados tan innovadores como el de Diseño y Desarrollo de Videojuegos entren a formar parte del catálogo de títulos. De este modo las universidades se han configurado en el lugar idóneo para formar en competencias a los futuros profesionales de la industria del videojuego.

En este artículo pretendemos analizar la oferta formativa relacionada con el objeto de estudios de los videojuegos (grados y másteres) con el fin de analizar una serie de variables (materias, asignaturas, competencias, salidas profesionales) para obtener las primeras conclusiones del incipiente proceso de convergencia europea relacionada con la formación e investigación del videojuego.

Palabras clave: Videojuegos - EEES - Formación universitaria - Salidas profesionales - Industria creativa

EL PORTAFOLIO, UNA EXPERIENCIA ADAPTADA A LAS LIMITACIONES DE LA DOCENCIA EN GRUPOS NUMEROSOS

AUTORA

Maritza Sobrados León
Universidad de Sevilla (España)
sobrados@us.es

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha supuesto un cambio de paradigma en la aplicación de metodologías docentes universitarias. Trasladada la atención de la enseñanza del profesor al auto aprendizaje del alumno, ambos -profesorado y alumnado- ejercen nuevos roles y deben enfrentarse a diversos obstáculos en este proceso. Uno de ellos es tamaño de los grupos, lo que muchas veces lleva al profesor a desarrollar la docencia de forma tradicional, es decir la clase magistral. ¿Pero cómo aplicar metodologías activas cuando el número de alumnos supera los 50?

En esta situación, que se repite en muchas titulaciones, el profesor se ve obligado a organizar procesos de aprendizaje en el que el alumnado asuma mayor responsabilidad y autonomía, algo que les resulta complicado de asimilar, acostumbrados a un papel secundario en el proceso. Muchos estudiantes siguen prefiriendo una metodología basada en las clases magistrales y una evaluación final y, por lo tanto, manifiestan un rechazo inicial cuando se les plantea desarrollar metodologías activas de aprendizaje que les requieren un trabajo continuado a lo largo del curso (Angurel, Castro, Mora y Roso, 2009).

La asignatura Periodismo Especializado del Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla tiene cuatro grupos de al menos 80 alumnos cada uno. Nos planteamos combinar métodos de aprendizaje, por un lado la clase magistral para la explicación de los conceptos principales de la materia y actividades prácticas para complementar los contenidos desarrollados de forma teórica. Por otro, se propuso al alumnado la realización de un Portafolio, con un máximo de cuatro por cada clase e integrado, por un máximo de cuatro alumnos. Para el resto de los estudiantes se programó un trabajo en grupo – de hasta 5 alumnos- tutorizado en cada una de sus fases de desarrollo. Esta experiencia se ha realizado en los cursos 2013-2014 y 2014-2015 con tres grupos de docencia.

Una de las grandes ventajas que tiene el Portafolio es que favorece el desarrollo del nuevo rol del estudiante, pues permite la autonomía, la gestión del conocimiento y la reflexión. El Portafolio, a su vez, propicia la responsabilidad individual del alumno, de su trabajo depende el éxito o el fracaso del grupo, lo cual genera una interdependencia positiva, en cada miembro del grupo recae la misma responsabilidad.

Evaluamos, a través de un cuestionario y entrevistas, el grado de satisfacción del aprendizaje y las competencias adquiridas por los grupos que desarrollaron el Portafolio. Los resultados son favorables al método; los alumnos valoraron de forma especialmente positiva el aprendizaje de la búsqueda de información, la comprensión de los conocimientos, la capacidad de establecer relaciones entre conceptos, la soltura adquirida en la exposición de los resultados de sus trabajos ante el resto de la clase y la capacidad para generar el debate.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Grupos de docencia numerosos - Portafolio - Nuevos roles - Auto aprendizaje

LA IMPORTANCIA DE LAS EMOCIONES EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA

AUTORES

Mar Souto Romero, Teresa Torres-Coronas y Mario Arias Oliva

Universitat Rovira i Virgili (España)

mar.souto@urv.cat, teresa.torres@urv.cat y mario.arias@urv.cat

Para el hombre actual, la educación es un fin en sí mismo. Parece como si hubiera triunfado el motto de la Ilustración: *sapere aude* (“atrévete a saber”). Entre los diferentes niveles educativos la educación superior suscita un interés especial pues se percibe como un elemento decisivo para que los individuos mejoren sus oportunidades en la vida.

La creación del EEES contempla como eje fundamental del planteamiento educativo común a toda la Unión Europea, el énfasis en una educación centrada en el aprendizaje a una educación centrada en la enseñanza. Al contraponer enseñanza y aprendizaje se pretende resaltar la importancia que en el nuevo paradigma educativo debe tener la educación en términos de adquisición por parte del estudiante de capacidades, habilidades, **competencias** y valores que le permitan una progresiva actualización de los conocimientos a lo largo de toda su vida. Si el desarrollo intelectual de nuestros alumnos nos debe preocupar y hacemos lo posible por mejorar su nivel de aprendizaje, conviene recordar que, aun cuando el intelecto puede estar excelentemente desarrollado, el sistema de control emocional puede no estar maduro y en ocasiones logra sabotear los logros de una persona altamente inteligente. La emoción es más fuerte que el pensamiento, incluso puede llegar a anularlo.

Entonces podemos preguntarnos: **¿Qué estamos haciendo para desarrollar las habilidades de madurez emocional de nuestros alumnos que les permitirán potenciar su formación académica y elevar su nivel de aptitud social y emocional?** En la medida que las universidades preparan a su alumnado para su futuro profesional el sistema educativo necesitará modificar su oferta y adaptarse a los nuevos requerimientos. La empleabilidad por tanto dependerá de las meta-competencias de carrera que serán las responsables de la adquisición de las competencias que facilitan la empleabilidad, como las competencias emocionales. Del planteamiento realizado y de la literatura revisada, parece razonable asumir que el desarrollo de competencias emocionales de las futuras tituladas y titulados es un factor determinante de la empleabilidad y, en consecuencia, un factor decisivo para la mejora de su inserción laboral y de su capacidad para aprender a lo largo de la vida. Estudiando la relación entre estos conceptos, será posible comprender el papel que las instituciones universitarias, a través de sus programas de grado, master y doctorado, deben asumir para la correcta puesta en práctica de los principios que rigen el proceso de Bolonia. Y ésta es la razón por la que se ha llevado a cabo el presente trabajo.

Palabras clave: Educación superior - Aprendizaje - Empleabilidad - Competencias - Emoción

INGENIERÍA INFORMÁTICA EN LENGUA INGLESA: UNA EXPERIENCIA EN LA ASIGNATURA SISTEMAS OPERATIVOS

AUTOR

Antonio J. Tallón Ballesteros
Universidad de Sevilla (España)
atallon@us.es

La llegada del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) trajo consigo algunos cambios en la forma de enseñar, entre los que se encuentra la impartición de docencia en lengua extranjera. Los idiomas juegan un papel fundamental en la sociedad actual. Actualmente, en el mundo se hablan entre 6.000 y 7.000 lenguas distintas. Las cinco más habladas son: chino, español, inglés, hindi y árabe, que totalizan dos mil cuatrocientos veintinueve millones de hablantes que es aproximadamente un tercio de la población mundial en 2015. En relación al inglés, las dos peculiaridades más importantes son: i) el inglés en la tercera lengua más hablada en el mundo después del chino y del español; ii) su impacto global es evidente, dado que es hablado en más países que ningún otro idioma. Además, el inglés podría ser considerado el lenguaje de la ciencia. Probablemente, esto ha sido provocado por la presencia en ránkines internacionales en posiciones destacadas de institutos de investigación y universidades de países angloparlantes. El término CLIL (*Content-Language Integrated Learning*, que se traduce por aprendizaje integrado de contenidos y lengua extranjera) fue acuñado en 1994 en Europa por David Marsh y hace referencia a las situaciones donde asignaturas o partes de las mismas, son impartidas en un idioma extranjero con un doble foco, a saber, el aprendizaje de contenido y el aprendizaje simultáneo de una lengua extranjera.

Desde el curso 2010/2011, en el que empezaron los nuevos grados adaptados al EEES, Universidad de Sevilla (US) lanzó una iniciativa de innovación docente en el Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática (ETSII) consistente en ofertar un conjunto amplio de asignaturas para ser impartidas completamente en inglés. En la ETSII se creó un número de plazas limitado a 24 estudiantes interesados en estudiar casi todo el grado en lengua inglesa. En este trabajo explicamos la experiencia llevada a cabo en la en el marco del Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera en inglés en el área de Informática en las clases de Sistemas Operativos, una asignatura obligatoria de segundo curso del grado de Informática en el periodo comprendido desde curso el 2011/2012, comienzo de impartición, hasta el curso actual. Realizamos un análisis descriptivo del perfil de los estudiantes basándonos en los resultados de la evaluación continua, de la evaluación oficial y de los trabajos voluntarios. Entre las principales conclusiones se halla un rendimiento global del alumnado muy alto comparado con los grupos habituales impartidos en lengua castellana, dado que el número de alumnos que no supera la asignatura es muy escaso.

Palabras clave: Ingeniería Informática – Lengua inglesa – Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lengua Extranjera – Sistemas Operativos – Espacio Europeo de Educación Superior

ESTUDIO DE LAS COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA “EDUCACIÓN SOCIAL, POLÍTICAS E INSTITUCIONES SOCIALES”

AUTORA

Ana del Carmen Tolino Fernández-Henarejos

Universidad de Murcia (España)

anacarmen.tolino@um.es

Los tiempos de reforma no siempre suponen una bocanada de esperanza y optimismo, ya que junto a estas actitudes conviven, como no podía ser de otro modo pues la actitud presenta un carácter bipolar que integra esta doble dimensionalidad, la desconfianza, negatividad y rechazo de las directrices que marca el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), comúnmente conocido como el plan Bolonia. En cualquier caso, y admitiendo que el discurso es diferente en función del posicionamiento anterior que hagamos, nos encontramos en un contexto de cambio y renovación, un espacio de idoneidad para la reflexión pedagógica de la educación de forma global, así como para la reflexión de la acción docente en el aula. Al respecto se han incrementado vertiginosamente el número de experiencias de innovación y evaluación del que hacer docente, hasta el punto de ofrecernos una nueva clasificación de las mismas bajo el adjetivo de buenas prácticas docentes.

El EEES supone un marco de referencia conceptual y normativo desde el que adaptar los títulos y asignaturas, marcando un escenario que evita que la organización de la docencia universitaria quede a disposición de factores particulares que impidan el desarrollo de una estructura y unos planteamientos docentes homogéneos. Son muchos los cambios que ha introducido en la universidad española esta reforma, tanto en la administración y gestión de la universidad española (compensar el desfase entre universidad y mercado laboral, la universidad como servicio público a la comunidad, homogeneidad, calidad y transferencia como parámetros esenciales del nuevo sistema educativo, promover la competencia digital, así como la movilidad estudiantil y docente,...), como en la configuración de los planes de estudio (nuevo sistema de créditos europeos- ECTS-, adaptación de las titulaciones a la nueva estructura de grados y postgrados,...). De todos ellos, requiere, por la vinculación al objeto de este trabajo que presentamos, especial atención, los cambios que conciernen directamente al modelo educativo y que afectan más directamente al proceso de enseñanza-aprendizaje (modelo centrado en el aprendizaje y no en la enseñanza, implementación de metodologías activas, trabajo autónomo de los alumnos, aprendizaje por competencias, nuevos mecanismos de evaluación discente y docente, etc.).

Quizás, de todos los aspectos que introduce el EEES, el foco de mayor debate e interés, sea el aprendizaje por competencias, tal y como puede comprobarse en el volumen de producción científico-académica que ha generado. En este trabajo se exponen los resultados obtenidos, en un cuestionario de elaboración propia, sobre la valoración que los alumnos del Grado de Educación Social del curso académico 2014/2015 tienen de las competencias de la asignatura de Educación Social, Políticas e Instituciones Sociales. La percepción de los alumnos respecto al grado de adquisición y utilidad de las competencias es baja, y proponen como medidas de mejora más contenido de índole práctico, mayor actualización de los contenidos teóricos y más claridad expositiva de los mismos.

Palabras Claves: Innovación – Evaluación – Enseñanza – Aprendizaje – Competencias

ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE LAS COMPETENCIAS QUE IMPACTAN EN LA MOVILIDAD INTERNACIONAL

AUTORES

Teresa Torres Coronas y María Arántzazu Vidal-Blasco

Universitat Rovira i Virgili (España)

teresa.torres@urv.cat y mariaarantzazu.vidal@urv.cat

Este estudio explora la relación entre la competencia en lengua extranjera (nivel acreditado de conocimiento de la lengua inglesa), la competencia intercultural, la inteligencia cultural cognitiva y la vocación por seguir una carrera internacional del alumnado universitario. El objetivo es dar respuesta a las preguntas: ¿qué variables condicionan más directamente la movilidad internacional del alumnado universitario? ¿Qué es más importante para “salir al exterior”, las competencias lingüísticas, la competencia comunicativa intercultural o la inteligencia cultural cognitiva? La respuesta a esta pregunta nos permite entrar en el debate sobre el verdadero valor de tener un certificado B2 de inglés y sobre el tipo de competencias que la universidad debe fomentar en las aulas.

Durante el curso 2013-14 se llevó a cabo un estudio empírico en la Universitat Rovira i Virgili (URV) con una muestra final de 508 estudiantes de grado. A través de un cuestionario en línea, el estudio valida la escala de Fritz, Möllenberg y Chen (2002) de competencia de sensibilidad intercultural al tiempo que los participantes también autoevalúan su nivel de inteligencia cultural cognitiva, entendida como la percepción que tiene un individuo sobre su conocimiento de otras culturas, así como su intención de seguir una carrera internacional. De los resultados se desprende que, más allá del conocimiento de una lengua, son otras las variables que dan confianza en la salida al exterior, como la competencia intercultural y las subescalas relacionadas con el respeto del estudiante a las diferencias culturales, su grado de confianza en la comunicación intercultural y el grado en que disfruta con esa interacción.

La interpretación de resultados permite afirmar que la universidad tiene que desarrollar la capacidad del alumnado para actuar de manera adecuada y flexible ante acciones, actitudes y expectativas de personas de otras culturas. Que el alumnado acabe con un certificado B2 no es suficiente para garantizar la empleabilidad de los titulados/as en un mundo global. En este sentido, los resultados preliminares mostrarían que requisitos curriculares de estancias en el extranjero como la establecida en la doble titulación de educación en Catalunya estarían abriendo una interesante línea a seguir. Es, por tanto, importante que tanto desde el Gobierno como desde los órganos rectores de la universidad se apoyen iniciativas destinadas al intercambio multicultural.

Palabras clave: Competencia intercultural – Movilidad internacional – Educación superior – Inteligencia cultural cognitiva – Empleabilidad

PROPUESTA DE UN ESTUDIO DE EVALUACIÓN DEL PROCESO DE ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS EN EL GRADO EN ECONOMÍA

AUTORAS

Carmen Trueba Salas y Lorena Remuzgo Pérez

Universidad Cantabria (España)

truebac@unican.es y remuzgol@unican.es

El Libro Blanco del Título de Grado en Economía y Empresa, coordinado por la Conferencia de Decanos de Facultades de Ciencias Económicas y Empresariales (CONFED) propone la estructura, duración y contenido de los nuevos planes de estudio a partir de las Declaraciones de la Sorbona (1998) y Bolonia (1999). En este marco de referencia, un elemento clave de la reforma de los planes de estudio y su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) –que guiará el proceso formativo del estudiante– es la adquisición de competencias. Este nuevo paradigma educativo requiere estructuras de control de la calidad a todos los niveles. Si bien existen diferentes mecanismos de evaluación de la misma, no están orientados específicamente al proceso de adquisición de competencias.

En este trabajo se propone estudiar la evolución del proceso de adquisición de competencias en el Grado en Economía, a partir de un enfoque multi-metodológico en varias etapas. Partiendo de las competencias recogidas en el libro blanco de la titulación, y de las definidas en los planes de estudio de diferentes universidades de referencia, se analizará la distribución de las competencias comunes a los mismos desde una perspectiva integral, tanto cuantitativa como cualitativa.

Esta información será la base de la siguiente etapa, en la que se van a plantear una serie de pruebas correspondientes a las competencias comunes, que se realizarán sobre un muestreo de estudiantes en diferentes momentos de la carrera para observar la evolución real de la adquisición de las mismas a lo largo de la titulación. Dado que estas competencias serán igualmente adquiridas por los egresados de otras universidades –potenciales competidores en el mercado de trabajo– este hecho es un factor relevante en el mayor o menor grado de éxito en su incorporación al mundo laboral. Esta información es igualmente valiosa para la mejora del sistema docente, ajustándolo al proceso de adquisición de competencias.

Palabras clave: Espacio Europeo de Educación Superior - Grado en Economía - Competencias

LAS COMPETENCIAS EN LA FORMACIÓN PROFESIONAL Y EN LA UNIVERSIDAD: UNA VISIÓN COMPARATIVA EUROPEA

AUTORA

Beatriz Vallina Acha

Universidad de Oviedo y Universidad Complutense de Madrid (España)

beatriz.vallina.acha@gmail.com

Nada es independiente de las relaciones sociales existentes en un contexto histórico y sociocultural determinado: determinan el horizonte social del estudiante. En 2010/11, el número de personas becadas y el importe de dichas becas habían crecido en los estudios de Formación Profesional; no ha sucedido lo mismo en el caso de las Universidades. Esa misma situación podemos verla desde 2001/02 hasta 2006/07. La inversión en FP y en Universidades es coherente con la desproporcionada tasa de alumnado matriculado en unas y otras. La infra-matriculación en FP tiene varias causas explicativas: va dirigida a un mercado de trabajo muy resentido desde 2007 y ha venido teniendo cierto cariz industrial en las titulaciones. La precarización que justifica la mala inserción laboral juvenil y las bajas tasas de emancipación se refuerza en un mercado laboral que no da lugar a la inserción de los jóvenes con estudios de FP: la desvaloración social de la FP se une a la deslegitimación de la Universidad. La competitividad no es entre iguales, y los egresados universitarios intentan acceder a puestos infracualificados. Las Competencias constan de elementos nuevos en relación con la nueva incertidumbre característica de la Economía y la ocupación a partir de la década de los noventa: el *life-long learning* es la característica principal, y las oportunidades de aprendizaje difieren según sean las credenciales iniciales y decisiones individuales de inversión educativa (lo importante no es la mera cualificación sino las competencias, destrezas, habilidades y capacidades).

Se presupondrán mayores competencias socio-cognitivas transversales a los egresados universitarios en el orden de la adaptabilidad a nuevas ocupaciones emergentes de la *Sociedad del Conocimiento*. Por tanto, la balanza española se inclinaría, por parte de cada trabajador potencial, hacia la continuidad de estudios universitarios. Esto se traduce en dos grandes transformaciones del Sistema de Enseñanza: (1) el sistema tradicional sería convertido en programa de cualificación; (2) se fortalecerán programas de cualificación con menor coste, duración y cualificación profesional inicial.

Las competencias en F.P. se valoran en relación a unos objetivos económicos cuya finalidad es la obtención de beneficios en aquellos sectores que estén en auge, las relaciones privadas y el compromiso político; dentro de la formación profesional española, no van necesariamente ligadas al desempeño de la ocupación ya que ECVET (*European Credit System for Vocational Educational Training*) establece una estructura homogénea de evaluación: la situación en Alemania difiere en este aspecto, entre otros, debido a la peculiaridad de su sistema. La independencia de la *Berufsschule* alemana respecto a la Educación General, y determinada por su carácter dual, hace que no sea análoga a ninguna otra. Su una estructura organizativa propia se mueve entre la Cámara de Comercio e Industrias (*Deutscher Industrie- un Handelskammertag*) y el ámbito público-burocrático.

Palabras clave: Universidad – Formación Profesional – Competencias – Aprendizaje a lo largo de la vida

AFECTIVIDAD Y ENSEÑANZA DE LA MATEMÁTICA RELACIONADA CON LA MOTIVACIÓN Y LA AUTOESTIMA, SEGÚN UNA ENCUESTA DE NIMIER

AUTORES

Salvador Vidal Raméntol y M^a Teresa Fuertes Camacho

Universidad Internacional de Cataluña (España)

svidal@uic.es y tfuertes@uic.es

La motivación va muy relacionada con las emociones ya que una de las cosas que más nos motiva es el éxito. Experimentar el placer del éxito produce una sensación muy agradable y anima a seguir haciendo cosas, nos motiva a seguir adelante; y sin duda es más fácil experimentar emociones si hay afecto.

Es por ello que la afectividad es uno de los aspectos a estudiar en esta investigación, junto con las relaciones que puede haber entre motivación y emociones.

Por este motivo consulté en la bibliografía si había algo sobre afectividad y matemáticas y encontré un estudio realizado por J.Nimier en el año 1975 en Francia.

Este cuestionario le permitió verificar estadísticamente los resultados obtenidos con las entrevistas que él había realizado a los alumnos. Nimier lo planteaba para saber la diferencia que había con respecto a la afectividad de la matemática en un instituto, entre los alumnos de ciencias (Grupo C) y los alumnos de letras (Grupo A), y yo lo adapté a los alumnos de 2º ESO (12-13 años), y de 2º de Bachillerato (16-17 años) , chicos y chicas separados y después juntos.

En su estudio Nimier se planteaba diferentes preguntas como: ¿qué parte de imaginación había en las matemáticas?, ¿con qué estado de ánimo se empieza a resolver un problema?, ¿por qué es importante saber resolver un problema?, ¿qué satisfacción produce saber resolverlo?, ¿hay lugar para los fantasmas en las matemáticas?

Mis objetivos al hacer este estudio adaptado de Nimier era saber qué grado de estimación hay hacia las matemáticas porque esto repercute en la motivación; si algo te gusta te encuentras bien haciéndolo y puede mejorar el rendimiento. También quería saber qué emociones y sensaciones sentían ante un problema o ante una clase de matemáticas para trabajar después con sentimientos positivos.

Los profesores de matemáticas tenemos que tener en cuenta estas sensaciones cuando impartimos nuestra docencia ya que con ella influimos en la actitud que los alumnos tienen respecto a esta materia. Una buena actitud hacia las matemáticas favorece el aprendizaje.

Palabras clave: Afectividad - Emoción - Matemáticas - Motivación - Autoestima

TRABAJO ETNOGRÁFICO Y EDUCACIÓN SUPERIOR

AUTORES

Evelina Zurita Márquez y Francisco Manuel Llorente Marín

Universidad de Málaga (España)

zurita@uma.es y llorente@uma.es

Desde Malinowski (1884 -1942), a través de la etnografía, la Antropología social pretendía dar cuenta de formas de vida diversas desde un conocimiento de primera mano por medio del trabajo de campo. En estos primeros pasos de la disciplina se focalizó la atención en grupos humanos lejanos del entonces considerado mundo civilizado. Hoy, el antropólogo social ya no estudia comunidades o sociedades en su conjunto, como en sus inicios, sino que aborda aspectos y problemas contextualizados en grupos humanos concretos. Partimos de esta premisa a la hora de formar a nuestro alumnado en el trabajo etnográfico, seña de identidad a la que no puede renunciar la Antropología social en la Enseñanza Superior.

En la Enseñanza Secundaria en España encontramos asignaturas específicas (como *Ciencias para el mundo contemporáneo*) sobre contenidos, metodología y técnicas de investigación en ciencias categoriales. Sin embargo, aspectos metodológicos e incluso de contenidos en ciencias sociales quedan obviados, abordándose sólo contenidos de materias como: *Historia*, *Geografía* y, en algunos bachilleratos, *Economía*. Si bien en los bachilleratos de la LOGSE (Ley Orgánica General del Sistema Educativo – aprobada en 1990 –), ciencias sociales como la Sociología y la Antropología social quedaban relegadas a materias optativas, en la LOE (Ley Orgánica de Educación – aprobada en 2006 –) y la LOMCE (Ley Orgánica para Mejora de la Calidad Educativa – aprobada en 2013 –) quedan excluidas del currículum de bachillerato.

Encontramos así en el alumnado recién llegado a los Estudios Superiores un déficit claro en competencias teórico-metodológicas necesarias en la formación en ciencias sociales. Éste déficit dificulta que en un solo semestre se puedan alcanzar los objetivos formativos que exige el Programa VERIFICA, es decir, el Programa encargado de evaluar las propuestas de los planes de estudio diseñados en consonancia con el EEES (Espacio Europeo de Educación Superior).

Esta situación nos hace reflexionar sobre la necesidad de elaborar materiales didácticos que favorezcan el desarrollo de las competencias propias que desde el EEES se exige para las asignaturas de ciencias sociales. En este sentido, proponemos en esta comunicación una Guía didáctica para la realización del trabajo etnográfico, teniendo en cuenta este déficit del que parte el alumnado y los objetivos y competencias que debe alcanzar.

El trabajo etnográfico no sólo es una metodología fundamental de investigación para el antropólogo y otros científicos sociales, sino también y, fundamentalmente, una herramienta de aprendizaje que puede y debe utilizar el docente en ciencias sociales.

La etnografía, que va más allá de una recogida de datos y un análisis positivista de los mismos, favorece no sólo el desarrollo de competencias y destrezas en investigación sino, a su vez, un proceso de construcción del sentido crítico al abordar la génesis de los problemas sociales. Este proceso puede llegar a constituir un ejercicio intelectual que abunde en la madurez del alumnado facilitándole su progreso formativo en la Enseñanza Superior.

Palabras clave: Etnografía – Antropología social – Enseñanza Superior – Trabajo de campo



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

DOCENCIA 4: Las TT.II.CC. y la enseñanza

EL USO DE VIDEOS DE ESCRITORIO COMO HERRAMIENTA DE APOYO A LA DOCENCIA VIRTUAL

AUTORES

Ángel Aldecoa Arnaiz, Lamberto Benito del Valle Eskauriaza y Agurtzane Celestino Gutiérrez

Universidad del País Vasco (España)

angel.aldecoa@ehu.eus, lamberto.benitodelvalle@ehu.eus y agurtzane.celestino@ehu.eus

El alumnado universitario actual está acostumbrado a utilizar un lenguaje simple, directo y corto, así como a utilizar medios audiovisuales en la búsqueda de información necesaria, tanto en el ámbito personal como en el académico. A su vez, la labor del docente como facilitador del aprendizaje conlleva el uso de metodologías de aprendizaje cooperativo, que se complementan con el entorno Web 2.0, lo que le permite la utilización de herramientas de *e-learning* como Moodle. Ante esta situación, nos planteamos la conveniencia de crear videos específicos con contenidos de los temas más complejos del programa de la materia Informática, como material de apoyo imprescindible para el alumnado.

En un entorno globalizado en el que el uso de las TIC es masivo, la información audiovisual es cada vez más consultada por el discente, quizá debido a las limitaciones que supone la lectura y escritura de información mediante redes sociales como Twitter o bien, por la incomodidad de los teclados virtuales de los *smartphone*, *tablet*... Como ejemplo, véase el uso masivo de Youtube, el tránsito de archivo de fotos y videos en Facebook, Instagram... Por consiguiente, cuando a un/a alumno/a le surge una duda, en un buen número de ocasiones, recurre a la búsqueda de algún video en la web que le resuelva la cuestión. Sin embargo, la red cuenta con millones de archivos por lo que esta tarea se puede convertir en una labor ingente y sin garantías de que lo que se visualice tenga rigor académico.

Al mismo tiempo, la transmisión del conocimiento en un entorno Web 2.0, permite la utilización de herramientas de *e-learning*. Nuestro trabajo se desarrolla en un entorno particularizado de Moodle, que funciona como una red social en Internet entre profesorado y alumnado. Este gestor de contenidos nos permite la utilización de herramienta tales como; foros, wikis, posibilidad de añadir recursos externos, archivos audiovisuales... Dichos vídeos resultan un material de apoyo imprescindible a la bibliografía y la documentación en formato texto que aporta el profesorado.

La experiencia de cursos anteriores, revela la utilización masiva de este material, y esto nos lleva a la determinación de reforzar y continuar con su producción, para su uso como una herramienta fundamental en el proceso de enseñanza-aprendizaje cooperativo, pues refuerza la interdependencia positiva y su sentido de responsabilidad individual.

Para que esta herramienta resulte eficaz y eficiente, el software de grabación tiene que ser de fácil aprendizaje para el profesorado; los vídeos han de contener explicaciones simples a conceptos complejos; ser concisos (no explicar más de un concepto a la vez); de corta duración para no perder la atención del y de rápido acceso (accesible desde cualquier plataforma) para que se puedan utilizar en cualquier momento del día y en cualquier lugar.

Palabras clave: Docencia - *E-learning* - Videos - Aprendizaje cooperativo - TIC

MOTION GRAPHICS COMO HERRAMIENTA DOCENTE

AUTORA

Concepción Alonso Valdivieso
Universidad de Granada (España)
alonsov@ugr.es

Desde las Universidades siempre nos estamos planteando qué podemos hacer para la mejora de nuestra docencia. Existen muchas iniciativas que plantean nuevas metodologías docentes para conectar mejor con los estudiantes de hoy. Una de ellas es la "clase al revés" desarrollada por los profesores Bergman, J. y Sams, A. y que practican con mucho éxito. Se trata de invertir el orden en el que los alumnos adquieren el conocimiento. Se les proporciona un material audiovisual que contiene la clase magistral para su aprendizaje en casa, mientras que en clase se realizan prácticas o debates con la orientación del docente. De esta manera se observan individualmente los conceptos adquiridos por los alumnos y se refuerzan los aspectos no aprendidos.

Este material audiovisual puede desarrollarlo el propio docente con el uso del Motion Graphics, una técnica de animación idónea para estos contenidos por su sencillez y su atractivo estético. Los Motion Graphics son imágenes y textos en movimiento que acompañados de una música sirven para transmitir un mensaje lleno de dinamismo. Resultan muy atractivos visualmente y captan la atención fácilmente, por lo que tienen un gran poder comunicador. Aunque este término suena recientemente en España lo cierto es que ésta técnica está ligada a los inicios del cine, sobre todo cuando se empieza a pensar en la estética y narrativa de los títulos de crédito. Actualmente lo podemos observar en cine, televisión, publicidad, tutoriales, etc.

También hemos comprobado que ya existen algunas empresas pioneras que prestan sus servicios para la elaboración de contenidos didácticos, como TED-Ed, nacida en 1984 con el fin de difundir ideas a través de vídeos didácticos y educativos mediante la animación y el Motion Graphics. Actualmente disponen de una plataforma desde la que se puede acceder para consultar lecciones audiovisuales sobre cualquier tema.

En la Universidad de Granada hemos lanzado un curso de "Iniciación al Motion Graphics", su finalidad es la de dotar a nuestros docentes de los conocimientos necesarios para crear sus propios contenidos adaptados a sus asignaturas. Hemos comprobado cómo a pesar de lo abrumador que puede resultar al principio, los resultados han sido muy positivos. En 20 horas de taller hemos conseguido crear diseños estáticos a los que les hemos dado vida gracias a programas como Adobe After Effects. Además, como hemos señalado sus usos son múltiples y a partir de esta experiencia podremos crear animaciones para presentar proyectos, resultados de un estudio o cualquier otro tipo de información con resultados muy profesionales.

Ahora tenemos las herramientas necesarias para crear contenidos personalizados, capaces de transmitir y servir como material de apoyo al estudiante.

Palabras clave: Animación - Educación - Audiovisual - Prácticas Docentes

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE O ENSINO TIPO “E-LEARNING”

AUTORA

Maria Rosa Alves Duque

Departamento de Física da Universidade de Évora (Portugal)

mrads@uevora.pt

O avanço tecnológico e a sua introdução no nosso modo de vida fez com que atualmente tenhamos que lidar com situações novas e modos de vida diferentes. A necessidade de atualização de conhecimentos ao longo de toda a nossa vida é, atualmente, algo que ninguém contesta. O horário de trabalho que, há poucos anos, era algo fixo, bem definido, e possível de manter, é atualmente algo que pode sofrer mudanças acentuadas, facto que nos obriga a modificar completamente o nosso estilo de vida. A escola como meio envolvendo a sociedade e trabalhando para ela, teve que se adaptar a estas novas realidades. Hoje temos alunos, com idades e formações completamente distintas, que tentam atualizar os seus conhecimentos mas que não conseguem disponibilizar um horário que lhes permita frequentar uma escola com um “horário tradicional”. Neste termo “horário tradicional” estou a introduzir os chamados cursos noturnos, que funcionam, por norma, ao final do dia e aos fins de semana.

O desenvolvimento da Internet veio trazer a possibilidade de as pessoas terem acesso a um grande volume de informação, contudo, esta informação tem que ser filtrada, correndo-se o perigo de assimilar informação errada e não fidedigna. O chamado ensino tipo “*e-learning*” adotado por algumas escolas, parece ter resolvido estes problemas. O trabalho que me proponho apresentar foca alguns problemas associados ao ensino em regime de “*e-learning*” e a dificuldade em o adaptar a determinadas áreas do conhecimento. Estaremos nós suficientemente preparados, do ponto de vista didático e psicológico, para este tipo de ensino? Como resolver o problema da observação e análise, em contexto real (trabalhos de campo) e em laboratório? Havendo a necessidade de fornecer um diploma, no final do curso, como saber realmente o que o aluno aprendeu?

As vantagens dos cursos em “*bi-learning*” serão apresentadas, bem como alguns dos inconvenientes associados a este tipo de ensino.

Palavras chave: *E-learning* – *Bi-learning* – Tipos de ensino – Internet – Avaliação de conhecimentos

EXPERIENCIAS INTEGRADORAS PARA PROMOVER LA AUTONOMÍA DE LOS APRENDIZAJES MEDIANTE EL USO DE LAS TIC

AUTORAS

María Judith Arias-Rueda y Yolissa Vega Castillo

Universidad del Zulia (Venezuela)

mjudithar@gmail.com y yolissavega@gmail.com

En los tiempos de crisis que vive la sociedad venezolana, la Universidad del Zulia mantiene su esmero por implementar enfoques e idear estrategias curriculares orientadas a la formación de profesionales integrales. Particularmente la Facultad de Ingeniería, cuenta con un equipo de investigadores que promueven experiencias integradoras y la autonomía de los aprendizajes haciendo uso de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Entre las estrategias empleadas está el currículo integral, los programas directores y el aprendizaje por competencias, esto a fin de contribuir con la vinculación y socialización del conocimiento, su aplicación y los valores inherentes al proceso educativo, resaltando aspectos ecológicos. A tal fin, en los últimos años se ha llevado a cabo una serie de experiencias, de las cuales uno de sus resultados se muestra en este documento.

En consecuencia, este trabajo pretende dar a conocer la metodología empleada y la secuencia de actividades propuestas para el abordaje de los contenidos asociados con la física básica desde dos ámbitos: el electromagnetismo y la mecánica newtoniana con el fin de divulgar las experiencias integradoras basadas en el trabajo colaborativo y el servicio social que los estudiantes prestan con sus trabajos fortaleciendo su formación integral a la vez que se promueve la autonomía de los aprendizajes. Este estudio está enmarcado en un paradigma interpretativo y método cualitativo, basado en investigación-acción. Participan en la investigación 120 estudiantes inscritos en las asignaturas Física I y Física II del Ciclo Básico de Ingeniería además se cuenta con el apoyo de otros profesores y profesionales que han intervenido directamente en el proceso.

La investigación se ha venido desarrollando en tres fases:

- 1) Fase Investigativa, en la cual los estudiantes, realizan una documentación teórica que les permite indagar, reflexionar y discutir sobre un tema de física previamente seleccionado y lo relacionan con aspectos asociados al desarrollo sustentable, en esta fase los estudiantes producen un medio de divulgación tecnológico asociado a la temática;
- 2) Fase Productiva, en la cual los estudiantes que participan en el trabajo diseñan un prototipo con la temática seleccionada, cuyos requisitos de elaboración están orientados al uso de material reciclado y a prestar algún servicio a la comunidad y por último la
- 3) Fase divulgativa en la cual, los participantes socializaron sus experiencias.

En los resultados obtenidos se evidencia una sensibilización de los estudiantes hacia el cuidado del ambiente, un entusiasmo por su aprendizaje que evidencia autonomía y el desarrollo de competencias técnicas que les permitieron practicar un trabajo de ingeniero. En este sentido se concluye que las experiencias integradoras desarrolladas en el aula promueven la formación integral y el aprendizaje autónomo.

Palabras clave: Experiencias integradoras - Sustentabilidad - Formación integral - Enseñanza de la Física - Autonomía de aprendizaje

ENTORNOS PERSONALES DE APRENDIZAJE EN LA FORMACIÓN INICIAL DE MAESTROS Y PEDAGOGOS: ANÁLISIS DEL APRENDIZAJE PERCIBIDO Y LA ACTITUD HACIA EL USO DE LAS TIC

AUTORAS

Vanesa Ausín Villaverde y Vanesa Delgado Benito

Universidad de Burgos (España)

vausin@ubu.es y vdelgado@ubu.es

Los Entornos Personales de Aprendizaje (PLE) se consideran estructuras educativas que permiten utilizar las herramientas tecnológicas en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes en Educación Superior. A su vez, responden a las nuevas demandas de la sociedad del conocimiento y posibilitan una nueva forma de entender y organizar el uso de la tecnología educativa. Cada vez son más las voces que defienden la utilización de los PLE para integrar de forma conjunta el aprendizaje formal e informal, además de fomentar el aprendizaje autónomo y la formación permanente de nuestros estudiantes.

En este sentido, dentro de la enseñanza universitaria, se debe posibilitar la construcción de un espacio de aprendizaje personalizado y adaptado a los ritmos y necesidades de los discentes; junto con el aprendizaje y la comunicación entre iguales, así como con otras personas que puedan ser un referente en su formación. Todo ello es posible gracias al diseño de asignaturas que organicen los contenidos bajo el enfoque pedagógico de los Entornos Personales de Aprendizaje.

El objetivo de esta investigación ha sido conocer la percepción que tienen los estudiantes del aprendizaje asimilado en su formación inicial a través de las herramientas que integran su PLE y la actitud de éstos hacia el uso de las mismas. Además, se realizará una comparación de datos entre distintas titulaciones (Educación Primaria, Educación Infantil y Pedagogía) para conocer si existen diferencias significativas.

La muestra participante han sido los estudiantes matriculados en la asignatura “TIC aplicadas a la educación” de los grados de Educación Primaria, Infantil y Pedagogía de la Universidad de Burgos (n = 205). Para conocer la opinión de la muestra estudiada, se han utilizado dos instrumentos. En primer lugar, se elaboró un cuestionario con ítems relativos al proceso de construcción, evaluación y el aprendizaje percibido a través de las herramientas del PLE. Para la elaboración del citado instrumento nos hemos basado en el cuestionario elaborado por Halic, Lee, Paulus y Spence, (2010). El segundo instrumento utilizado, ha sido la “Escala de Actitudes hacia la TIC” (Tejedor, García-Valcárcel y Prada, 2009) que permite conocer la disposición que manifiestan los estudiantes hacia el uso de las TIC en su práctica profesional desde tres esferas distintas, la cognitiva, afectiva y comportamental.

Los principales resultados muestran que los estudiantes han valorado positivamente el aprendizaje en torno a las herramientas de su PLE, las cuales utilizarán en su futuro profesional (82,4%). En cuanto al aprendizaje percibido, un 67,7% de los estudiantes consideran que la información a la que accedieron a través de su PLE les ha ayudado a ver otros puntos de vista sobre temas relacionados con la asignatura.

Palabras clave: Entorno Personal de Aprendizaje - Actitud hacia las TIC - Aprendizaje percibido - Formación inicial

CONDICIONES DE TRABAJO DE LOS PROFESORES DE TELESECUNDARIA EN MÉXICO

AUTORES

Josefina Bailey Moreno y Manuel Flores Fahara
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (México)
josefina.bailey@itesm.mx y manuel.flores@itesm.mx

Se presentan los resultados de una investigación que tuvo como propósito conocer las condiciones en las que desarrollan su práctica docente cuatro profesoras de tres escuelas públicas que funcionan con el modelo de Telesecundaria (TSE), ubicadas en zonas urbanas marginadas y rurales en el sureste de México. La TSE en México es una alternativa educativa mediada por tecnología creada en 1968, que tiene como finalidad brindar a los grupos más vulnerables del país educación secundaria y con ello abatir el rezago educativo en zonas de bajo desarrollo y alta marginación.

La revisión de literatura de autores de esta línea de investigación sugiere que la eficacia de los profesores es significativamente afectada por sus condiciones de trabajo, ya que estas tienen una gran influencia sobre su desempeño y los resultados de aprendizaje de los alumnos (Harvey y Spinney, 2000; Naylor y Schaefer, 2003; Belliveau, Liu y Murphy, 2002). Las acciones de los profesores en sus escuelas y aulas de clase dependen de cómo estos perciben y responden a sus condiciones de trabajo (Leithwood, 2006 y Ezpeleta, 1992). Hargreaves y Lo (2000) señalan que se espera mucho del profesor en la escuela para el cambio educativo y con ello la prosperidad económica, sin embargo el gasto público para el bienestar social y la educación pública son las primeras bajas prescindibles de un Estado reducido o minimizado que las sociedades de información y sus economías parecen requerir.

El estudio se llevó a cabo con un enfoque cualitativo, a partir del cual se buscó conocer desde la perspectiva de las profesoras participantes cómo son sus condiciones de trabajo y cómo describen su práctica docente. Como técnicas de recolección de datos se llevaron a cabo observaciones y entrevistas. Las observaciones fueron de tipo participante con el propósito de captar los ambientes y a sus actores, se realizaron tres observaciones con duración de dos horas y media en cada uno de los cuatro grupos a cargo de cada profesora. Las entrevistas se llevaron a cabo con el apoyo de una guía general que permitiera flexibilidad en el manejo de los cuestionamientos.

Entre los principales resultados se encontró que la práctica docente se desarrolla en condiciones de aislamiento, falta de recursos impresos y tecnológicos, sobrecarga de trabajo, indiferencia de las autoridades y carencias del contexto social y económico. Uno de los hallazgos más importantes fue la categoría en la cual las profesoras expresan los motivos que las estimularon a dedicarse a la docencia como vocación, oportunidades y remuneración, entre otros. Se destaca que las profesoras emprenden acciones educativas a pesar de las limitadas condiciones de trabajo tales como: adaptaciones y modificaciones al currículum de acuerdo a las necesidades que surgen en su práctica diaria, toma de decisiones que otorgan flexibilidad a la enseñanza, así como la cercanía que establecen con sus alumnos y la comunidad expresada en los comentarios de las madres de familia y alumnos.

Palabras clave: Aislamiento - Sobrecarga - Profesor de Telesecundaria - Condiciones de la práctica - Iniciativa docente

DIFERENCIAS EN LA HUELLA DE MEMORIA SOBRE COMPETENCIAS Y DESTREZAS OBSTÉTRICAS ADQUIRIDAS MEDIANTE METODOLOGÍA VIRTUAL VERSUS PRESENCIAL

AUTORES

María Estefanía Bautista Valarezo, Katty Michelle Briceño y Byron Bustamante

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mebautista@utpl.edu.ec, kmbriceno@utpl.edu.ec y bustamante@utpl.edu.ec

Con la innovación tecnológica surgen nuevas metodologías de aprendizaje que van de la mano con la implementación de nuevos escenarios de aprendizaje en los que se incluyen recursos educativos online; estas tienen un impacto tanto en la forma de impartir los conocimientos, como en el desarrollo de competencias en la formación de profesionales de todas las ramas incluida la medicina y en este estudio puntual; es necesario evaluar si las metodologías virtual es o no mejor que la tradicional a través del rendimiento académico de los estudiantes; es por ello que se ha planteado como objetivos: (i) Identificar cuál es la mejor metodología (virtual o tradicional) para la adquisición de competencias obstétricas; (ii) Determinar el impacto que tienen las dos metodologías en la huella de memoria de los talleres Obstétricos medidas en dos momentos (Evaluación inmediata del taller y Evaluación tres meses después).

Métodos: Es un estudio transversal, en el que se diferencian dos grupos sometidos a distintas metodologías de aprendizaje y en dos momentos separados por tres meses el uno del otro que permitirá evaluar la huella memoria. La muestra de estudio está compuesta por 60 estudiantes de quinto año de medicina, que fueron seleccionados aleatoriamente para participar en dos metodologías de enseñanza que se aplicaron previo al desarrollo de diez talleres obstétricos: (1) Monitoreo fetal, (2) fórceps, (3) distocia de hombros, (4) episiotomía, (5) metrorragia del primer trimestre, (6) metrorragia del segundo trimestre, (7) metrorragia intraparto, (8) patologías prevalentes, (9) puerperio y (10) partograma; que forman parte del componente "Obstetricia" de su malla curricular. Previo a cada taller de simulación, el primer grupo utilizaba la estrategia de aprendizaje de conocimientos previos a través de recursos virtuales (Paper, videos) y su aprendizaje era de tipo autónomo; mientras que el segundo grupo recibía una clase magistral por parte del docente. Al finalizar cada taller se medía el desarrollo de las competencias obstétricas a través de Examen de Competencias Objetivo y Estructurado (ECO), y luego de tres meses se reevaluó el aprendizaje a través de esta misma herramienta. Para el análisis estadístico, se aplicaron pruebas de comparación de medias tanto para muestras independientes (Según la metodología), como para muestras relacionadas (Según el tiempo del ECOE)

Resultados: en el primer momento, los puntajes promedio de los ECOE fueron estadísticamente superiores en los estudiantes que utilizaron la metodología virtual en los siguientes talleres: monitoreo fetal, distocia de hombro, patología prevalente, puerperio, metrorragias del primer y segundo trimestre, y solamente fue superior la metodología presencial en el taller de partograma. En la reevaluación que determina la huella de memoria, los talleres en los que hay diferencias significativas solo son cinco de diez, uno se mantiene con puntaje superior para la metodología virtual (Forceps), y todos los tres talleres de metrorragia presentan medias superiores en los alumnos que recibieron las clases tradicionales. En síntesis para la evaluación inmediata de un taller la metodología virtual presenta más beneficios en la mayoría de talleres, pero en la evaluación a largo plazo hay superioridad de la metodología tradicional.

Palabras clave: Metodologías de aprendizaje - Talleres de obstetricia - Virtual y presencial

MEJORA DE COMPETENCIAS BÁSICAS EN ESTUDIANTES ADOLESCENTES MEDIANTE UN SOFTWARE LIBRE EDUCATIVO

AUTORES

Mayte Bejarano Franco, Antonio Mateos Jiménez y Beatriz García Fernández

Universidad Castilla La Mancha (España)

mariateresa.bejarano@uclm.es, antonio.mateos@uclm.es y beatriz.garcia@uclm.es

El empleo educativo de los mapas conceptuales ha sido descrito en la bibliografía desde hace años (Ruiz-Primo & Shavelson, 1996; Novak & Gowin, 1988; Yin et al., 2005; Miller & Carballeda, 2008). Sin embargo, son escasos los trabajos que analizan su aplicación y resultados en poblaciones con bajo rendimiento académico.

Este trabajo presenta una investigación centrada en el uso de mapas conceptuales mediante un software libre (CmapTools) con una población adolescente que precisa apoyo educativo. El objetivo de la investigación es la adquisición de competencias básicas que mejoren sus procesos de aprendizaje. Los alumnos escogidos en la investigación pertenecen a dos Institutos de Educación Secundaria de Ciudad Real (España). Dichos centros imparten formación integrada dentro del Programa de Cualificación Profesional Inicial (PCPI). Los destinatarios son jóvenes que cuentan con una dilatada trayectoria de fracasos escolares y que precisan un tratamiento educativo alternativo que les posibilite acceder al ámbito laboral o bien adquirir las competencias básicas para el título de Graduado en Educación Secundaria Obligatoria o proseguir estudios posteriores.

El empleo de esta herramienta informática, con colectivos enmarcados dentro de la atención a la diversidad, constituye una de las principales innovaciones de la investigación. El trabajo metodológico con CmapTools se llevó a cabo en los ámbitos sociolingüístico y científico-tecnológico del PCPI durante un curso académico. El alumnado representó conocimientos teórico-prácticos a partir de los distintos mapas con diferentes diseños ofrecidos por la herramienta.

El análisis de las producciones del alumnado revela un fortalecimiento de la competencia de Tratamiento de la Información y Competencia Digital entre los participantes. También muestra un mayor compromiso de los estudiantes con su propio aprendizaje. Se identifica un aumento de habilidades respecto a la competencia de Aprender a Aprender, muy poco adquirida entre éstos jóvenes que participaron en la investigación. Finalmente, la aplicación de esta estrategia advierte avances a destacar en cuanto al trabajo colaborativo entre iguales.

Palabras clave: Educación-tecnología - Estrategia educativa - Competencias Básicas - *Software* libre - Aprendizaje Colaborativo

LA PIZARRA DIGITAL EN LA CLASE DE LENGUAJE MUSICAL. NUEVOS USOS PARA EL APRENDIZAJE DE LOS CONTENIDOS DE ARMONÍA Y ANÁLISIS

AUTORES

María del Mar Bernabé Villodre y José Manuel Azorín Delegido

Universidad Católica de Murcia (España)

mdmbernabe@ucam.edu y jmazorin@ucam.edu

Las PDI son una herramienta didáctica cada vez más extendida que permite proyectar contenidos digitales en gran formato facilitando así su visionado, además de que permite la manipulación de manera sencilla y en el acto de lo proyectado en el aula (Sánchez, 2013).

En este sentido de inmediatez, los contenidos de Armonía y Análisis incluidos en la legislación vigente para la asignatura de Lenguaje Musical de las Enseñanzas Profesionales de Música, se ven favorecidos por el uso de la PDI. La explicación de las estructuras características del Análisis musical tales como células o motivos, se ve favorecida si se cuenta con una partitura proyectada sobre la que se puede ir señalando elementos, rehaciendo sin perder la partitura original, etc., posibilidades que ofrece la PDI y que el encerado tradicional, no. También, el hecho de poder incorporar los sonidos concretos a cada acorde con un simple click y sin tener que repetir-cortar pistas de un disco compacto, siempre facilita la explicación del contenido armónico.

En esta comunicación, se parte de una experiencia práctica en un centro de la Comunidad Valenciana, para presentar toda una estructuración didáctica de estos dos contenidos (Armonía y Análisis) para la clase de Lenguaje Musical de primer y segundo curso de Enseñanzas Elementales de Música. Además de que se comentan las facilidades que tuvo para la interacción del alumnado en el proceso de enseñanza/aprendizaje en una asignatura asociada tradicionalmente a una actitud más pasiva por su parte.

Los centros de Enseñanzas de Régimen Especial son los que más retrasos presentan respecto a la incorporación de las nuevas tecnologías, aunque la experiencia que se narra en esta comunicación es una excepción a dicha situación. No obstante, no bastaría con incorporar una PDI en el aula, sino que sería imprescindible agregar otras facilidades tecnológicas como ordenadores para el alumnado, acceso a internet y materiales y recursos para trabajar con estas herramientas, lo que llevaría a completar lo que se conoce como aula 2.0 (Domingo y Marqués, 2011), que debería ser una realidad también para los conservatorios musicales.

Palabras clave: Enseñanzas Profesionales de Música - PDI - Lenguaje Musical - Armonía - Análisis

LA PERCEPCIÓN AUDITIVA Y VISUAL. UN ENFOQUE INNOVADOR EN LA DIDÁCTICA DEL PAISAJE BASADO EN TIC

AUTORAS

Ana M^a Botella Nicolás y Amparo Hurtado Soler
Universidad Valencia (España)
ana.maria.botella@uv.es y amparo.hurtado@uv.es

La presente experiencia se enmarca dentro del trabajo conjunto de dos proyectos de innovación educativa de la Universitat de València: L'HORT 2.0 (UV-SFPIE_DOCE14-223306) y IEDUCARTS (UV-SFPIE_DOCE14-222755).

El primero, utiliza el huerto escolar para aproximar al alumnado a su entorno natural a través del diseño de experiencias dirigidas a la comprensión de las relaciones y dependencias que tenemos con él fomentando actitudes de compromiso socioambiental. En el ámbito universitario facilita el aprendizaje cooperativo y la adquisición de habilidades sociales de integración, igualdad y solidaridad siendo un excelente recurso didáctico para las áreas de las Ciencias Experimentales y Sociales (física, química, biología, matemáticas, geografía, medioambiente, tecnología agraria) y las áreas de Lingüística y Expresión Plástica y Musical. El segundo, trabaja las artes visuales y la música a través de la percepción. Se trata de hacer entender las artes como una única realidad y crear un espacio de reflexión y debate sobre las distintas posibilidades de trabajo que ofrece la educación artística en consonancia con otros lenguajes.

El objetivo principal consiste en trabajar el medio natural y los sentidos desde el punto de vista auditivo y visual, así como el entorno acústico y el paisaje sonoro. Los alumnos han elaborado material educativo interrelacionando las áreas de Didáctica de las ciencias experimentales y Didáctica de la expresión plástica musical.

La metodología se ha basado fundamentalmente en el trabajo cooperativo-colaborativo, activo y participativo ya que los estudiantes han tenido que preparar y estructurar en un entorno web, sus actividades, abarcando las áreas temáticas mencionadas anteriormente. También se lleva a cabo una evaluación y exposición en clase de los todos los trabajos realizados a través del formato Pechakucha 20 x 20, en el cual se expone un trabajo de manera sencilla e informal mediante 20 diapositivas mostradas durante 20 segundos cada una.

Los resultados consisten básicamente en: construcción de una página web sobre el paisaje sonoro en las diferentes artes (música y artes visuales) con actividades interactivas para poder realizar con el alumnado o autónomamente; la producción de diferentes vídeos y/o textos con las propuestas del el alumnado tanto en los talleres multidisciplinares como en las asignaturas que colaboran y la presentación de los resultados del trabajo en unas jornadas de innovación.

Esta propuesta educativa fomenta el aprendizaje cooperativo de los estudiantes y su implicación en la elaboración de proyectos y materiales docentes desarrollados en el aula que están alojados en un entorno web para su difusión. Por otra parte, el aprendizaje colaborativo ayudará a practicar estrategias diferenciadas de la clase magistral puramente expositiva. Así, la asignatura no sólo se convierte en el lugar de trasvase de conocimiento sino también en el lugar ideal donde intercambiar experiencias relacionadas con la docencia y en un foro de debate centrado en la educación.

Palabras clave: Huerto escolar - Educación Artística - Innovación Educativa - TIC - Enseñanza

ESTRATEGIA DE FORMACIÓN DE DOCENTES PARA LA INNOVACIÓN EDUCATIVA EN EL USO DE LAS TIC PARA MEJORAR EL APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COLOMBIA

AUTORES

John Jairo Briceño Martínez y Martha Patricia Castellanos Saavedra
Computadores para Educar del Ministerio de TIC (Colombia)
jhonjairobriceno@gmail.com y mcastellanos75@yahoo.co.uk

Se presenta la estrategia de formación de docentes de Computadores para Educar con la que se formarán el 100% de los maestros colombianos de básica y media del 2015 al 2018. Esta formación se construyó con el Ministerio de Educación Nacional y se alimenta de las recomendaciones que el centro Nacional de Consultoría estableció en el 2015, cuando realizó la evaluación de impacto de la estrategia de formación de docentes de los autores Briceño, Gonzalez, Mosquera y Castellanos (2012) con la que se formaron alrededor de 130.000 docentes (40% de los maestros del país) durante el 2012 al 2014. Las conclusiones del estudio mencionado, indican por un lado, que es necesario comenzar a evaluar el cambio de las prácticas de enseñanza con base en la mejora de los resultados de aprendizaje de los estudiantes, y por otro, que para que estos progresos puedan verse en los alumnos, es indispensable que los docentes realicen proyectos educativos con uso de TIC en el aula, y que estos, a su vez, se basen en la resolución de problemas reales y cercanos al estudiante.

Palabras clave: Desarrollo Profesional Docente - Competencias Docentes en TIC - Proyectos Educativos en TIC - Aprendizaje con uso de TIC

EDUCAÇÃO HÍBRIDA: REFLEXÕES PARA A INOVAÇÃO

AUTORES

Marcos Jolbert C. Azambuja, José Aquiles B. Grimoni y Lucilene Cury
Universidade de São Paulo (Brasil)
mjca@usp.br, aquiles@pea.usp.br y lucilene@usp.br

A Educação Híbrida é uma tendência inovadora e promissora para a Educação, pelo ensino-aprendizagem, pela sua flexibilidade, pelo seu acesso e ainda mais pela otimização de recursos. Ela tem o potencial de melhorar e transformar a Educação, tendo como um de seus objetivos a aproximação do conhecimento no “status extramuros” para dentro da universidade, ela ajuda a fornecer letramentos digitais para o graduando e para o trabalhador global do conhecimento. Se por um lado a educação convencional sempre fez uso de atividades não presenciais como parte de seu programa, por outro lado é cada vez mais comum a experiência de encontros presenciais virtuais em cursos que se denominam a distância. Além disso, com a ajuda das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC), as tecnologias interativas em atividades virtuais estão conseguindo aumentar as sensações de proximidade interativa e espacial entre professor/aluno, aluno/aluno e aluno/conteúdo.

Em vista disso, a partir dos estudos do tráfego global de dados, o presente artigo tem por objetivo apresentar reflexões e perspectiva para o uso da Educação Híbrida na Educação. As reflexões obtidas por meio dessa pesquisa podem auxiliar no desenvolvimento de propostas para a Educação Híbrida no ensino. A metodologia abrange: revisão de literatura, análise do tráfego global de dados da Cisco, diretrizes para o uso da Educação Híbrida; e ao final será apresentado, resultados e conclusões que possam revelar uma série de atividades de Educação Híbrida para a Educação.

Palavras chaves: Educação híbrida - Inovação - Tráfego de Dados Globais

INTEGRANDO LAS TIC: EL TRABAJO EN EQUIPO COMO HERRAMIENTA PARA EL TFG

AUTORA

Desirée Camús Jorques
Universidad de Valencia (España)
desiree.camus@uv.es

Introducción. La realización del trabajo final de grado (TFG) en equipo, supone un reto innovador en la carrera universitaria de enfermería. Podemos decir que el trabajo en equipo (TE) implica una interdependencia activa, compartiendo y asumiendo una misión de trabajo todos los integrantes del grupo, “capaces de dar respuesta a diversas necesidades, tales como las de integración y especialización, estructuras flexibles y organización del saber” (IPEE-UNESCO, 2004:12). Las tutorías grupales suponen ofrecer acompañamiento y seguridad durante todo el proceso, optimizando el tiempo del tutor, generando colaboración y responsabilidad. Además, el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) ayudan al grupo de trabajo a elaborar el TFG favoreciendo el aprendizaje y la conexión (Boude y Ruiz, 2009).

Objetivo. Aplicar el TE como modelo de interacción, colaboración y solidaridad entre los miembros, realizando el TFG a través de tutorías grupales y el uso de TIC, favoreciendo el aprendizaje.

Métodos. Participación de 8 estudiantes de Enfermería de la Universidad de Valencia de cuarto curso. Se recurrió a las entrevistas semiestructuradas.

Resultados. Tutorías grupales septiembre 2013/14 - junio 2014/15. La duración es de 3h y cada 15 días. 5 sesiones grupales y 2 individuales. Uso de TIC: aula virtual, correo electrónico, *dropbox* y *washapp*. Pre-sesión. Envío de referencias bibliográficas sobre investigación y emergencias extrahospitalarias. Tareas: elección del tema, título, breve revisión bibliográfica y propósito del estudio. Sesión 1. Elección tema de investigación entre dos alternativas. Explicación estructura de un TFG. Sesión 2. Exposición grupal: título, tipo de estudio, objetivos, variables, muestra, herramienta de recogida de datos y palabras clave. Explicación búsquedas bibliográficas y presentación de TFG años anteriores. Sesión 3. Presentación Índice, marco teórico, muestra, hipótesis o preguntas de investigación. Explicación uso de normas Vancouver o APA y realización TFG según guía docente. Sesión 4. Presentación encuestas/entrevistas como herramienta de recogida de datos y validación informal grupal. Explicación de metodología cuantitativa y cualitativa. Uso de programas de análisis: SPSS/ATLAS.ti. Redacción de resultados, discusión y conclusiones. Sesión 5. Guía de presentación oral. Exposición grupal *power-point* de cada TFG.

Discusión. Entre las principales potencialidades que ofrece el TE es que produce una potente red de relaciones e interacciones que termina consolidando un liderazgo colectivo con responsabilidad y compromiso. El TE supone una herramienta que persigue facilitar la elaboración del TFG individual, a través de las tutorías grupales. Además supone una buen instrumento de gestión de conflictos a los largo de la elaboración del TFG, ayudando a los alumnos a construir su investigación de una manera sencilla y viable. Asimismo, el tutor actúa de líder y asesor, optimizando su tiempo y obteniendo unos resultados exitosos. Para concluir, podemos decir que el TE y el uso de TIC favorece la elaboración de los TFG, promoviendo el aprendizaje, la interacción y solidaridad entre los alumnos.

Palabras clave: TIC - Estudiantes de Enfermería - TFG - Trabajo en equipo

EL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL AULA PARA LA DETECCIÓN Y PREVENCIÓN DE ERRORES FRECUENTES

AUTORES

Diana Cembreros Castaño

Universidad Camilo José Cela (España)

dcembreros@ucjc.edu

Durante los últimos años, los sistemas de respuesta inmediata a través de *smartphones* están ganando popularidad en las aulas universitarias, ya que promueven la interacción en clase al permitir a cada alumno contestar a preguntas través de su dispositivo móvil y obtener *feedback* individual e inmediato. Las investigaciones previas señalan los beneficios de estos sistemas en cuanto a participación y motivación en el aula; sin embargo, aún no se ha abordado suficientemente la forma en la que los informes de estas preguntas en el aula pueden ayudar al docente a mejorar la planificación de contenidos.

El objetivo prioritario de este estudio es investigar el potencial de los informes de clase proporcionados por Socrative en la planificación de las revisiones de contenido del profesorado de inglés. Se estudia la detección de errores frecuentes, la utilidad de los resultados en tiempo real para revisar puntos conflictivos en clase, así como el análisis de informes de respuestas para la preparación de sesiones de repaso.

Este estudio contó con una muestra de 65 alumnos de la asignatura English I del Grado de Maestro en Educación Infantil de la Universidad Autónoma de Madrid. La experiencia se desarrolló a lo largo de un curso académico en clases presenciales. Se informó a los alumnos de que se utilizaría un sistema de respuestas a través de dispositivos móviles y que la puntuación en los tests no influiría en su calificación. En cuanto a los materiales, se elaboraron 300 preguntas de gramática y vocabulario, agrupadas en 12 tests de 25 preguntas de respuesta múltiple. La plataforma utilizada para los tests fue Socrative y los alumnos respondieron desde sus propios dispositivos o a través de ordenadores portátiles en préstamo bibliotecario. Se analizaron las respuestas de 12 tests iniciales, 12 tests de repaso y 3 tests finales.

Se alternaron sesiones de contenido nuevo y sesiones de repaso. En las primeras se apoyaban las explicaciones con series de preguntas a través de Socrative que proporcionaban *feedback* inmediato a los alumnos. Al final de cada clase se explicaban las preguntas más problemáticas, según los resultados obtenidos en tiempo real. Las sesiones alternas de repaso comenzaban con una breve revisión teórica de puntos problemáticos y un test con las preguntas que tuvieron más de un 50% de fallos en la sesión anterior. Finalmente, se pasó un test con pequeñas variaciones de las preguntas con los errores más frecuentes de los test de repaso de todo el curso.

Los resultados de esta experiencia fueron muy positivos. El análisis de errores permitió adaptar de manera eficaz las revisiones de contenido a las necesidades reales del grupo.

Las sesiones de repaso influyeron de manera positiva en los resultados de los test posteriores. Asimismo, el estudio permitió elaborar un corpus de errores frecuentes que puede ser de gran ayuda a la hora de planificar la enseñanza en otros cursos.

Palabras clave: *Smartphones* - Herramienta - Universidades

ESCALA PARA MEDIR EL DESEMPEÑO EN GRUPOS DE TRABAJO VIRTUAL

AUTORES

Gilberto Manuel Córdova Cárdenas, Ramón René Palacio Cinco y Joaquín Cortez González
Instituto Tecnológico de Sonora (México)

gilberto.cordoba@itson.edu.mx, ramon.palacio@itson.edu.mx y joaquin.cortez@itson.edu.mx

La educación a distancia se da en un ambiente en donde existe separación geográfica entre el tutor y el alumno, vinculándose a través del uso de las nuevas tecnologías de la información. Uno de los elementos clave de la educación a distancia son sus plataformas tecnológicas y/o tecnologías que permiten la compartición de recursos, y proporcionan casi todos los posibles servicios a disposición de los estudiantes y tutores.

El presente trabajo de investigación tiene como propósito evaluar el desempeño de los miembros de los equipos de trabajo virtual en cuanto a la realización de tareas y por el uso de herramientas para identificar factores que impiden el buen desempeño de esta modalidad de trabajo en grupo. Para este estudio participaron 94 estudiantes de diferentes instituciones educativas que cursaban asignaturas en modalidad virtual.

Para esto se diseñó un instrumento para medir el nivel de desempeño de los miembros del equipo de trabajo para realizar las diferentes actividades que los cursos demandan. Dicho instrumento fue sustentando en las características de los grupos virtuales. Este instrumento contiene dos dimensiones relativas a nivel de desempeño por uso de la herramienta y nivel de desempeño por realización de tareas.

Los resultados obtenidos fueron, en relación a un nivel alto de desempeño por uso de la herramienta, las plataformas UVA, DRIVE y MOODLE, los participantes (69%) presentan un nivel de desempeño alto a diferencia de la plataforma SAETI, donde sus participantes (31%) mostraron su desempeño bajo en su uso. Asimismo se encontró que la herramienta donde los participantes mostraron mayor habilidad en su uso fue DRIVE. También se encontró una relación directamente proporcional entre el nivel de desempeño por la realización de tareas en equipo de trabajo con el nivel de desempeño por el uso de la plataforma. Por lo que se concluye que la escala de medición de desempeño en grupos de trabajo virtuales propuesto permitió identificar las características de desempeño de los miembros de los grupos de trabajo virtuales y su familiaridad con las herramientas que utiliza para llevar las asignaturas.

Asimismo, los resultados de este estudio motiva a la reflexión y selección de plataformas y/o tecnología que promueva que los grupos virtuales se desempeñen de mejor forma, de tal manera que permita a los tutores identificar las características de los participantes en cuanto al manejo de la plataforma y su uso con lo cual podría emprender estrategias didácticas que promuevan la participación activa de sus estudiantes. En ese mismo sentido, estos resultados que se pueden obtener con el instrumento pueden ayudar a que los estudiantes conozcan las características de sus compañeros y de alguna manera inferir las acciones que apoyen a que los compromisos en equipo se logren en tiempo y forma.

Palabras Clave: Equipos de Trabajo Virtual - Educación a Distancia - Medición del Desempeño

ESTUDIO COMPARATIVO A TRAVÉS DE ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LOS CÓDIGOS DE CONDUCTA DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN DE BRASIL

AUTOR

Fernando de Almeida Santos

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo y Centro Universitário das Faculdades
Metropolitanas Unidas (Brasil)
fernando@fernandoasantos.com.br

Como declarado en el "Código de Mejores Prácticas del Gobierno Corporativo" del IBGC (Instituto Brasileño de Gobierno Corporativo), las instituciones deben desarrollar e implementar sus códigos de conducta. Se observa, sin embargo, que no existe una definición de cuáles deben ser sus componentes.

El objetivo de este trabajo es identificar la esencia de los códigos de conducta, difundidos y utilizados por instituciones brasileñas de enseñanza superior. Inicialmente se realizó una búsqueda bibliográfica. Después se presenta un estudio comparativo de 15 códigos de conducta de las instituciones de educación de Brasil.

Para esta investigación se realizó un análisis del discurso, siguiendo la línea francesa, que tiene como precursor a Michel Pêcheux. Este tipo de análisis permite entender la relación existente entre el discurso, el lenguaje, el "sujeto y la historia" o también entre "lenguaje e ideología." A través de este análisis se pudieron identificar similitudes y diferencias. Se estudiaron instituciones privadas, religiosas y públicas, con diferentes tamaños y perfiles.

Dirigido a través de este análisis, se pueden ver cuáles son los agentes directamente involucrados y se pudo identificar el impacto que este tiene para los profesores y, en consecuencia, para la práctica de la enseñanza.

Palabras clave: Ética - Código de conducta - Código de Ética - Educación Superior

LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DEL PERIODISMO DIGITAL Y MULTIMEDIA: ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS A TRAVÉS DE LOS CASOS ID126 (BRASIL) Y REDACCIBER (ESPAÑA)

AUTORAS

Juliana Fernandes Teixeira y Ainara Larrondo

Universidade Federal da Bahia (Brasil) y Universidad del País Vasco (España)

teixeira.juliana.rj@gmail.com y ainara.larrondo@ehu.es

Una de las principales estrategias contemporáneas para capacitar a periodistas para la era digital es considerar la Web como un ámbito que impacta la profesión informativa en sus múltiples facetas. Este es el caso de los productos universitarios de Periodismo Digital, que adoptan una estructura dedicada a la reflexión y producción orientada de los estudiantes. Por consiguiente, estos productos son relevantes como espacios que, a partir de ensayos, pueden contribuir a la renovación de estructuras de enseñanza y aprendizaje del Periodismo Digital.

Es a partir de estos supuestos que el objetivo del artículo es identificar las estrategias de enseñanza empleadas para el desarrollo de los productos ID126 (<http://imprensaodigital126.com.br/>) y RedaCCiber (<http://redaccionciberperiodistica.blogspot.com.es/>), cuya producción está coordinada y supervisada por los autores en sus respectivos países. Buscaremos, por lo tanto, demostrar cómo los productos periodísticos universitarios pueden constituirse en un territorio experimental diferenciado para la apropiación de las tecnologías digitales, especialmente en relación con la explotación del multimedia, a partir del estudio de estos dos casos.

Comenzamos el artículo discutiendo las demandas emergentes de la enseñanza de multimedia a los nuevos profesionales. Después de todo, es cada vez más esencial transmitir a los estudiantes de Periodismo, al mismo tiempo, conocimientos actualizados acerca de las técnicas digitales y de las condiciones para el ejercicio de la profesión. A continuación enumeramos algunas de las iniciativas y estrategias que se han utilizado en este sentido en los productos universitarios:

- 1) Intercambio de competencias y funciones realizadas por los estudiantes – el ciberperiodista, además de su papel tradicional de mediador de hechos sociales, adquiere otras responsabilidades, lo que requiere habilidades de diferentes áreas, así como el intercambio en el equipo;
- 2) Integración teoría-práctica – uno de los retos de la enseñanza Periodismo hoy es dotar a los nuevos profesionales de conocimientos teóricos y prácticos acerca de la Web, pues el mercado laboral demanda que los periodistas sean capaces de entender el entorno digital en su conjunto;
- 3) Búsqueda de experimentación e innovación – la sociedad actual requiere la innovación en las formas de apropiación de las tecnologías con el fin de garantizar un uso experimental de las nuevas plataformas; lo que apunta a la necesidad de que iniciativas de enseñanza del periodismo en Internet busquen ser activadoras de los procesos de cambios estructurales en el ciberperiodismo.

Los resultados alcanzados ya ofrecen perspectivas diferenciadas para enseñanza-aprendizaje y para la producción de Periodismo Digital en entornos universitarios. Este contexto apunta al hecho de que estas experiencias académicas ya empiezan no sólo a explorar e incorporar las posibilidades multimedia de contenidos, sino que también han contribuido a la formación de profesionales más preparados y creativos para lidiar con el ciberespacio.

Palabras clave: Periodismo digital - Enseñanza - Productos periodísticos universitarios - Multimedia - Nuevos perfiles profesionales

GESTIÓN DEL SISTEMA TECNOLÓGICO DE CONTENIDO EN LA MODALIDAD DE EDUCACIÓN A DISTANCIA

AUTORES

Leonardo David Fernández Barrera y Adenis Enrique Soto Soto

Universidad del Zulia (Venezuela)

fernandezbleo@gmail.com y adenriquesoto@gmail.com

El propósito de la presente investigación es analizar la gestión del sistema tecnológico de contenidos en la modalidad de educación a distancia de la Facultad Experimental de Ciencias de la Universidad del Zulia. Las bases teóricas se fundamentan en Nonaka y Takeuchi (1999) para la gestión de conocimiento, Medellín (2006) y COTEC (1999) para la gestión tecnológica y Lara y Duart (2005) para la gestión de contenido.

El tipo de investigación se considera descriptiva, diseño no experimental, de campo. La muestra está conformada por el total de (20) profesores que dictan clases en la modalidad de educación a distancia en la División de Estudios Universitarios Supervisados (DEUS). Como técnicas de recolección de datos se utilizaron el análisis documental por medio de matriz documental, observación directa para la cual se emplea como instrumento la matriz de observación y la encuesta a través del cuestionario.

Los resultados muestran que aun cuando el manejo de las plataformas tecnológicas es de uso mayoritario entre los docentes, es una competencia nueva en la organización estudiada como herramienta de aprendizaje y por tanto, requiere de mayor instrucción su administración hacia la mejora de los procesos de aprendizaje a distancia. Los recursos de aprendizaje transmisivos y de comunicación, tales como: páginas de texto, libros, archivos, correo electrónico, chats y mensajes se utilizan mayoritariamente entre los docentes frente a aquellos que promueven el aprendizaje interactivo y colaborativo, tales como: cuestionarios, glosarios, foros, wikis, talleres, entre otros. Lo que puede considerarse como una clara tendencia a reproducir en los ambientes web las clases instruccionales y magistrales.

Es necesario sincerar la toma de decisiones institucionales en favor de la gestión de sistemas tecnológicos de contenidos en la educación a distancia de la Facultad Experimental de Ciencias y la Universidad del Zulia, pues los resultados demuestran dispersión en la gestión administrativa y una reproducción de las condiciones de aprendizaje de la modalidad presencial. La práctica universitaria de desarrollo de contenidos educativos web es de reciente data como competencia educativa globalizada. Por lo tanto, las estructuras organizacionales universitarias deben transformarse para dar cabida eficiente a estos nuevos procesos de gestión educativa.

Palabras clave: Gestión de conocimiento - Gestión tecnológica - Sistema de gestión de contenidos

APRENDIZAJE CON TAREAS PARA ENSEÑAR A LA GENERACIÓN GOOGLE A REALIZAR BUSQUEDAS DIGITALES EN INGENIERÍA

AUTOR

Alfonso Gago Calderón
 Universidad de Málaga (España)
agago@uma.es

La generación actual de estudiantes universitarios ha nacido en una sociedad muy digitalizada y se encuentran muy acostumbrados a resolver múltiples aspectos de sus vidas utilizando internet. Sin embargo, este uso común de las TIC se limita en la mayoría de casos a un uso lúdica y los profesores universitarios encontramos que nuestros alumnos no son capaces de usarlas de manera adecuada para resolver las nuevas tareas y actividades que les proponemos dentro del marco de aprendizaje del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

Para solucionar este problema se ha diseñado una actividad de trabajo en grupos que se aplica en el segundo curso del Grado en Tecnologías Industriales de la Universidad de Málaga en la asignatura de Ingeniería de Fabricación. En esta se propone a grupos reducidos de alumnos varios términos que se tratan a lo largo la asignatura y se les pide que ofrezcan su propia definición de cada concepto. Para ello deberán usar de manera justificada múltiples referencias y fuentes accesibles a través de la *world wide web* (WWW). Como mínimo les pedimos que intenten utilizar:

1. Wikipedia, Webs de la R.A.E. y del Diccionario Esencial
2. Normativas (accediendo a la webs de AENOR o ISO, ...)
3. Documentación técnica de asociaciones, organismos o entidades profesionales
4. Libros (con herramienta de búsqueda como Google Books, ...)
5. Patentes (Bases de datos: Latipat, oepmpat, google patents...)
6. Artículos científicos (Web of Science, Google Academico, Microsoft Academic Search...)

Se espera que comprendan que la mayoría de aspectos que se deben tener en cuenta al hacer una búsqueda optimizada en su campo de estudio:

- Discriminar entre las múltiples referencias que podemos encontrar en internet y que no siempre son las más adecuadas para el este contexto de trabajo
- Seleccionar las mejores fuentes de información (contrastadas)
- Conocer la existencia de más buscadores que la de los más extendidos y como ofrecen sistemas de búsqueda más específicos
- Entender que no toda la información que existe en internet no es de libre acceso pero a la que, en algunos casos, pueden llegar usando diversas herramientas que ponen a sus disposición las universidades como la descarga de artículos científicos a través de las webs de las bibliotecas de las mismas o el acceso a bases de datos a través de las licencias de la universidad (Normativas UNE, Editoriales, ...)

Se extraen muchas conclusiones de la aplicación de esta metodología simultáneamente al resto de actividades (más o menos) convencionales de la asignatura. Pero la más importante a destacar es ver como los alumnos toman conciencia de que su conocimiento de internet son bastante más limitados de las que se atribuyen y como tras superar esta actividad se encuentran mucho más preparados para enfrentarse a nuevos trabajos de sus estudios superiores.

Palabras clave: Buscadores Internet - Referencias - Bases Datos - Aprendizaje Basado en Tareas

LA IDEA CLÁSICA DEL MENSAJE EN LA BOTELLA EN EL CONTEXTO DE LA DIGITALIZACIÓN. NUEVOS MODELOS PEDAGÓGICOS, PRODUCTIVOS Y CREATIVOS EN EL ÁMBITO AUDIOVISUAL

AUTORES

Oswaldo García Crespo y Diana Ramahí García

Universidad de Vigo (España)

oswaldogarciacrespo@gmail.com y dianaramahi@gmail.com

Como consecuencia del proceso de digitalización, el ámbito de la creación de contenidos audiovisuales se encuentra, tanto en su vertiente artística como industrial, inmerso en un proceso de adaptación a modelos más flexibles y con un alto componente tecnológico. Un nuevo paradigma en el que el software y la web mediatizan la creación de objetos culturales transcodiando el mensaje audiovisual, mediatizando la morfología del discurso y abriendo posibilidades al receptor a través de la red, copartícipe en muchas ocasiones de la propia narrativa audiovisual.

La celeridad de estas transformaciones hace que el entorno académico corra el peligro de estudiar las consecuencias de esta revolución tecnológica una vez las causas que las originaban ya hayan sido superadas; que las tradicionales propuestas didácticas no sean capaces de responder a un entorno creativo e industrial sometido a un constante proceso de reestructuración en el que el potencial de las herramientas digitales y las posibilidades de la web superan las expectativas de forma sistemática.

En este contexto parece pertinente, entonces, la creación de prácticas académicas exploratorias y experimentales para la creación de contenidos audiovisuales, que permitan el surgimiento de espacios para la reflexión y la implementación de modelos creativos e interactivos controlados académicamente; que faciliten la adaptación de las habilidades de los alumnos a flujos de trabajo basados en software online; y que favorezcan la transferencia de conocimientos con el sector; en definitiva, estrategias académicas que permitan el estudio de las sinergias que se producen entre las competencias tradicionales asociadas a las titulaciones de Comunicación Audiovisual y la introducción de tecnologías disruptivas que suponen un aumento del potencial comunicativo en términos de flexibilidad, accesibilidad y expresividad formal.

Es éste el marco en el que surge Mensaje en una botella-Mensagem na Garrafa, un proyecto académico de creación colectiva transnacional y multidisciplinar, desarrollado conjuntamente por profesores y alumnos de la Escola de Cinema de la Universidad Federal de Santa Catarina (Brasil) y de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad de Vigo (España) basado en la idea clásica del mensaje en la botella; intercambio de mensajes que en el actual entorno computarizado se convierte en un diálogo visual e interactivo a través de Hangouts, una aplicación desarrollada por la multinacional tecnológica Google para la realización de videoconferencias, entre alumnos de dos universidades separadas por el Océano Atlántico.

Palabras clave: Interactivo - *Software* - Experimental - Internacional - Aprendizaje

EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LA DOCENCIA VIRTUAL

AUTORES

Pedro Antonio García Ramiro y M^a Salud González Melero
Universidad de Jaén y Servicio Andaluz de Salud (España)
pgramiro@ujaen.es y mariasalud@me.com

Las innovaciones tecnológicas han supuesto para el aprendizaje el aumento de entornos virtuales y nuevas formas de transferencia del conocimiento. Durante los últimos años, las comunidades universitarias han dedicado grandes esfuerzos para integrar nuevas tecnologías a fin de mejorar sus procesos de aprendizaje. La gran mayoría de universidades europeas han comenzado procesos de implantación de nuevos métodos de enseñanza y aprendizaje apoyados en este tipo de tecnologías, tanto en proyectos educativos virtuales como en proyectos semipresenciales. La aplicación de la virtualidad de la docencia puede darse en diferentes proporciones en las que se combina con la educación presencial. La proporción en la que las universidades emplean la docencia virtual varía desde el soporte a la educación presencial hasta convirtiéndose en un sistema completamente virtual.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación se han convertido en la actualidad en los instrumentos para la difusión de la información y el proceso de comunicación vinculados al proceso de enseñanza-aprendizaje. Las plataformas de docencia son ambientes de aprendizaje, donde convergen docentes y estudiantes, a los que debe exigirse el cumplimiento de criterios de excelencia en función de cada una de las propiedades que lo componen.

Existe un interés creciente sobre la necesidad de establecer criterios comunes de la calidad de la educación virtual ya que el aumento de entornos virtuales y su variabilidad ha llevado, en muchos casos, a replicar los sistemas tradicionales de evaluación de la calidad de la educación superior presencial a la docencia virtual. Desde la premisa de que la docencia virtual posee características propias, la evaluación de la calidad no puede reducirse a los mismos criterios que la educación presencial sino que requiere de nuevos criterios y metodologías de evaluación. La evaluación de la calidad virtual se encuentra en continua evolución debido a la rápida adaptación del uso de las tecnologías en las instituciones educativas.

El objetivo del presente trabajo es analizar las dimensiones y criterios principales de evaluación de la calidad de la docencia online contribuyendo de este modo, desde un punto de vista metodológico, a la elaboración y validación un modelo de evaluación de la calidad de entornos virtuales de aprendizaje que permita establecer modelos comparables en el EEES mediante la elaboración de guías y protocolos de evaluación como elementos necesarios para la acreditación de la docencia virtual.

Palabras clave: Evaluación de la calidad - Contenidos Virtuales - Docencia *Online*

EL CONTEXTO COMUNICACIONAL DE LOS MOOC

AUTORA

M.ª Isabel Garrido Gómez
Universidad de Alcalá (España)
misabel.garrido@uah.es

En general, las TIC en las enseñanzas del Derecho ayudan a que la docencia abarque la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes básicas de una forma nueva no conocida anteriormente. Pero, para llevar a cabo esta nueva modalidad de enseñanza-aprendizaje, los profesores nos debemos valer de nuevos instrumentos comunicativos que sean más acordes con las nuevas exigencias del Espacio Europeo de Educación Superior.

En este sentido, entre los nuevos modelos que han surgido en los últimos años ocupan un destacado lugar los MOOC, los cuales aportan una auténtica revolución en el sector comunicacional. Sus fortalezas son muchas y, entre ellas, cabe destacar la autonomía de los participantes, la ilimitabilidad espacial, la democratización educativa o la formación de redes sociales.

Desde la perspectiva indicada, la información es universal y está abierta a toda persona interesada, ya pertenezca al ámbito académico o no, lo que potencia la igualdad real en el plano educativo. Lo único que se necesita es tener interés por aprender nuevas realidades, a lo que hay que añadir la participación y colaboración activas del usuario tratando de construir conocimientos mediante las conexiones entre el contenido y las personas registradas en el curso, y mediante conversaciones entre iguales alrededor de un cronograma.

Es consecuencia, se trata de establecer una comunicabilidad a distancia accesible por internet al que se puede apuntar cualquier persona, y prácticamente no tiene límite de participantes. Además de los materiales de un curso como estamos acostumbrados a conocer, los MOOC proporcionan foros que permiten conformar una comunidad de interacción entre estudiantes y profesores.

Se trata de un trabajo autodirigido e informal desarrollado en red, el cual puede seguirse una vez terminada la duración del curso contribuyendo a la democratización de la educación. Suele tratarse de una implementación dinámica y motivadora que despierte el espíritu crítico, estimando al director del curso como un cuidador de contenidos y orientador del proceso de aprendizaje.

Palabras clave: Docencia - MOOC - Comunicación virtual

CREACIÓN Y DIFUSIÓN DE RECURSOS EDUCATIVOS ABIERTOS: PRINCIPIOS BÁSICOS PARA PRINCIPIANTES

AUTORES

Gregorio González Alcaide y Francisco Javier Hernández San Miguel
Universidad de Valencia y Universidad Politécnica de Valencia (España)
gregorio.gonzalez@uv.es y fco.hernandez@uv.es

Cada vez es más habitual en el entorno docente el uso de recursos educativos accesibles a través de Internet y la educación a distancia (*e-learning*) está cobrando una importancia cada vez mayor debido a su flexibilidad que rompe las limitaciones espacio-temporales. En este contexto, resulta fundamental que los docentes conozcan cuáles son las principales iniciativas existentes que tratan de impulsar el *e-learning* así como las herramientas para el desarrollo de contenidos, particularmente aquellas basadas en el movimiento de código abierto que defiende el acceso libre y gratuito al conocimiento.

Tras definir los principales conceptos relacionados con los *Open Educational Resources (OER)*, se ofrecen una serie de nociones esenciales de cara a la selección de los programas más adecuados para la gestión de la enseñanza a distancia y el diseño de objetos de aprendizaje digitales; cómo preservar los derechos de autor y la integridad de los contenidos desarrollados; así como un directorio de algunas de las principales iniciativas (consorcios, bibliotecas digitales y repositorios) a través de las cuales es posible localizar y difundir este tipo de recursos.

Palabras clave: Recurso Educativo Abierto - Sistemas de gestión del aprendizaje y sistemas de gestión de contenidos - *Open Courseware (OCW)* - Licencias *Creative Commons* - Repositorios

EL *B-LEARNING* COMO MODALIDAD EDUCATIVA PARA CONSTRUIR CONOCIMIENTO

AUTORA

María Elena González Barradas
Universidad Simón Bolívar Caracas (Venezuela)
mariaelenagonzalez@usb.ve

El propósito es presentar la modalidad *b-learnig* que se enmarca dentro de la modalidad de educación a distancia, como una forma de implementar las TIC en la educación pues éstas han ido aumentando su impacto en todas las áreas de la vida de las personas, y específicamente su auge va creciendo cada día más, en el área educativa.

Con la implementación de las TIC en las diferentes modalidades en educación, el proceso de enseñanza-aprendizaje mejora notablemente, ya lo señalan en sus trabajos (Salinas, 1994; Pérez y García, 2001; Cabero, 2005; Laborde, 2001), cuando se habla de modalidades, nos referimos tanto la modalidad presencial como a distancia.

En la primera, el proceso educativo se da en un aula, y en el proceso intervienen el profesor y el alumno. Se puede decir entonces, que es la forma academicista de enseñar. En esta modalidad, el profesor siempre está presente para orientar, informar, responder preguntas, realizar comentarios sobre uno o varios temas.

En la modalidad de educación a distancia en el proceso de enseñanza aprendizaje están presentes diversos elementos, específicamente, las tecnologías, con el objetivo de promover el acto educativo sin limitaciones de edad, ubicación y tiempo. En la educación a distancia, cada estudiante guía su propio proceso de aprendizaje, y es el mismo quien organiza y planifica su tiempo, además de buscar por sí mismo el material didáctico a trabajar, para responder de esa manera a las exigencias de la asignatura que cursa.

Cada una de las modalidades tiene sus ventajas y características particulares, no puede decirse que la educación a distancia puede sustituir a la educación, presencial, sino que ambas modalidades pueden enriquecerse cada una con elementos de la otra. Esto es lo que da origen al blended learning o *b-learning*, es una modalidad, que concentra tanto elementos de la educación presencial como de la educación a distancia. De acuerdo con autores como (Brioli, 2010), éste afirma que es muy difícil entablar diferencias y desventajas entre una y otra modalidad, pues las dos se complementan y las dos son parte de una misma modalidad educativa.

Palabras clave: Educación - Modalidades educativas - *B-learning*

LA RADIO Y SU DIMENSIÓN DE CONVERGENCIA MULTIMEDIA COMO CRITERIO DE CALIDAD FORMATIVA ESPECIALIZADA EN LOS PROGRAMAS ESPAÑOLES DE POSGRADO UNIVERSITARIO

AUTORAS

M^a Julia González Conde, Carmen Salgado Santamaría y M^a Mercedes Zamarra López
Universidad Complutense de Madrid (España)
mariajul@ccinf.ucm.es, carmensalgaado@ccinf.ucm.es y mzamarra@ccinf.ucm.es

La radio, como el resto de los medios de comunicación españoles y en otros países, ha variado su concepción técnica y comunicativa de funcionamiento. Se halla inmersa en un proceso de transformación, tanto interna como externa, que la obliga a ampliar su acción difusora y generar nuevas formas de recepción y de contenidos. Aparece simultáneamente integrada en distintos soportes como la televisión, la telefonía, Internet o bancos de datos de plataformas de comunicaciones. Asistimos, pues, a la confluencia de una radio tradicional con otra radio totalmente diferente. Un nuevo modelo radiofónico experimental que se expande en el entorno de convergencia tecnológica-comunicativa, de redes interactivas, que exige importantes aportaciones para la renovación de sus lenguajes, de sus contenidos abiertos a receptores específicos a la vez que integrados en terminales multimedia.

Como consecuencia de todo ello, nos enfrentamos ante nuevas perspectivas empresariales, tecnológicas, profesionales y comunicativas que debemos dar solución desde la Universidad española.

Hasta ahora, las propuestas formativas universitarias de orientación profesional, en España, se hacen con ciertas reservas, sin atender, de manera expresa, al cambio radical que suponen las demandas del mercado laboral en relación al perfil del comunicador y en sus distintas especialidades; tampoco se perciben las empresas de comunicación como parte integrante de estas necesidades multimediáticas, a pesar de la aparición de nuevos medios y sistemas interactivos que deberían ser atendidos desde las propias facultades de Periodismo y desde programas de formación especializada de postgrado universitario. Proyectos avalados por una formación competente frente al mercado laboral en cuanto a la creación, producción y puesta en antena de nuevos formatos y técnicas informativas y comunicacionales.

Unos programas que deberán ajustarse a la adquisición y preparación formativa en contextos competitivos de calidad, de nivel avanzado, sin excluir ningún tipo de conocimientos, tecnologías, técnicas, herramientas o procesos necesarios para la gestión, desarrollo y producción de las materias propias del periodismo radiofónico multimedia.

El principal objetivo de esta comunicación, partiendo de una metodología de observación real y práctica de los medios radiofónicos españoles, es exponer los requisitos considerados indispensables para la creación de nuevos modelos de programas universitarios de posgrado.

Creemos que éstos deben contar, de manera obligada, con colaboraciones formativas de profesionales radiofónicos en activo que ayuden a identificar, modelar y completar las vías de encuentro académico-profesional entre la Universidad y la empresa informativa. Exigencia que consideramos imprescindible para la obtención de la máxima calidad formativa científica, unida a la cualificada preparación profesional, y vinculadas, ambas, a un auténtico servicio laboral de sus estudiantes.

Palabras Clave: Radio - Multimedia - Periodismo - Máster - Universidad

PLATAFORMA DE TELEMEDICINA COMO HERRAMIENTA PARA FORTALECIMIENTO DE LAS COMPETENCIAS CLÍNICAS

AUTORES

Patricia Verónica González Granda y Numan Alfredo Sinche Gutiérrez

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

pvgonzalez@utpl.edu.ec y nasinche@utpl.edu.ec

El uso de las tecnologías de información y comunicación en la enseñanza médica se ha incrementado considerablemente por su alto potencial como instrumento de formación, sus aplicaciones facilitan a los estudiantes un aprendizaje significativo. Es así que a partir del proyecto de Telemedicina de la Universidad Técnica Particular de Loja, se generó como herramienta de apoyo para atención en zonas rurales una plataforma de Telemedicina de código abierto. Consiste en un Sistema de Gestión de Contenidos, cuya aplicación en el entorno web, está conformada por:

- 1) Módulo de Tele-educación: con un entorno virtual de aprendizaje para desarrollar cursos on line y formación continua a médicos en zonas rurales; y,
- 2) Módulo de Tele-consultas: como un servicio de la plataforma que permite desarrollar una consulta médica a un especialista en un formulario web con el formato de la historia clínica del Ministerio de Salud Pública, para consulta de casos desde zonas remotas en forma asincrónica. Se cuenta con docentes especialistas para solventar las necesidades de una segunda opinión, en casos que son atendidos por médicos en el campo de Atención Primaria en Salud.

La plataforma por su funcionalidad es utilizada en la asignatura de Telemedicina que toman los estudiantes de la carrera de medicina en forma optativa, desarrollan 6 módulos con actividades de aprendizaje colaborativo y como componente práctico realizan teleconsultas de casos clínicos que ven en la práctica hospitalaria, de las que reciben retroalimentación por parte de los docentes para mejorar el planteamiento de nuevos casos y su manejo. Se plantearon los siguientes objetivos para el estudio: (1) describir la percepción de estudiantes y docentes sobre la utilidad de la plataforma de telemedicina como herramienta para fortalecimiento de las competencias clínicas; (2) identificar los aspectos de la historia clínica en los que tuvieron dificultades los estudiantes al realizar las teleconsultas según los docentes; y, (3) determinar los resultados de la evaluación del curso.

Se incluyó como muestra a los 74 estudiantes matriculados en la asignatura durante 2 periodos académicos y a dos docentes que contestaron y evaluaron las teleconsultas. El estudio se diseñó de tipo cuali-cuantitativo, prospectivo y transversal; para la parte cualitativa, como instrumento de recolección de datos se utilizó un cuestionario de preguntas abiertas de aplicación a los estudiantes y docentes al finalizar cada periodo académico, con el que se obtuvo la percepción en relación a: la utilidad, ventajas y desventajas de la plataforma. Para la parte cuantitativa se utilizó un cuestionario aplicado a los docentes con el que se identificó las dificultades que tuvieron los estudiantes en relación a la escritura de la historia clínica y el abordaje diagnóstico-terapéutico en cada caso. Finalmente se evaluaron las competencias adquiridas en cada periodo académico mediante observación considerándose las calificaciones que obtuvieron los estudiantes al finalizar el ciclo.

Palabras clave: Telemedicina - Teleconsulta - Educación médica - Competencias clínicas

GRADO DE SATISFACCIÓN DE ESTUDIANTES MEDIANTE LA COMPARACIÓN DE DOS MODELOS DE SIMULACIÓN CLÍNICA

AUTORES

M^a Salud González Melero y Pedro Antonio García Ramiro

Servicio andaluz de Salud y Universidad de Jaén (España)

mariasalud@me.com y pgramiro@ujaen.es

La simulación clínica se está incorporando progresivamente a los programas docentes de las universidades en respuesta a una asistencia sanitaria cada vez más compleja. La simulación clínica surge como un nuevo método de aprendizaje y de evaluación para aprender y valorar conocimientos, habilidades (técnicas y no técnicas) y actitudes en el ámbito de las ciencias de la salud. La simulación recrea un escenario, lo más fiel a la realidad y permite que los alumnos puedan resolver un caso clínico y, los profesores puedan analizar y evaluar la actuación. El entrenamiento con la simulación favorece la seguridad de los pacientes y evita el error.

La Asociación Internacional de Enfermería para el Aprendizaje mediante la Simulación Clínica (International Nursing Association for Clinical Simulation and Learning, INACSL), en sus estándares para la buena práctica en simulación publicados en 2011, define fidelidad como “la credibilidad o grado en que una simulación se aproxima a la realidad”. A medida que aumenta la fidelidad, aumenta el realismo. Este nivel de fidelidad lo determina tanto el medio en el que se desenvuelve el ejercicio, factores asociados a los participantes y los equipos humanos y materiales utilizados.

El objetivo del presente trabajo es analizar el grado de satisfacción de los estudiantes de enfermería que realizan simulación clínica en dos modelos de distinta fidelidad de simulación.

Los alumnos de segundo curso de Grado en Enfermería de la Universidad de Jaén fueron evaluados para comparar dos métodos de simulación *Low Fidelity Scenary* y *High Fidelity Scenary* en la atención inicial al paciente politraumatizado. Los alumnos realizaron un cuestionario sobre calidad y satisfacción relacionada con los dos métodos de simulación.

Los resultados que incluyen aspectos relacionados con la motivación, la priorización en la asistencia, el trabajo en equipo, la comunicación y el liderazgo, muestran mediante tablas y gráficos los datos obtenidos sobre el grado de satisfacción de las distintas metodologías, así como aspectos relacionados con las recomendaciones para la mejora de los ambientes de simulación.

Dado la diferencia en cuanto a costes y necesidades de las distintas metodologías de simulación las conclusiones del presente trabajo permiten establecer las prioridades en el establecimiento de los diferentes simuladores en relación con el grado de motivación y satisfacción de los estudiantes.

Palabras clave: Simulación Clínica - Simulación de Entornos - Satisfacción

DESAFÍOS PARA LA DOCENCIA EN EL CONTEMPORÁNEO CONECTADO: EL USO DEL ORDENADOR Y DE LA INTERNET EN LA EDUCACIÓN BRASILEÑA A TRAVÉS DE LA PESQUISA TIC EDUCAÇÃO

AUTORA

Fabiana Grieco Cabral de Mello Vetritti
Universidade de São Paulo (Brasil)
fabianagrieco@usp.br

La implantación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TT.II.CC) en las prácticas educativas ha transformado el proceso de enseñanza y aprendizaje. El impacto de los cambios en los entornos educativos formales afecta principalmente a los docentes y sus prácticas profesionales, especialmente en las universidades. Cada vez más, el paradigma del docente detentor hegemónico del conocimiento encuentra-se bajo amenaza con la oportunidad de acceso a Internet y participación mediada de los actores en red, principalmente de los jóvenes.

Frente al desarrollo de herramientas y de una mayor participación en la WEB 2.0, este trabajo propone el análisis del grado de dificultad en el uso del ordenador y de la Internet por los docentes de las escuelas brasileñas, lo que dialoga con la realidad de muchas universidades, a través de un enfoque comparativo de las ediciones 2010 – 2014 de la Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação no Brasil: TIC Educação. Llevada a cabo por el Centro Regional de Estudios para el Desarrollo de la Sociedad de la Información (CETIC.br), bajo los auspicios de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la investigación Pesquisa TIC Educação se consolida como uno de los estudios más importantes sobre TT.II.CC en las escuelas públicas y privadas en áreas urbanas brasileñas, que abarca la investigación sobre la infraestructura y la posible apropiación de las tecnologías en los procesos educativos. Entre otras apropiaciones, el acceso a Internet implica en el dominio de nuevas herramientas y lenguajes.

MIL - Media and Information Literacy

Ese proceso de apropiación y dominio de nuevas semánticas interactúa con la propuesta denominada MIL – Media and Information Literacy (literacias de los medios y de la información) por la UNESCO. Según la Organización, MIL se refiere a la unión de los medios y de la información, ámbitos tradicionalmente separados, y al conjunto de competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) necesarias para la vida de la población conectada. El empoderamiento de los individuos a través de MIL es un requisito previo importante para la promoción del acceso equitativo a la información y al conocimiento y para la construcción de medios de comunicación libres y sistemas de información independientes. Las alfabetizaciones de los medios y de la información se configuran como parámetro que contribuye para el análisis del grado de dificultad para el desarrollo de habilidades y destrezas en la WEB por docentes de las universidades y escuelas brasileñas. Ya el enfoque comparativo de la investigación Pesquisa TIC Educação 2010 – 2014 permite mapear las apropiaciones de TT.II.CC. en el contexto de la enseñanza. Se cree que este estudio contribuirá a dibujar el escenario de los docentes en términos de uso del ordenador y de la Internet, lo que podrá señalar un gran avance en el proceso de producción de conocimiento y, quizás, representará un intento de emancipación de los ciudadanos en red.

Palabras clave: Docencia - Internet - Tecnologías de la Información y la Comunicación (TT.II.CC.) - *Media and Information Literacy (MIL)* - *Pesquisa TIC Educação Brasil*

AS VANTAGENS DAS TI NO PROCESSO DE ENSINO/APRENDIZAGEM

AUTORA

Maria Helena Guimarães Ustimenko
Instituto Politécnico do Porto (Portugal)
hcosta@iscap.ipp.pt

O Instituto Politécnico do Porto (IPP), ciente de que o futuro da educação assenta nomeadamente nas tecnologias de e-learning, tem vindo a desenvolver, ao longo dos últimos anos, programas educativos e formativos, de curta e de longa duração, com uma forte componente de e-learning e b-learning, alargando substancialmente as possibilidades de ensino/aprendizagem à distância, bem como a criação de consórcios com universidades estrangeiras. O ensino com recurso às novas tecnologias ocupa, hoje, na educação, um lugar cada vez mais importante, na medida em que complementa organicamente outras formas de formação, sendo utilizado não só pelas instituições de ensino, mas também por outras organizações, o que tem levado a uma maior aproximação entre os estabelecimentos de ensino, as empresas, os centros de I&D e as agências governamentais.

O processo de ensino/aprendizagem com uma forte componente de e-learning e b-learning pressupõe, por parte do estudante, uma maior autonomia na definição de prioridades de estudo. A participação autónoma do estudante torna o processo de ensino mais atrativo, nomeadamente para pessoas que pretendem aumentar os seus conhecimentos, numa perspetiva de aprendizagem ao longo da vida, que não seria porventura possível, caso os cursos oferecidos tivessem um plano rígido e apenas presencial.

Na nossa comunicação propomo-nos analisar, à luz da experiência levada a cabo até hoje na nossa instituição, aquelas que nos parecem ser as maiores vantagens da aplicação das TIC no ensino, assinalando alguns dos resultados positivos já alcançados, bem como as exigências, a nível de formação, que este processo traz para os próprios docentes, bwm como algumas das soluções possíveis para ultrapassar aquilo que alguns consideram ser as desvantagens do recurso às TIC, nomeadamente o contacto direto entre discente/docente, a prática oral, no tocante á aprendizagem, por exemplo, de línguas estrangeiras, um menor recurso a obras de investigação em formato impresso, entre outras.

Palavras chaves: Nuevas tecnologías y la educación - Ventajas y desventajas del *E-learning* - Aprendizaje a lo largo de la vida

INFLUENCIA Y EFECTOS COLATERALES DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC) EN LA EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORA

María Heras Escribano
Universidad de Granada (España)
herasescribano@correo.ugr.es

Mediante este artículo se pretende acercar a los lectores a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Esta revisión se ha realizado con un rango temporal que abarca desde el año 1990 hasta el 2013.

Con esta revisión, se pretende mostrar la influencia que las TIC han tenido y siguen teniendo en la actualidad en diferentes ámbitos como son el académico, el no académico, en la formación del futuro profesorado, y en la de los docentes que, habiendo finalizado sus estudios, se les exige lo mismo que a los que aún no los han finalizado. Por otra parte, también se tiene en cuenta la influencia que las mismas han tenido con respecto a su introducción en el ámbito escolar, y en la formación del alumnado.

La introducción de las TIC en el ámbito educativo no ha sido homogénea, de hecho, existen referencias bibliográficas en las que se nos explica las diferentes dificultades que la introducción de las TIC ha ocasionado en este ámbito.

Tras la lectura del mismo se puede concluir qué tipo de influencia ha tenido la introducción de las TIC en nuestra sociedad, cómo la ha ido cambiando y de qué forma esta ha ido adaptándose o no a estos cambios.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) - Educación Infantil - Docentes - Alumnado

FLIPPED CLASSROOM EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTORA

Victoria Iñigo Mendoza

Universidad Internacional de La Rioja (España)

victoria.inigo@unir.net

La creación del Espacio Europeo de Estudios Superiores y la transformación de los estudios universitarios a un modelo competencial, es el punto de partida para revisar el actual modelo educativo y proponer nuevas formas de trabajo en las enseñanzas universitarias.

El Máster de Formación del Profesorado se trata de un máster habilitante para la profesión de Docente en Educación Secundaria y, como tal, está regido por la Orden ECI 3858/2007 en la que se define el desarrollo competencial que deben conseguir sus estudiantes. Desde su implantación hasta ahora se ha observado que es necesaria una mayor carga práctica (Jover, 2015).

En el presente trabajo, trata de cómo integrar nuevas propuestas metodológicas como es *Flipped-Classroom* en estudios universitarios, en este caso el Máster de Formación del Profesorado.

Flipped-Classroom es una nueva metodología basada en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), concretamente el uso de la web 3.0, que pretende aprovecharlas en beneficio del proceso enseñanza-aprendizaje. Esta nueva metodología, explicada por Tucker (2012) y aplicada ya en estudios universitarios (McLaughlin, 2014) puede ser el camino para conseguir cubrir esa laguna detectada por Jover (2015).

Flipped-Classroom o clase invertida, en castellano, consiste en grabar las sesiones teóricas y subirlas a la red, de esta forma, los alumnos preparan la teoría antes de llegar al aula. Una vez en ella, se puede aprovechar todo el tiempo disponible para realizar actividades más prácticas. De esta manera puede las sesiones presenciales pueden ser utilizadas para trabajar una metodología más activa y participativa. Se fomenta el trabajo en equipo, debates, auto-reflexión, estudios de casos...

De esta manera, el alumno adquiere las competencias necesarias para poder comenzar su nueva carrera docente, además de experiencia en nuevas metodologías activas que posteriormente podrá utilizar en el aula con sus alumnos.

Palabras clave: *Flipped-Classroom* - Máster de Formación del Profesorado - Metodología Activo-participativa - Tecnologías de la Información y la Comunicación

INNOVACIÓN EDUCATIVA EN LA UNIVERSIDAD ASOCIADA AL USO DE LAS TECNOLOGÍAS

AUTORES

David Jiménez Hernández, Juan José González Ortiz y María Tornel Abellán

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

djimenez361@ucam.edu, jjgonzort@ucam.edu y mtornel@ucam.edu

En la actual enseñanza universitaria existen recursos tecnológicos que favorecen una mayor flexibilidad y un papel más activo y autónomo por parte del alumnado. Estos medios favorecen una enseñanza más personalizada, diversa y con un mayor acceso e implicación por parte del alumnado.

Desde la llegada del EEES, las metodologías activas asociadas al uso de las TIC se han convertido en un criterio de calidad educativa en la universidad, que permiten hacer posible el aprendizaje autónomo y participado del alumnado, haciéndolo entrar en la dinámica de construir el aprendizaje a lo largo de la vida. Con esta comunicación pretendemos hacer un recorrido tanto por algunas de las TIC más frecuentes como por experiencias desarrolladas en la universidad en los últimos años, poniendo de manifiesto que todas estas innovaciones están mejorando considerablemente la calidad de la educación superior.

En primer lugar se atenderá a la innovación en la enseñanza como precursora de las mejoras educativas a las que se han hecho referencia. Seguidamente se explicará el concepto de TIC con algunas de sus ventajas e inconvenientes, para acabar explicado algunas de ellas como la Web 2.0, WebCT, Moodle o las wikis.

Palabras clave: TIC - Innovación educativa - Papel activo y autónomo del alumnado - WebCT - Moodle

TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL Y NARRATIVA TRANSMEDIA: APRENDIZAJE EN ENTORNOS CONECTADOS

AUTORA

Christina Lachat Leal
Universidad de Granada (España)
clachat@ugr.es

En este trabajo, se presenta una propuesta de aprendizaje de traducción audiovisual en entornos conectados mediante la simulación de un encargo de traducción real de un producto transmedia: el videojuego de rol multijugador en línea Dofus de Ankama Games.

Gracias a las TIC gran parte de nuestra vida cotidiana se desarrolla en el ciberespacio, cuyas consecuencias más profundas, de acuerdo con el filósofo Pierre Lévy (1997) afectan a los modos de creación, navegación y relación social facilitados por los nuevos soportes de información. Si la hipertextualización propició la lectura fragmentada, personalizada e interactiva, la web 2.0 inició la era de la cultura de la colaboración. La cibercultura marca el final de un conocimiento estable, organizado. Los conocimientos no solo se vuelven obsoletos con mayor rapidez sino que surgen de los lugares más inesperados.

Esta obsolescencia del conocimiento, unida a la intrincada red de intertextualidad que se teje entre diferentes medios y plataformas en constante expansión gracias a la colaboración, cada vez más activa, de consumidores y comunidades virtuales, está transformando el proceso de traducción audiovisual de proyectos multimedia y, por ende, su aprendizaje.

Los estudiantes de traducción deberán ser capaces, entre otros, de resolver problemas nuevos en contextos diferentes, de crear redes y de compartir conocimientos, además de ser intuitivos flexibles y colaborativos. Por lo tanto, además de adquirir competencias y destrezas propias de la traducción audiovisual, necesitarán desarrollar competencias digitales de gestión del conocimiento y de aprendizaje en red para convertirse en una especie de nómada del conocimiento (Cobo y Moravec, 2011).

Con este fin, hemos diseñado una actividad que simula el encargo real de traducción de un producto derivado del videojuego francés, Dofus. Los relatos transmedia se desarrollan en múltiples plataformas, con independencia narrativa y sentido completo (Jenkins, 2008) lo que crea un universo lo suficientemente complejo para que no pueda ser explorado por completo en una sola plataforma. Estas características obligan al traductor a realizar un proceso de autogestión del conocimiento. Las fuentes de documentación especializadas necesarias para su traducción sólo se encuentran en la red, sobre todo en los foros. En esas comunidades virtuales se intercambian datos que permiten llegar a la construcción de un conocimiento a partir de la colectividad y la conectividad constante (Acevedo, 2015).

Con ello se pretende, por una parte, que el estudiante de traducción adquiera de forma autónoma unas destrezas que le permitirán una actualización continua de sus conocimientos y, por otra, que sea consciente del impacto de la cibercultura en la creación y traducción de productos multimedia.

Palabras clave: Traducción audiovisual - Narrativa transmedia - Cibercultura - Constructivismo - Aprendizaje situado

USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN ASÍNCRONA PARA EL DESARROLLO DE LA INTELIGENCIA LÓGICA MATEMÁTICA

AUTOR

Alonso José Larreal Bracho

Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín de Maracaibo (Venezuela)

alonso.larreal@urbe.edu

La presente investigación tuvo como principal objetivo evaluar el uso de las herramientas asíncronas para el desarrollo de la inteligencia lógica matemática en los docentes de las instituciones educativas públicas del municipio Mara estado Zulia, basándose en teorías de autores como Yanacón y otros (2013), Gamiz (2009), Gálvez (2010), Arelto y Arelto (2009), Campas y otros (2007), González (2008), Benito (2000), Viveiros (2011), Rojas (2005), Maldonado y Rodríguez (2006), Antúnez (2002), Gardner (2005), Ander-Egg (2008), Tobón (2006), Sánchez (2002), Giménez, Santos y Da Ponte (2003), Rodríguez (2013), Cofré y col. (2003), Bermúdez, (2014), entre otros. Metodológicamente, la investigación se catalogó descriptiva, con un diseño no experimental, transeccional, de campo. La población estuvo constituida por (46) docentes, correspondientes a las instituciones educativas públicas: UE Tamare la Y, E.B La Cieneguita, y Ana E.B Tamare Los Vaquiros, todas pertenecientes al municipio escolar Mara del estado Zulia.

La técnica de recolección de datos fue la observación mediante encuesta, empleándose un cuestionario constituido por 30 ítems con alternativas de respuesta escala de frecuencia: Siempre, casi siempre, casi nunca, nunca. La validez estuvo a cargo por el juicio de siete expertos en las áreas temáticas referidas al uso de herramientas síncronas e inteligencia lógica matemática; donde la confiabilidad, fue calculada por el coeficiente de Alfa Cronbach, la cual tuvo como resultado un valor de 0,86, resultando confiable.

La técnica de análisis de los resultados fue la estadística descriptiva, con el análisis de frecuencias, y medias aritméticas. Los resultados obtenidos evidenciaron en la descripción del uso de las herramientas sometidas al estudio que en el caso del Blog los docentes hacen muy poco uso de dicho portal, entre tanto con respecto al correo electrónico se presenta una situación similar y finalmente con respecto a la wiki la tendencia se enmarca dentro de los mismos parámetros de poco uso; ahora bien, los resultados que se generaron en cuanto al desarrollo de la inteligencia lógica matemática estos reflejan que en lo relacionado con la resolución de problemas la tendencia muestra una alta presencia de este indicador, por otro lado los resultados afirman la misma tendencia con cálculos mentales y con respecto al indicador pensamiento lógico se mantiene dentro del mismo rango, manejando excelentes niveles de desarrollo de inteligencia lógico matemática dentro de su haber.

Se recomienda que los docentes utilicen sus cuentas de correos electrónicos para intercambiar con sus pares incluyendo a los estudiantes en las actividades académicas para mantener una comunicación permanente por medio de ellos; en cuanto a la asignación de actividades, envío de las mismas, e incluso reportes con evaluaciones, estableciendo un puente de comunicación útil. De igual manera, crear blogs, donde se expongan informaciones relacionadas con temas de interés en clases, o al mismo tiempo, realizar actividades de intercambio con otros docentes. En lo referido a la inteligencia lógica matemática, se recomienda, mantener las habilidades que poseen en cuanto a resolución de problemas, cálculos mentales y pensamiento lógico, realizando actividades de talleres para la promoción de las mismas.

Palabras clave: Herramientas Asíncronas - Inteligencia - Lógica matemática

EL DESARROLLO DE LA COMPETENCIA DIGITAL EN LA NORMATIVA CURRICULAR DE PRIMARIA DE LAS DIFERENTES COMUNIDADES AUTÓNOMAS

AUTORA

Beatriz Manzano García
Universidad de Granada (España)
beatrizmg@ugr.es

La introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en las aulas supone, un continuo desafío. Por un lado, las competencias básicas definidas por la Comisión Europea de Educación como la capacidad para responder a las tareas complejas y al mismo tiempo realizar tareas de manera adecuada. Y, por el otro, el establecimiento por la Ley Orgánica 2/2006, 3 de mayo de Educación (LOE, 2006), de ocho competencias básicas entre las que se encuentra la competencia digital y para el tratamiento de la información, y su continuidad en la actual Ley Orgánica 8/2013, 9 de diciembre, para la mejora de la calidad educativa (LOMCE, 2013), han supuesto el punto de partida para su incorporación al currículum. Dicha competencia consiste en el desarrollo de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Según Gutiérrez y Tyner (2012), la competencia digital incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes. Además incluye la utilización de TIC para informarse, aprender y comunicarse. Su incorporación a la normativa curricular ha conllevado un cambio metodológico en las prácticas docentes, así como la elaboración de nuevas tareas educativas en las aulas a través del uso de las TIC.

Como consecuencia, se están generando necesidades formativas tanto en el profesorado como en el alumnado acerca del uso de las tecnologías como herramientas educativas para el fomento del desarrollo de la competencia digital en el contexto educativo. Debido a que un gran porcentaje del actual profesorado se encuentra en el grupo denominado por Prensky (2001) inmigrantes digitales, es decir, todas aquellas personas que no han nacido en el mundo digital, pero que a lo largo de su vida han ido adaptándose al uso de las tecnologías e Internet. Mientras que, el actual alumnado, denominado nativos digitales, a pesar de que la mayoría hacen un uso diario de algún dispositivo para comunicarse e interactuar, no todos saben aprovechar estas herramientas como forma eficaz para la comunicación y menos como herramientas para el aprendizaje.

Esta investigación pretende comprobar cómo favorece la normativa curricular el desarrollo de la competencia digital en el alumnado de Primaria a través de las distintas materias que componen el currículum con el fin de detectar posibles necesidades formativas en el profesorado que imparte docencia en esta etapa educativa. Para la cual se ha realizado la revisión de los contenidos de las materias correspondientes a la Educación Primaria planteados en la legislación propia de las 17 autonomías en materia de educación. Tras el análisis de los datos, llevado a cabo mediante el software de análisis cualitativo ATLAS.Ti, los resultados obtenidos muestran diferencias entre las Comunidades Autónomas en relación al desarrollo de la competencia digital a través del contenido del currículum básico en Primaria.

Palabras clave: Competencias básicas - Competencia digital - TIC - Educación Primaria

LAS TIC EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA: *BLOGS* DIGITALES

AUTORAS

Carolina Martín Gámez, Ana Belén Ruiz Mora e Isabel Ruiz Mora

Universidad de Málaga (España)

cmartin@uma.es, abruiz@uma.es e isabelruiz@uma.es

Es evidente que el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha generado para los docentes universitarios una nueva situación que requiere cambios e innovaciones docentes adaptadas a estas nuevas exigencias. El nuevo modelo universitario exige cambiar metodologías que busquen conceder al alumnado un papel más protagonista en el proceso de enseñanza-aprendizaje (Blanco, 2007; García y García, 2012), siendo el docente universitario el que deba guiar el aprendizaje haciendo uso de diferentes recursos.

Bajo estas premisas, es necesario tener en cuenta las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), cuyo protagonismo es de tal relevancia y crece a tal velocidad, que se puede decir que la sociedad actual es la sociedad de la información. Además, incluir las TICs en la Enseñanza Universitaria no solo permite fomentar la alfabetización digital de los alumnos, sino que también complementa y enriquece los procesos de enseñanza y de aprendizaje (Marco-Stiefel, 2006 y Roberto y Pere, 2007), mediante el uso de herramientas colaborativas que permiten compartir objetos de aprendizaje. Herramientas web 2.0 como Facebook, Twitter o blogs cobran sentido en este nuevo modelo de aprendizaje colaborativo (Aguaded y López, 2009), dado que generan espacios donde compartir y contrastar ideas que promuevan el pensamiento crítico y reflexivo de los estudiantes (Bohórquez, 2008).

Este estudio se plantea como una experiencia de innovación educativa, para analizar en qué medida el uso de blogs digitales contribuye a la adquisición de las competencias específicas de una asignatura del Grado de Maestro/a en Educación Infantil de la Universidad de Málaga, y valorar el nivel de aprendizaje que el alumnado considera ha alcanzado. En el estudio participaron 58 alumnos de dicha especialidad. Para analizar el impacto de la experiencia en el proceso enseñanza-aprendizaje de los alumnos, se utilizó un enfoque metodológico cuantitativo basado en el análisis, por un lado, de un cuestionario cerrado tipo Likert, y por otro lado, de los resultados obtenidos en una rúbrica de evaluación diseñada para medir el grado de adquisición de las competencias de la asignatura.

Este trabajo contribuye a evidenciar como el uso de este tipo de herramientas hace que la implicación del alumno en las asignaturas y, por tanto en sus contenidos, sea mucho mayor que la mostrada con metodologías más convencionales. También pone de manifiesto como el uso de blogs en el ámbito universitario resulta ser muy útil para fomentar el papel activo del estudiante mediante un aprendizaje crítico, reflexivo y colaborativo, que le permite obtener un alto grado de adquisición en las competencias profesionales. Por tanto, se presenta una metodología en el uso de un recurso innovador para la enseñanza superior que fomenta la autonomía y responsabilidad del alumnado en el proceso de aprendizaje, así como también refuerza sus competencias digitales, entre otras, elemento clave en el futuro de la enseñanza digital.

Palabras clave: Aprendizaje colaborativo - *Blogs* - Competencias Profesionales - Educación Superior - Innovación educativa

EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA EVALUACIÓN REFLEXIVA Y COLABORATIVA: UNA EXPERIENCIA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

AUTORAS

Raquel Martínez Chicón y Antonia Olmos Alcaraz

Universidad de Granada (España)

raquelchicon@ugr.es y antonia@ugr.es

La evaluación ha estado ligada de manera tradicional y generalizada a una prueba de conocimientos en términos de examen y centrada en la última fase del aprendizaje como requisito para superar una asignatura más en términos de aprobar que de aprender. En la actualidad, y gracias al nuevo espacio europeo, se puede y se debe superar la mera asimilación de conocimientos y acompañar en la adquisición de competencias. Para ello, hay que comenzar convirtiendo la evaluación en proceso y el proceso evaluativo en reflexivo y en un nuevo aprendizaje significativo.

A su vez, las nuevas tecnologías permiten un acercamiento al alumnado mucho mayor y continuo en términos tanto de tiempo como de accesibilidad y un amplio repertorio de recursos docentes de enseñanza-aprendizaje, y también de evaluación. Pero el uso de las nuevas tecnologías por sí mismas, y sin el apoyo y soporte del profesorado, puede requerir de una dedicación excesiva de tiempo tanto de docentes como discentes y no garantizar que el alumnado participe en la construcción del conocimiento.

Existe una tendencia, derivada del propio carácter crítico y reflexivo de la disciplina antropológica, entre un amplio círculo del profesorado, previa a la creación del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) al uso de la evaluación continua y del portafolio como metodología de trabajo. Y una tendencia, consolidada con el Plan Bolonia, del uso de las Tics para presentar información o plantear tareas a realizar por parte del alumno.

En este contexto y en la línea de la denominada “evaluación alternativa” (Mateo. J., y Martínez, F., 2008), que pone el acento en métodos que permiten al estudiante ser el protagonista y tomar el control de su proceso de aprendizaje y evaluación con el acompañamiento y orientación del profesor o profesora; es donde se ha situado el proyecto de innovación docente: “Nuevas tecnologías, evaluación continua y autoevaluación de competencias en Antropología en el nuevo espacio europeo” cuyo proceso y resultado presentamos y que partía del objetivo de mejorar los procesos de evaluación, co-evaluación y autoevaluación (continua, reflexiva, compartida, etc.) en la docencia universitaria a través del uso de las nuevas tecnologías, incidiendo en la importancia de la participación y el protagonismo del alumnado en su propio proceso de enseñanza-aprendizaje.

Palabras clave: Antropología Social - Evaluación alternativa - Innovación docente - Nuevas Tecnologías - Reflexividad

LA NUEVA UNIVERSIDAD: USO DE APLICACIONES Y PLATAFORMAS TECNOLÓGICAS POR PARTE DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PARA EL TRABAJO EN EQUIPO

AUTOR

Óscar Martínez Rivera

Universidad Ramon Llull (España)

omartinez@peretarres.org

Los espacios donde se desarrollan las actividades académicas de las universidades han traspasado las aulas y campus universitarios físicos hace ya décadas. Internet y todas las formas de interacción que permite mediante diferentes tipos de dispositivos genera diferentes posibilidades de utilización para los encargos académicos. Así pues, los ordenadores, teléfonos móviles y tabletas pueden posibilitar la comunicación entre los estudiantes para la creación de trabajo en grupo.

En la actualidad, no todos los estudiantes ven en estas herramientas posibilidades claras para el trabajo colaborativo que demandan muchas asignaturas en la universidad. Algunos admiten ciertas reticencias al uso tecnológico bajo el imaginario de que para trabajar en equipo es fundamental tener encuentros físicos sin la utilización (o en menor medida) de las plataformas que nos ofrece la red. La mayor parte están de acuerdo en que las posibilidades tecnológicas son muy útiles, pero el grado de intensidad con el que lo defienden es diferente.

Un factor que podría ser determinante es el modelo de enseñanza aprendizaje que se lleva a cabo por parte de la universidad. Y es por eso que se ha creído interesante cuestionar esta circunstancia desde el punto de vista de estudiantes de universidad presencial y por otra parte los de un modelo exclusivamente virtual.

Por otra parte hay una cuestión importante que es el hecho de utilizar herramientas de la red que no han estado pensadas para la creación de trabajos universitarios exclusivamente. Así pues, aplicaciones como *WhatsApp* o *Skype* pueden incorporarse a las herramientas que se utilizan en la universidad, además de otras que podrían ser más cercanas como *Google Drive* sin olvidar los propios campus virtuales.

A partir de un planteamiento de trabajos anteriores (Martínez-Rivera, 2015) se profundiza en esta cuestión y se analizan los cambios que se van generando con el paso del tiempo sobre la percepción de los estudiantes en estas cuestiones. La generación de aplicaciones y la oferta de plataformas es especialmente cambiante, así que poder observar la evolución al respecto puede resultar especialmente interesante. La observación y análisis actual nos permitirá valorar situaciones futuras en este tema.

Palabras clave: Educación Superior - Tecnología - *E-Learning* - *M-Learning* - Trabajo en grupo

EL USO DE LAS TT.II.CC. EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA. EL CASO DE LA UPV

AUTORES

Sandra Martorell Fernández y Miguel Ángel Valero Navarro

Universitat Politècnica de València (España)

sanferm2@epsg.upv.es y miguel.valero@upv.es

Las tecnologías de la información y la comunicación vienen constituidas por una serie de recursos y herramientas de carácter tecnológico que permiten el acceso y el tratamiento de la información que están cada vez más presentes en el ámbito de la enseñanza con el fin de facilitar el aprendizaje y de hacerlo más accesible y dinámico.

Su inmersión en el sistema educativo actual es consecuencia de la demanda de cambios propiciada por la que se conoce como sociedad de la información. Esto llevó hace unas décadas a avistar el cariz que esta nueva sociedad iba a tomar obligando al sector de la enseñanza a apostar por la innovación y nuevas experiencias docentes apoyadas inicialmente en este tipo de tecnologías y cada vez más fundamentadas en ellas.

Y es que no son pocas las ventajas que brindan, tales como la alfabetización digital, facilitar los procesos cognitivos y de aprendizaje, el acceso a un mar de información y el consiguiente desarrollo de una capacidad crítica y selectiva de la misma, explorar nuevas vías de expresión y comunicación o favorecer la interacción y el diálogo desde la diversidad; todo lo cual puede abarcar desde los estadios educativos primarios hasta los universitarios, siendo éstos los que serán nuestro objeto de estudio.

En la presente propuesta nuestro cometido tiene una doble función; por un lado teorizar sobre el uso y el valor de las tecnologías de la información en la enseñanza, fundamentalmente universitaria. Y por otro abordar el caso concreto de nuestra universidad, estudiando el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los últimos tiempos, viendo qué ha funcionado y cómo ha ido tomando forma, cómo ha cambiado con el tiempo adaptándose a las necesidades que del alumnado, así como las nuevas propuestas y programas que pretenden dar un paso más allá.

Se trata de un estudio no solamente cualitativo sino también cuantitativo a partir de la compilación de datos que nos sirven para analizar tanto el uso, como la evolución como la tendencia de estas nuevas herramientas para la formación.

Palabras clave: TT.II.CC. - Sociedad de la información - Tecnología - Información - Comunicación

DIAGNOSIS DE NECESIDADES FORMATIVAS EN TECNOLOGÍAS EN EL ALUMNADO DE PERIODISMO DEPORTIVO

AUTORA

Sandra Méndez Muros
Universidad de Sevilla (España)
sanmenmur@us.es

El estudio de relaciones del tándem deporte y tecnología supone el reconocimiento de dos realidades que movilizan a un gran número de personas que consumen contenidos deportivos producidos y asimilados con aplicaciones y recursos tecnológicos (cámaras digitales, webcam, ordenadores, tabletas, *smartphones*, buscadores de internet, programas informáticos, contenidos multimedia, hipervínculos, blogs, redes sociales, wikis). Ello ha contribuido a que la propia forma de realizar y ejercer el Periodismo Deportivo se moldee continuamente. Las tecnologías condicionan la producción, gestión, selección, tratamiento y alcance de la información deportiva, lo que ha permitido la transformación del sector tanto en los medios tradicionales como en los medios digitales donde se abren nuevas oportunidades de negocio. Esto explica la importancia que comporta la formación del periodista deportivo en contenidos especializados y en herramientas tecnológicas adaptadas que permitan obtener competencias con las que desempeñar su labor profesional.

Nuestro objetivo es realizar una diagnosis de las necesidades formativas en tecnologías entre el alumnado de Periodismo Deportivo, una asignatura optativa de 6 créditos, impartida en el tercer curso del Grado de Periodismo de la Universidad de Sevilla para contemplar debilidades y fortalezas en la formación recibida. Presuponemos que el perfil del alumnado es el de un periodista en formación que usa tecnologías de forma habitual, que le atrae la idea de ser periodista deportivo y que tiene formada una imagen bastante definida de la labor profesional de esta figura.

La metodología empleada es el análisis de contenido cuantitativo y cualitativo de los resultados obtenidos mediante una encuesta presencial de 20 preguntas realizada a una muestra representativa del 89% de los 73 alumnos matriculados en esta materia a los que impartimos docencia en el curso 2014/2015. El cuestionario se divide en dos bloques, cuyas preguntas buscan delimitar, por una parte, cómo percibe el alumnado el uso de tecnologías en su proyección como periodistas deportivos (consumo de contenidos mediáticos, empleo de recursos informáticos, uso de medios sociales, proyectos de medios digitales, posicionamiento ante el Periodismo 3.0) y, por otra, cómo es la aplicación que hace de la tecnología en su proceso formativo en la asignatura (tipo de recursos empleados; frecuencia de uso, finalidades y grado de utilidad de herramientas; ponderación uso/productividad).

Entre las principales conclusiones se encuentra una clara predisposición del alumnado a utilizar tecnologías en el futuro desarrollo de la actividad como periodistas deportivos, especialmente respaldada por el empleo de gran cantidad de herramientas y aplicaciones tecnológicas en experiencias laborales y por la alta receptividad para integrarse en proyectos de medios deportivos digitales, que se contraponen a un empleo más limitado de recursos tecnológicos en la asignatura, lo que llama a incidir más en la importancia de la adquisición de capacidades desde la formación académica en el aula para que sea coherente con la aptitud ante la tecnología que se espera en el terreno profesional.

Palabras clave: Tecnologías - Periodismo Deportivo - Enseñanza universitaria - Grado de Periodismo - Necesidades formativas

FORMACIÓN ONLINE PARA LA FORMACIÓN CONTINUA: ESTUDIO DE CASO EN UN INSTITUTO UNIVERSITARIO

AUTORAS

Ana María Morales García y Fátima García López

Universidad Carlos III de Madrid (España)

amorales@bib.uc3m.es y fatimag@bib.uc3m.es

El Instituto Universitario Agustín Millares de Documentación y Gestión de la Información es una entidad adscrita a la Universidad Carlos III de Madrid que cuenta en el año 2015, con una trayectoria de 15 años de trabajo. El Instituto destaca por su carácter interdisciplinar compuesto por profesionales del ámbito académico y empresarial. Entre sus objetivos destaca el ofrecer el diseño e implementación de cursos a medida sobre materias relacionadas con la gestión de la información, la documentación, los nuevos medios sociales y temas afines relacionados con la sociedad del conocimiento, el mundo digital y la promoción de los nuevos perfiles profesionales. Asimismo, ofrece servicios de asesoramiento organizativo, tecnológico y ejecuta proyectos y servicios digitales en la sociedad del conocimiento.

A partir de los objetivos propuestos, desde su creación, en el año 2000, ha pretendido contribuir a la integración del espíritu humanista con las capacidades tecnológicas, convirtiéndose en un centro de promoción de la investigación, de debate académico y de difusión de las ideas técnicas y tecnológicas, que contribuyan a mejorar las actividades de los profesionales de la información.

El objeto de esta investigación es describir las principales actividades formativas de esta entidad, diseñadas bajo las siguientes premisas: contenidos didácticos en función de las necesidades del alumnado y de los perfiles más demandados, formación online bajo la plataforma de aprendizaje virtual y profesorado experto y de calidad; así como evaluar la adecuación de esta oferta formativa al mercado de trabajo.

Para ello, se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo, a través de encuestas realizadas a los alumnos sobre el grado de satisfacción del curso recibido (metodología empleada por el/la profesor/a, pertinencia de los contenidos del curso, atención recibida, variedad de los recursos virtuales, calidad de la comunicación síncrona y asíncrona, utilidad de la plataforma, tiempo de respuesta del tutor/es, aplicabilidad del curso para la inserción o adaptación laboral y propuestas de mejoras). Asimismo se analizan otros datos estadísticos que contemplan aspectos relacionados con el porcentaje de número de cursos por año, número de ediciones por cursos y el perfil del alumno.

Los resultados obtenidos permiten concluir que, el alto grado de satisfacción de la formación continua online recibida, es el resultado de la calidad de cursos diseñados a medida ofertados, donde la modalidad de aprendizaje virtual se pone al servicio, no solo de la conciliación de la vida personal y laboral, sino al desarrollo de competencias y habilidades profesionales, en consonancia con las demandas del actual mercado laboral.

Palabras clave: Formación continua - Formación *online* - Instituto Universitario Agustín Millares de Documentación y Gestión de la Información - Universidad Carlos III de Madrid - Nuevos perfiles profesionales

RECURSOS DIDÁCTICOS DE LOS MUSEOS. ESTUDIO COMPARATIVO

AUTORA

Rosario Naranjo López

Universidad Autónoma de Madrid (España)

rosario.naranjo@uam.es

A lo largo de la historia, los Museos han ido evolucionando en función de los cambios sociales. Han pasado de ser colecciones privadas, espacios reservados para una elite (colecciones reales, eclesiásticas y nobiliarias), a convertirse en instituciones educativas y públicas, a ser un espacio de máxima difusión.

El código deontológico del ICOM (International Council of Museum) aprobado en 1986 y revisado en el 2004 en su apartado segundo, nos habla de las obligaciones de conservar las colecciones en beneficio de la sociedad y para el desarrollo de la misma, consiguiendo de esta forma una mayor justicia social y un mayor desarrollo de los ciudadanos.

En este estudio se propone analizar la oferta de actividades de carácter formativo que encontramos en los museos, así como las distintas metodologías y recursos educativos utilizados. Para ello, se han consultado sus páginas webs y se ha hecho un análisis comparativo de las distintas actividades que ofrecen. Las actividades están enfocadas para trabajar con familias, escolares, docentes y también muchas de ellas tienen un carácter inclusivo.

Es muy interesante observar el uso de las nuevas tecnologías y recursos digitales en sus propuestas educativas: *tablets*, teléfonos móviles o aplicaciones para móviles. Todos ellos forman parte del abanico amplísimo de propuestas artísticas que se desarrollan en los talleres de los diferentes museos. Las propuestas son siempre creativas y en muchos de ellos integran las técnicas artísticas tradicionales con el uso de los recursos digitales.

Algunos de ellos ofrecen actividades para personas con discapacidad visual o auditiva y para personas con problemas de desarrollo y aprendizaje, las cuales se realizan para conseguir una total integración y ofrecen a estas personas la posibilidad de disfrutar del arte.

En el presente trabajo se estudiarán algunas de las propuestas más interesantes que hemos encontrado, poniendo más énfasis en las que nos parezcan más innovadoras, creativas, integradoras y actuales.

Con esta investigación y los datos obtenidos de este estudio, se desarrollará una propuesta para hacer un “museo ideal” adaptado a las nuevas demandas y necesidades de la sociedad actual, un museo innovador donde se tengan en cuenta a todos los individuos para una mejora social y cultural y donde el museo sea un colaborador que acerque la cultura a los ciudadanos y colabore para conseguir una sociedad más culta y mejor preparada.

Palabras clave: Actividades - Didáctica - Justicia social - Análisis - Museos

ESTUDIO DINÁMICO DE FUNCIONES POLINÓMICAS UTILIZANDO EL SOFTWARE GEOGEBRA

AUTORA

Johana Narváez Tuiran
Corozal de Sucre (Colombia)
Joannatu6040@gmail.com

El presente trabajo de investigación surge por la necesidad de contextualizar algunos conceptos matemáticos útiles en la vida educativa de todo ser humano. El concepto de función es uno de ellos, García (1997) manifiesta la importancia que tiene en matemáticas como “herramienta intelectual para el desempeño de la vida social y en diversos campos profesionales y científicos puesto que organizan, estructuran, matematizan parte de la realidad”. Además involucra una red conceptual muy amplia que abarca aspectos tales como: la noción y significado de la letra como variable, significado y análisis de gráficas, manejo y uso de constantes. A pesar de las reformas adelantadas en las escuelas para las orientaciones matemáticas, se siguen evidenciando espacios de dificultad, que les imposibilita a los estudiantes alcanzar los objetivos propuestos, quizás debido a aspectos como: Grupos numerosos, formas tradicionales de enseñanza, desarticulación existente entre la enseñanza y el contexto, las grandes distancias que recorre el estudiante de su casa a la escuela, la enseñanza de este concepto parte de dar la definición del mismo, avanzar con mostrar y elaborar a lápiz y papel algunas gráficas, realizar operaciones algebraicas y finalmente ejercicios de aplicación.

Los avances tecnológicos han producido diversos cambios en nuestra sociedad, en nuestra cultura y en especial en el sistema educativo. La forma como se ha introducido la utilización de la computadora es muy variada, desde el empleo de programas computacionales para uso profesional y lenguajes de programación de propósitos generales hasta la utilización de programas educativos dedicados específicamente a la enseñanza. Ante este panorama y con el objeto de aprovechar la tecnología surgió un interrogante: ¿Cómo facilitar la comprensión de funciones polinómicas utilizando el software GEOGEBRA?. Teniendo en cuenta que dentro de los propósitos que se espera alcanzar en el área de matemáticas actualmente, está el de contribuir con el desarrollo de la capacidad de razonamiento de los individuos a fin de que puedan abordar de manera segura situaciones problemáticas, el objetivo de esta investigación gira en torno al estímulo del desarrollo del pensamiento variacional a través del estudio de funciones polinómicas con el software educativo Geogebra. Soportado por el análisis de la teoría de Duval, del aprendizaje significativo de Ausubel, del enfoque Piagetiano, de los estándares curriculares de matemáticas Nacionales e internacionales. Existe una gran desarticulación entre el contexto y todo lo que involucra esta temática. Por tal razón se diseñaron talleres de socialización, de autoaprendizaje y guiados enfocados a la modelación de fenómenos de variación.

Resultados: Atendiendo a la unidad de análisis propuesta en el marco teórico del trabajo, fue posible potencializar el pensamiento variacional de los estudiantes, ya que fueron capaces de realizar construcciones geométricas, modelar situaciones contextuales donde se evidenciaba el concepto de función. Además esta experiencia tecnológica le permitió al estudiante realizar generalizaciones, abstracciones, descubrir cosas nuevas. El alumno estableció una sociedad cognitiva, como normalmente lo establece con la escritura y con el sistema de numeración.

Palabras claves: Función polinómica - Geogebra - Modelación - Pensamiento variacional - Estándares curriculares

ORIENTAÇÃO DE ESTUDANTES DE ENFERMAGEM NO ÂMBITO DE INTERVENÇÃO COMUNITÁRIA: DESAFIOS E ESTRATÉGIAS

AUTOR

João Neves-Amado

Universidade Católica Portuguesa em Porto (Portugal)

jamado@porto.ucp.pt

Introdução: O uso das TIC tem aumentado de intensidade e complexidade tanto nos estudantes de enfermagem como nas comunidades com que interagimos no dia-a-dia da intervenção em saúde. Torna-se cada vez mais necessário usar novas e mais eficazes estratégias de ensino-aprendizagem face às exigências do público-alvo com vista a motivar os alunos de enfermagem na procura de mais sólido e abrangente conhecimento.. **Objetivos:** -Identificar os recursos usados para agilizar e aumentar a adesão dos alunos às orientações dos docentes de enfermagem; -Identificar e descrever as estratégias mais propiciadoras da aprendizagem dos alunos de enfermagem; -Associar a nota final do aluno à participação/motivação demonstrada individualmente e em grupo.

Materiais e Método: Estudo de caso de unidade curricular do ano letivo 2013/2014 com componente de intervenção Comunitária e intervenção em grupo. Informação recolhida junto do professor orientador e dos sistemas por ele usados com base na utilização e tipo de recurso.

Resultados: - Escolhida a Unidade Curricular Ensino Clínico V em dois semestres diferentes dada a sua intensa intervenção comunitária e utilização de tecnologias de informação. - Identificados como recursos virtuais preferencialmente utilizados: email, plataforma e-learning (BlackBoard®) – documentos partilhados, entrega de exercícios e feedback de correção, fóruns e grupos de trabalho com zona de partilha documental - , AdobeConnect® virtual classroom system. - Alunos mais envolvidos nas atividades – nomeadamente com função de líder no grupo – apresentam mais recursos consultados no sistema e mais tempo despendido no mesmo; - alunos com menor envolvimento nas ações apresentam entradas no sistema com maiores picos nos dias de presença na faculdade – eventualmente pela necessidade de consulta dos documentos analisados ou referidos pelos orientadores; - nos relatórios de utilização do sistema verifica-se ainda que existe um notório aumento de acessos ao sistema de e-learning nos dias posteriores à Orientação Tutorial presencial, aspeto este facilmente relacionável com a explicação em sala de aula de conteúdos novos colocados na plataforma ou com a necessidade de dinamização de novos conteúdos iniciados pelos orientadores; - durante o fim de semana nota-se um número de acessos também elevado – equivalente aos dias após a Orientação Tutorial – possivelmente decorrente da necessidade de preparação de documentos para a sessão de partilha conjunta, em colaboração com os demais elementos do grupo presentes à distância; - o uso de sistemas de reunião online com recurso a vídeo, áudio e partilha de documentos – via *Adobe Connect* – demonstrou ser uma experiência valorizada pelos estudantes – dada a possibilidade de reunir mais vezes sem deslocação à universidade – e pelo professor – que facilmente podia reunir com os alunos onde quer que estivessem; - o uso destes recursos favoreceu indiretamente a criatividade dos alunos nas estratégias que se propunham a usar nas intervenções comunitárias do seu público-alvo.

Conclusão: Os recursos identificados foram assumidos como favorecedores de todas as intervenções comunitárias previstas e propiciaram experiências muito positivas nos docentes e alunos nelas envolvidos. Estas estratégias são apontadas como grande auxílio de adequada resposta académica junto dos alunos e comunidades que, cada vez mais, utilizam as novas TIC.

Palabras clave: Enfermagem - *Elearning* - Saúde comunitária - Saúde escolar

MODELO DE EVALUACIÓN EDUCOMUNICATIVA EN EDUCACIÓN VIRTUAL. EL CASO DE LA UNIVERSIDAD MANUELA BELTRÁN VIRTUAL DE COLOMBIA

AUTORES

Sara Osuna Acedo y Javier López Martínez

Universidad Nacional a Distancia (España) y Universidad Manuela Beltrán (Colombia)

sosuna@edu.uned.es y javier.lopez@umb.edu.co

La virtualidad es una gran oportunidad y opción de formación actualmente. La educación virtual aporta al estudiante en el desarrollo de altas competencias académicas, profundamente relacionadas con procesos individuales y autónomos del aprendizaje, que influyen directamente al desarrollo de altos niveles de responsabilidad y autogestión, pues es el mismo sujeto quien “administra” su proceso de formación. Esto, claro, acompañado de un equipo docente, de unas estrategias comunicativas y evaluativas muy sólidas y de una excelente plataforma tecnológica que se convierten en una unidad integral e indispensable para que un estudiante virtual egrese con cuantiosas competencias, muchas más que si lo hiciesen desde la educación presencial pues deben desarrollar más su proceso de autogestión.

El gran reto es que la educación virtual en su estructura y organización pueda establecer criterios de calidad que le garanticen validez y efectividad en su desempeño de educomunicación y evaluación permitiendo una confianza y firmeza en el proceso de formación, estando a la vanguardia con los estándares internacionales de calidad. La Universidad Manuela Beltrán de Colombia ha centralizado su acción en el proceso educativo. Cabe señalar que ha diseñado un modelo educomunicativo y evaluativo sistemático e integral de acuerdo y en consonancia con las necesidades e intereses de la sociedad.

Esta ponencia presenta ese Modelo de Evaluación diseñado para la Unidad de Educación Virtual de la Universidad Manuela Beltrán desde su proceso educomunicativo, siendo un proceso educativo que ofrece nuevas reglas, personas y ambientes en la interacción, que no se encuentra sujeta a restricciones de tiempo y espacio pero sí requiere herramientas de comunicación. Este trabajo es resultado de un proyecto investigación desarrollado como estudio de caso, desde la revisión documental, observación y el análisis de percepción. Se reconoce la evaluación como un asunto transversal al proceso educomunicativo por lo cual debe dar cuenta del proceso de comunicación para el aprendizaje desde el ingreso al esquema educativo, durante el proceso de formación y hasta cuando concluya. Se proponen tres componentes de evaluación en el proceso educomunicativo: evaluación de competencias, autoevaluación del proceso y desempeño, proyección social y proceso de calidad.

Así, el propósito en esta ponencia es presentar los resultados del proyecto de investigación doctoral “Comunicación y Evaluación del aprendizaje en ambientes virtuales”, en este proyecto se procura establecer las condiciones en virtud de las cuales la educación virtual se convierte en un modo de pensar las competencias para la vida misma. De esta manera, se vio la necesidad de analizar los procesos de educomunicación de la Educación Virtual de la Universidad Manuela Beltrán de Colombia que permiten la evaluación y con esto consolidar criterios y parámetros de acuerdo a su propio modelo, que satisfacen las necesidades e intereses particulares de la modalidad virtual, desde el modelo interactivo basado en TIC. Así se logra consolidar unas orientaciones para el diseño de un modelo de evaluación en escenarios de educación virtual.

Palabras clave: Educomunicación - Modelo de evaluación - Educación virtual - Competencias - Aprendizaje - Educación superior

INSIGNIAS DIGITALES COMO ELEMENTO MOTIVADOR EN EL ALUMNADO DE EDUCACIÓN SECUNDARIA: UNA EXPERIENCIA DE AULA

AUTOR

José Palazón-Herrera
Universidad de Murcia (España)
jpalazonherrera@um.es

Introducción. Las insignias digitales (del inglés digital badges) empiezan a ser cada vez más utilizadas en el ámbito educativo. Su uso más extendido se viene dando en la actualidad principalmente en los cursos masivos online o MOOC (Massive Open Online Courses), en los cuales se tienen en cuenta una serie de aspectos motivadores en este tipo de enseñanza, tratándose, por tanto, de justificar y motivar el aprendizaje de los estudiantes. Para algunos autores (Acosta, Escribano y Valderrama, 2014) las insignias, acreditaciones o certificados, son un elemento a tener en cuenta como componente motivador en el aprendizaje de los estudiantes. Las insignias, además, sustentan su éxito en el prestigio que un estudiante puede obtener dentro de un determinado círculo social. No obstante, en este trabajo las insignias se contemplan desde el ámbito educativo de la educación secundaria, desde el convencimiento que de las mismas pueden ser un elemento motivador para el alumnado en el proceso de aprendizaje así como ser un aliciente para la realización de diferentes tipos de tareas o proyectos.

Objetivos. El principal objetivo de este trabajo es evaluar la motivación del alumnado en la realización de diferentes proyectos musicales a través de la entrega de insignias como reconocimiento a la realización y consecución de ciertas tareas musicales que buscan cierto nivel de excelencia en el resultado final de cada proyecto. **Sujetos y métodos.** Alumnos de la asignatura de Música de 4º de ESO participan en la realización de tres proyectos musicales. A través de dos cuestionarios (pre y post) se evalúa el nivel de motivación del alumnado en lo que respecta a la utilización de insignias como método de evaluación, pero también de recompensas. **Resultados.** Los datos obtenidos en los cuestionarios ponen en evidencia que los alumnos se han sentido enormemente motivados con el sistema de insignias como elemento evaluador de la calidad de los trabajos presentados.

Conclusiones. Las insignias han supuesto un método válido para evaluar la realización de ciertas tareas o proyectos, resultando igualmente un elemento muy motivador para el alumnado que busca cierta perfección en los trabajos que realiza. No obstante, sería interesante comprobar si esta motivación se mantiene en el tiempo, por lo que convendría, para próximas investigaciones, hacer un seguimiento pormenorizado a lo largo de un mayor período de tiempo, recabando datos objetivos de los resultados obtenidos por los alumnos así como de su nivel de motivación y ver si dichos resultados pueden estar influenciados en cierta manera por un factor de novedad en el sistema de evaluación empleado.

Palabras clave: Insignias - Música en Educación Secundaria - Trabajo por proyectos

VÍDEO WEB 2.0 ENRIQUECIDO COMO HERRAMIENTA DE APOYO A LA ENSEÑANZA MUSICAL

AUTOR

José Palazón Herrera
Universidad de Murcia (España)
jpalazonherrera@um.es

Introducción. La utilización del vídeo en el ámbito educativo no es nueva. Sin embargo sí se ha dado una evolución exponencial en el vídeo con el paso de lo analógico a lo digital. Si por extensión, el vídeo digital se implementa con elementos que, hasta hace poco, no eran propios de este medio (contestar preguntas a la vez que se visualiza un vídeo, realizar algún cuestionario, tener enlaces externos al vídeo que nos amplíen la información, etc.), se habrá conseguido un tipo de vídeo enriquecido que puede convertirse en una herramienta con un gran potencial para mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje.

El vídeo interactivo enriquecido proveniente de la Web 2.0 amplía las posibilidades narrativas del formato audiovisual digital, posibilidades que, en este artículo, se pondrán al servicio de la enseñanza musical, más concretamente en el ámbito del análisis de temas musicales. En el análisis de temas musicales la dimensión audiovisual enriquecida de los contenidos puede convertirse en una herramienta muy útil para que el alumnado de música (en este caso, en la Educación Secundaria) adquiera habilidades de análisis musical a través de elementos como la forma o estructura de una composición, el análisis de las texturas o combinaciones momentáneas de los sonidos, así como, en última instancia, la discriminación tímbrica o instrumental de las piezas analizadas. En este artículo se presenta cómo se ha utilizado vídeo digital enriquecido para mejorar el resultado de los alumnos en materia de análisis musical.

Objetivos. El principal objetivo de este trabajo es evaluar de forma experimental si la utilización de una herramienta proveniente de la Web 2.0 (vídeo interactivo) puede influir positivamente en los resultados de aprendizaje así como en la motivación con el uso de la herramienta.

Sujetos y métodos. Se comparan los resultados obtenidos en las pruebas de análisis musical entre un grupo control (material tradicional: esquemas de análisis impresos y CD) y un grupo experimental (herramienta web 2.0: vídeo interactivo o enriquecido con las mismas anotaciones que las utilizadas en los esquemas impresos).

Resultados. Los datos obtenidos de las calificaciones de los grupos control y experimental en los exámenes de análisis musical indican que la utilización de vídeo digital enriquecido –comparada con la aplicación de metodologías más tradicionales- mejora la capacidad analítica del alumnado en algunas de las variables analizadas, encontrándose diferencias estadísticamente significativas. Igualmente, los alumnos que utilizan vídeo enriquecido muestran su satisfacción con el uso de la herramienta.

Conclusiones. En este trabajo se ha conseguido utilizar la tecnología de vídeo de manera efectiva a través del diseño de una herramienta que ha servido a propósitos didácticos y a la consecución de unos objetivos claramente delimitados de antemano. Por ello, creemos que la utilización de vídeo digital enriquecido puede atender necesidades del alumnado que, difícilmente, pueden ser atendidas por otros medios, como aquí se ha demostrado.

Palabras clave: Vídeo digital enriquecido - Web 2.0 - Análisis musical - Música en Secundaria

EL USO DE LAS TIC EN ADULTOS MAYORES EN MARACAIBO, VENEZUELA

AUTORAS

Carmen Laura Paz Reverol, Nelly García Gavidia, Jenniffer Fernández y Gladys Maestre

Universidad del Zulia (Venezuela)

wayuunita@gmail.com, garciaavidia@gmail.com, jsfernandezrica@gmail.com

y gladysmaestre@gmail.com

La presente ponencia pretende describir las posibilidades del acceso a las TIC por parte de los adultos mayores en un centro de salud de Maracaibo, las diferentes voces dan cuenta de los usos, funciones e importancia que tienen para dichas personas el manejo de dispositivos móviles y tecnológicos en su interacción con el resto de las personas.

Se registraron las problemáticas y beneficios que le ocasionan a dichas personas el uso de las TIC además de las representaciones que tienen los adultos mayores acerca de las tecnologías y cómo estas condicionan o no sus vidas. Los recursos analíticos se toman de la teoría antropológica, especialmente los aportes acerca de la convergencia entendida como un ámbito simbólico de construcción de significados en la vida cotidiana (Aguilar, M.A. et al., 2010; Cabrera Paz, 2005) y apropiación de la tecnología por parte de los adultos mayores.

La información se recogió a partir de 44 sujetos, 34 mujeres y 10 hombres en edades comprendidas entre 50 y 85 años. Se aplicaron veinte entrevistas estructuradas y diecisiete cuestionarios. Se concluye que para los adultos mayores es importante el uso de las TIC para interactuar con los familiares y amigos que no se encuentran en su entorno inmediato. Los adultos mayores han manifestado el valor de la tecnología en sus vidas por lo que se han preocupado por aprender las funciones y beneficios que les aporta la misma y en caso de no dominarla completamente han recurrido a la ayuda de sus familiares.

Del total de personas que participaron en la investigación, la mayoría hace uso del celular sin requerir ayuda por parte de otras personas y muy pocas han manifestado que si requieren ayuda. En cuanto a los problemas que tienen para hacerlo solo, una persona señala que tiene dificultades con la vista. Ya sea con ayuda o sin ayuda, la apropiación de la tecnología por parte de los adultos mayores les proveen un mayor sentido e importancia en el mundo en el que viven.

Palabras clave: TIC - Adultos mayores - Acceso - Usos - Representaciones - Convergencia

LAS TT.II.CC. EN LA UNIVERSIDAD Y EL LÉXICO DE LA INFORMÁTICA EN LAS AULAS DE E.P. Y E.S.O. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN EN SIGNIFICADO CONCEPTUAL Y PROCEDIMENTAL

AUTORA

M^a Azucena Penas Ibáñez

Universidad Autónoma de Madrid (España)

azucena.penas@uam.es

Presentamos aquí dos experiencias investigadoras iniciadas dentro de dos proyectos de Investigación docente a los que pertencí como investigadora colaboradora: «Universalización de la Docencia en Red a través de la Plataforma Moodle en el Grado en Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación de la Facultad de Filosofía y Letras» (Universidad Autónoma Madrid. Ref.FyL-L1-6, Convocatoria Proyectos Desarrollo Enseñanzas 2011) y «Propuestas innovadoras de coordinación docente para la mejora de la calidad de la enseñanza-aprendizaje en el grado en Lenguas Modernas, Cultura y Comunicación» (Universidad Autónoma Madrid. Ref.FyL-L2-6, Convocatoria Proyectos Desarrollo Enseñanzas 2012).

La primera experiencia trata de mi aportación a ellos como coordinadora de 2º curso del grado de LMCC y como miembro de la CTS de dicho grado, dentro de una investigación más amplia que presenta los resultados al concluir el proceso de implantación de un nueva titulación de grado, donde se analiza el modo en que el despliegue docente se adecua a la planificación inicial presentada a verificación. En concreto, se muestra el informe correspondiente al segundo curso de LMCC, elaborado por mí, donde se evalúan las competencias genéricas, las competencias específicas, las competencias transversales, los porcentajes de evaluación, los picos de trabajo, los solapamientos y otros aspectos conducentes a las conclusiones.

La segunda experiencia tiene como objetivo ver el grado de comprensión lectora de ítems léxicos del mundo de la informática. Así, a los/as alumnos/as se les propone tres textos a través de un ejercicio escolar muy común en las aulas de E.P. y del primer ciclo de ESO, como es el dictado, en los que se les señalan varias palabras que han de definir:

1. Usuario, pirata y sistema operativo;
2. Cacharrear, ficheros y volcar la información;
3. Teléfonos móviles, manzana y altavoces.

Una vez recogidos los datos en las hojas de Excel, que han permitido cuantificarlos dando lugar a estadísticas de uso, se procede a analizar los mecanismos de reformulación lingüística empleados por los alumnos, la relación con el texto propuesto y por último, la valoración de cada definición por comparación con las fuentes lexicográficas (diccionarios escolares, que son los manejados mayoritariamente por los alumnos/as, y diccionarios generales, que se usan en clase de un modo más ocasional.).

Se ha de mencionar el hecho de que los/as alumnos/as en la muestra recogida de los dictados no tuvieron acceso al uso de ninguno de los diccionarios mencionados. Todo ello permite identificar la competencia lingüística de los alumnos/as, en su comprensión lectora, en su expresión escrita para dar cuenta de los sentidos de los términos que han de definir y, por último, en la adquisición de significados correctos convergentes o divergentes con los diccionarios.

Palabras clave: Título de grado - Competencias - Verificación - Comprensión lectora - Informática

DE LA MODALIDAD PRESENCIAL A LA MODALIDAD ON LINE DE FORMACIÓN PARA LA DIRECCIÓN Y GESTIÓN DE CENTROS

AUTORA

Visitación Pereda Herrero
Universidad de Deusto (España)
visi.pereda@deusto.es

La formación específica para la dirección en España se inició en el ICE de la Universidad de Deusto en 1969, por iniciativa de un grupo de jesuitas, preparados en Estados Unidos que crearon un departamento para la formación de directivos y para la investigación sobre el tema. Mariano Ibar, Jaime Filella y Glenn Immegart diseñaron un curso de formación pionero, sobre todo, por la metodología empleada, que tuvo gran impacto. Los participantes trabajaban de modo presencial, activo y práctico, adquiriendo destrezas y desarrollando sus habilidades a través de técnicas novedosas como: estudios de caso, *role playing*, simulaciones, negociaciones, resolución de problemas. La obra *Formación de Directivos de Centros Educativos*, cuyos autores son Immegart y Pascual (1995) presenta los materiales empleados y explica las estrategias utilizadas.

Desde aquellos primeros momentos hasta hoy, la Universidad de Deusto ha continuado ofreciendo asesoramiento y formación a los directores o futuros directores de centros educativos.

No obstante, la sobrecarga creciente de funciones que cada vez fueron acusando más las personas dedicadas a la dirección y gestión de centros, la falta de tiempo resultante y su dificultad para ausentarse de las escuelas en las horas de funcionamiento de éstas, por un lado y el desarrollo de las NNNT, por otro, fueron haciendo evidente la necesidad de una oferta de formación *on line*. Así surgieron, bajo dicho formato, diferentes cursos de formación continua para especialización en esta temática y finalmente el Máster Universitario en Dirección y Gestión de Centros Educativos, en colaboración con la Universidad Autónoma de Barcelona.

La transición de la presencialidad al trabajo a distancia dio lugar a numerosos cambios en muchos frentes y en ellos centra la atención esta comunicación. Los principales son: el perfil de los participantes, el perfil y las funciones de los profesores tutores, la importancia de la rapidez y tipo de *feed-back* proporcionado a los estudiantes, la presentación de los contenidos, el tipo de actividades, la variedad de canales de comunicación, la coordinación y gestión de la formación, los horarios y tiempos de funcionamiento, la relación con Secretaría y Administración, etc.

La narrativa de la trayectoria recorrida y la reflexión sobre la misma puede socializar y rentabilizar el aprendizaje construido a quienes dentro o fuera de la misma institución se propongan llevar a cabo experiencias similares.

Palabras clave: Formación presencial - Formación *on line* - Transición - Cambios - Aprendizaje construido

ACCESIBILIDAD DE APLICACIONES EDUCATIVAS PARA SMARTPHONE: EL CASO DE UMUAPP

AUTORES

Antonio Pérez Manzano y Ana Millán Jiménez

Universidad de Murcia

aperez@um.es y amillan@um.es

El espectacular desarrollo de las aplicaciones para *Smartphone* en los últimos años ha supuesto un aporte de valor añadido al desempeño cotidiano con este dispositivo. Concretamente, las aplicaciones educativas han evolucionado en paralelo con esta expansión, aumentando el volumen de recursos educativos y maximizando la explotación de herramientas educativas y de *e-learning*. El crecimiento ha sido tan acelerado que ha supuesto, en la mayoría de los casos, ignorar o pasar por alto los estándares mínimos en accesibilidad de recursos digitales, especialmente con el colectivo de alumnado con discapacidad, generando situaciones de marginación digital y, por ende, de desigualdad de oportunidades o segregación social en un ámbito tan relevante para el desarrollo profesional y personal como el educativo.

En el presente trabajo se detallan las actuaciones desarrolladas para la garantizar la adaptación y la accesibilidad de la aplicación educativa UMUapp, de la Universidad de Murcia, enfocada al acceso desde Smartphone al Campus Virtual de la Universidad de Murcia. Actuaciones diseñadas y aplicadas en función de la heterogeneidad de discapacidades que la pudieran utilizar y garantizando en todo momento la accesibilidad de los recursos y herramientas, tales como acceso a campus virtual universitario, noticias, agenda de actividades, mensajería individualizada, llamadas IP, geolocalización de la persona con discapacidad en caso de emergencia, asesoramiento on line, descarga de apuntes, seguimiento docente y tutoría virtual entre otras.

Con este fin se configuraron tres equipos: el equipo de desarrollo del Área de Tecnología de la Información y las Comunicaciones Avanzadas (ATICA), los técnicos del servicio de Atención a la Diversidad y Voluntariado (ADyV) y, por último, un grupo de testeo, para garantizar la usabilidad de la herramienta a desarrollar, formado por alumnos con diferentes tipos de discapacidades o necesidades específicas. Estos equipos planificaron las características de accesibilidad de la aplicación así como las necesidades educativas habituales a cubrir con la misma, garantizando la satisfacción en la experiencia de usuario del colectivo al que iba destinada y, especialmente, que la aplicación desarrollada pudiera ser utilizada por otras universidades con el mismo fin.

El desarrollo y puesta en práctica de UMUapp benefició a un total de 1.053 alumnos con discapacidad matriculados en la Universidad de Murcia. De igual forma permitió el acceso al Campus Virtual por primera vez a casi 100 alumnos/as con discapacidad, además de permitir el 100% de funcionalidad de las herramientas de este Campus Virtual a más de 300 estudiantes con discapacidad.

Palabras clave: Accesibilidad - Aplicaciones - *Smartphone* - Usabilidad - Discapacidad

DIDÁCTICA AUDIOVISUAL AVANZADA: NARRATIVAS EMERGENTES EN LA CONSTRUCCIÓN DEL APRENDIZAJE DIGITAL

AUTORES

Mario Rajas y Manuel Gértrudix

Universidad Rey Juan Carlos (España)

mario.rajas@urjc.es y manuel.gertrudix@urjc.es

El universo digital ha descubierto nuevas y fascinantes posibilidades de realizar y compartir contenidos didácticos y científicos. La red ha revolucionado la forma de aprender, de investigar, de comunicarse, en definitiva, de generar y de transmitir el conocimiento. La revolución persistente en la que se ha convertido la práctica educativa demanda un rediseño imaginativo, una readaptación creativa, abierta y constante que permite afrontar tanto las oportunidades o beneficios como las complejidades y problemáticas inherentes que provoca vivir en un permanente estado de transformación.

Los contenidos audiovisuales e hipermedia son parte fundamental de estos cambios y las preguntas se suceden unas a otras sin solución de continuidad: ¿qué características presentan las narrativas emergentes? ¿Cómo se elaboran los nuevos contenidos audiovisuales? ¿Qué potenciales funciones puede ejercer en el hipertrofiado ecosistema mediático actual? Y, sobre todo, ¿cuál es el activo papel que desempeña el estudiante en este asombroso mundo de la divulgación colaborativa?

En este texto se estudia la construcción del aprendizaje digital desde el punto de vista de la producción y difusión de contenidos audiovisuales con funciones en el ámbito educativo de los entornos de enseñanza-aprendizaje presencial y online.

Así, por un lado, se analizan los vídeos educativos desde la perspectiva de las técnicas narrativas (convencionales, crossmedia, etc.) introducidas para captar y mantener la atención del alumno y facilitar su participación activa en la experiencia formativa. Del mismo modo, se establece una clasificación de materiales y recursos atendiendo tanto a dichas funciones narrativas como a sus características tecnológicas o estéticas como relato audiovisual en distintos formatos educativos tanto en espacios presenciales tradicionales como en entornos virtuales propios de los Massive Online Open Courses (MOOC), los Small Private Online Courses (SPOC) así como en distintas estrategias didácticas como el Aprendizaje Basado en Problemas (ABP/PBL) o la Flipped Classroom.

Por otro lado, se reflexiona críticamente sobre las posibles potencialidades de este tipo de construcciones educativas en el contexto de la creación de contenidos audiovisuales en los medios de comunicación de masas.

De esta forma, finalmente, se valoran diversos trabajos audiovisuales no solo desde la perspectiva del resultado visual y sonoro, sino desde la observación del proceso de realización audiovisual que empieza con el guión literario y concluye, tras la puesta en escena, la fotografía y la integración musical, con la fase de postproducción y difusión, con la idea de detectar tendencias y estilos propios de los materiales didácticos contemporáneos.

Palabras clave: Aprendizaje en red - Narrativa audiovisual - Vídeo didáctico - Creación colaborativa - Convergencia digital

LOS VIDEOJUEGOS CON MUSICOMOVIGRAMAS COMO RECURSO DIDÁCTICO PARA LA EDUCACIÓN MUSICAL

AUTORAS

Sonsoles Ramos Ahijado y Ana M^a Botella Nicolás
Universidad Salamanca y Universidad Valencia (España)
sonsolesra@usal.es y ana.maria.botella@uv.es

El valor educativo de los videojuegos se apoya en el elemento motivador, que permite a los docentes aprovechar esa fascinación del alumnado por las aventuras digitales, para transmitir valores y contenidos curriculares de una manera atractiva e innovadora. Así, el docente puede utilizar la creación de videojuegos, convirtiéndose en un diseñador del proceso de enseñanza-aprendizaje en el aula, adaptado a su quehacer diario, al tiempo que justifica su uso en el proyecto curricular ante toda la comunidad educativa.

La presente propuesta está integrada por el videojuego “Las aventuras de Mozart y sus amigos”, creado con el software gratuito *E-adventure*. El videojuego está constituido por diferentes escenas, en las que el personaje principal es Wolfgang Amadeus Mozart, que dialogará y acompañará al jugador durante todas sus aventuras, inspiradas en el argumento de la ópera “La flauta Mágica”.

El jugador con la ayuda del príncipe Tamino, la princesa Pamina, el cazador de pájaros Papageno, la reina de la noche y Sarastro, deberá superar varios retos con actividades musicales y musicomovigramas basados en las siguientes arias: “Entrada de Papageno”, “La Reina de la noche” y “Papageno y Papagena”. Cuando el jugador concluya con éxito cada uno de los retos, obtendrá como recompensa una sección del libreto de la ópera “La flauta Mágica”.

Siendo conscientes del escaso recorrido de la música en el sistema educativo actual, nuestra principal finalidad es acercar a nuestros alumnos universitarios del Grado en Educación Primaria de la Mención de Música en la Escuela Universitaria de Educación y Turismo de Ávila (Universidad de Salamanca) y de la Facultad de Magisterio de la Universitat de y de València, a la realidad de su futuro profesional a partir de la creación del videojuego educativo “Las aventuras de Mozart y sus amigos” como herramienta para la docencia.

La evolución de los videojuegos en el ámbito educativo es eminente al fusionarse con diferentes recursos como por el ejemplo con los musicomovigramas, lo que nos ha permitido convertir una ópera como “La flauta Mágica” en un juego para niños titulado “Las aventuras de Mozart y sus amigos”.

Los resultados obtenidos demuestran un alto grado de consecución de los objetivos planteados, junto con una participación significativa de elementos innovadores, tanto en la vertiente de las estrategias didácticas como en la relativa a los recursos tecnológicos empleados.

Palabras clave: Videojuegos educativos - Musicomovigramas - Educación musical - Recurso didáctico - Ópera

EL FIN DE LAS POLÍTICAS 1:1 Y LA PRÁCTICA DOCENTE DEL PROFESORADO DE PRIMARIA Y SECUNDARIA: EL CASO DEL PLAN ESCUELA 2.0 ANDALUZ

AUTORES

Manuel Rodríguez López y Mercedes Llorent Vaquero

Universidad de Sevilla (España)

rodri@us.es y mllorent@us.es

La austeridad que caracteriza las políticas europeas desarrolladas en tiempos de crisis se refleja de manera significativa la inversión en distintas iniciativas de carácter social. En el ámbito educativo, estos recortes económicos se han sentido especialmente sobre la apuesta por el impulso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, específicamente con la supresión de políticas basadas en los modelos 1:1 (un ordenador, un niño).

Este trabajo se enmarca en el contexto de una investigación aprobada y financiada por el Plan Nacional de I+D+i, con el código EDU2010-17037, titulada “Las políticas de un «ordenador por niño» en España. Visiones y prácticas del profesorado ante el Programa Escuela 2.0. Un análisis comparado entre Comunidades Autónomas.”.

El estudio pretende caracterizar el impacto de las TIC sobre la práctica docente cotidiana tras la supresión del Plan Escuela TIC 2.0 en la Comunidad Autónoma Andaluza, interesándonos especialmente por sus efectos sobre el profesorado de primaria y secundaria en áreas como las concepciones del aprendizaje, la organización y estructura de la actividad de aula, su trabajo en red, su manera de acometer el proceso de enseñanza-aprendizaje y sus emociones.

La muestra total objeto de estudio la conforman 119 docentes pertenecientes a 16 centros de la provincia de Sevilla. Tras haber realizado un muestreo por cuotas, en la que la unidad muestral es el centro educativo. El criterio principal que ha articulado la selección muestral ha sido que el centro acredite una larga trayectoria en el uso integral de las TIC y desarrollo de Buenas Prácticas educativas con TIC. La selección de centros se realizó a propuesta de los Centros de Procesorado (CEP) de Sevilla y Alcalá de Guadaira.

Los resultados caracterizan las dimensiones validadas (operativizadas a partir de los objetivos del propio Plan Escuela TIC 2.0 de la Junta de Andalucía) y, a través de la inferencia estadística y estadística multivariante, sus relaciones con el resto de constructos tales como haber sido coordinadores TIC del centro, haber participado en el Plan escuela TIC 2.0, haber participado en grupos de innovación en TIC, haber realizado cursos de formación en TIC y su interés por seguir aplicando la filosofía del Plan Escuela TIC 2.0 aún habiéndose suprimido el programa, etc.

Palabras clave: Tecnología Educativa - Política Educativa - Prácticas Educativas - Influencia de la Tecnología - Indicadores Educativos

NUEVOS ESCENARIOS DE APRENDIZAJE. TIC Y VARIABLES AFECTIVAS EN EL APRENDIZAJE DE IDOMAS

AUTORA

Nieves Rodríguez Pérez
Universidad Oviedo (España)
nirope@uniovi.es

La adecuación del sistema educativo universitario al Espacio Europeo de Educación Superior se está orientando hacia un nuevo formato, plantea nuevos retos en la organización académica, en los recursos didácticos y en nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje de idiomas. Con la incorporación en el aula de las TIC se abandonan las prácticas clásicas en torno a la pizarra y al discurso fundamentado en clases magistrales; los nuevos recursos educativos exigen del profesor y de los egresados un cambio de mentalidad en la forma de llevar a cabo y de enfrentarse a la enseñanza-aprendizaje de una nueva lengua y cultura. Los recursos didácticos en línea han cambiado la forma de relacionarse y socializarse, (Gil-Juárez Vall-llovera, et.al. 2010) y, en el campo de la enseñanza, son un puente entre el individuo y la lengua-cultura objeto de estudio (Pastor, 2004; Salmón, 2004).). En la actualidad forman parte de la actividad docente y plantean una nueva revolución en la Enseñanza Superior (Agarwal, 2012).

El objetivo de este trabajo es analizar las prácticas emocionales de los alumnos cuando la adquisición de un idioma se lleva a cabo mediante el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación; arrojar luz sobre el estado de debate, si las TIC abren un nuevo camino hacia el aprendizaje de lenguas extranjeras y si despiertan emociones en los participantes, negativas o positivas que fomenten la motivación por el aprendizaje. Es comúnmente aceptado que un ambiente agradable y distendido estimula a los componentes del grupo a intercambiar opiniones y a tomar decisiones (Pastor, 2004; Salmón, 2004; Palomo, Palmero, y Sánchez 2006).

Esta investigación se plantea con 120 estudiantes familiarizados con herramientas multimedia (Internet, correo electrónico, Chat, foros, páginas Web, etc.), canales de comunicación que permitieron el intercambio de trabajos y de información muy diversa, entre los propios alumnos y entre los alumnos y el profesor. Para la realización del estudio utilizamos un cuestionario construido con doce preguntas. El análisis de los datos cuantitativos y cualitativos lo llevamos a cabo con el programa Excel a partir del cual elaboramos la estadística y con el ATLAS/TI.

Los resultados más destacables son:

1. Las TIC son una herramienta que genera más emociones positivas en los alumnos que en los profesores.
2. Los profesores se refieren con frecuencia a emociones negativas generadas en el aprendizaje de idiomas mediante el uso de recursos online. La causa más citada es la pérdida de control de los alumnos en el aula.
3. Para la mayoría de los egresados las TIC ejercen una influencia positiva en su aprendizaje. La causa más nombrada es que le ayudan en el refuerzo de contenidos y en la comprensión de otra cultura.
4. Las TIC, para algunos alumnos, generan emociones negativas. Especialmente atribuyen sus causas a la distracción en otras tareas.
5. las instituciones educativas deberían implementar estas tecnologías y promover la formación tanto a profesores como a alumnos para que ambos disfruten de las ventajas que ofrecen.

Palabras clave: TIC-emociones - Enseñanza aprendizaje - Idiomas

«ESCUELA 2.0» Y «CONECTAR IGUALDAD», ACCIONES PARA LA INCLUSIÓN DE LAS TIC EN LA ESCUELA PÚBLICA: REALIDADES Y PROSPECTIVAS

AUTORES

Javier Rodríguez Torres y Pablo Sánchez Antolín
Universidad de Castilla La Mancha (España)
javier.rtorres@uclm.es y Pablo.Sanchez@uclm.es

La incorporación de diferentes dispositivos digitales individuales para alumnos y docentes de los distintos niveles educativos, se está transformando en una tendencia mayoritaria en las actuales políticas gubernamentales de inclusión digital, inclusión social y de mejoramiento de las oportunidades educativas de los sistemas educativos de Europa e Iberoamérica.

Nuestra experiencia de investigación en distintos proyectos I+D+I sobre «Escuela 2.0» y nuestra estancia en la UBA y contactos con el programa «Conectar igualdad» nos animan a plantear el siguiente trabajo que recoge informaciones de dos países (España y Argentina) actualmente involucrados en programas de dotación masiva de equipamiento a alumnos y docentes, comúnmente denominados “modelos 1 a 1”.

Confrontamos cada uno de los puntos significativos:

- Usos de las TIC en la práctica docente de aula.
- Las TIC en la organización del centro y la comunicación con el entorno.
- Los usos de las TIC por el alumnado.
- Los usos de las TIC por el profesorado y sus demandas de formación.
- La valoración y expectativas de impacto de ambos programas.

Palabras clave: Dispositivos digitales - Políticas educativas - Programas de dotación masiva de TIC - Usos de las TIC

LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL DE PERSONAS MAYORES A TRAVÉS DE LA MÚSICA EN LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTOR

Gonzalo Roldán Herencia
Universidad de Jaén (España)
groldanuja@gmail.com

El Seminario de Música del Aula Permanente de Formación Abierta de la Universidad de Granada ha incorporado el trabajo con un blog digital para fomentar la alfabetización digital del alumnado mayor que cursa este programa formativo. Este programa está dirigido a alumnado entre 55 y 99 años, cuyo perfil medio es de usuario limitado de las tecnologías de la información y la comunicación (TT.II.CC.).

Para fomentar la alfabetización digital en este sector de la sociedad se ha diseñado un blog digital concebido no sólo como una herramienta de consulta, sino también de exploración, a partir de la cual se puede tanto revisar el contenido de las sesiones de trabajo presencial como ampliar conocimientos. El aprendizaje en el uso de portales musicales tales como Youtube o Spotify ha abierto un nuevo universo virtual al alumnado, que en las encuestas se declara amante de la música, y por tanto encuentra en estos buscadores un amplio abanico de opciones de búsqueda.

Para valorar la recepción y eficiencia del blog digital con el que se ha trabajado, se ha realizado un análisis estadístico a través de un estudio basado en 120 alumnos del “Seminario de Música”, que han recibido información y formación en el uso del blog digital de la asignatura. Se les ha pasado una encuesta de valoración tanto al comienzo de la asignatura (antes de trabajar con las herramientas digitales descritas) como al final de la misma (una vez desarrollado el proceso de alfabetización digital).

Los resultados de la encuesta revelan un alto porcentaje de alumnado, en torno al 90 %, que se ha sentido atraído por el blog digital. De dicho porcentaje, cerca de la mitad declaró no haber utilizado nunca antes este tipo de herramientas de consulta. Entre los elementos más valorados del blog se encuentran los siguientes:

- Posibilidad de volver a consultar la información suministrada durante las sesiones presenciales de trabajo.
- Poder comunicarse online con sus compañeros y con el profesorado a través del blog, bien para ofrecer su opinión, bien para resolver dudas.
- Fácil acceso a buscadores tales como Youtube o Spotify, con los que un 45 % del alumnado no había trabajado con anterioridad.
- Crecimiento del interés por las TT.II.CC.
- Satisfacción por sentirse hábiles y ganar confianza en el uso de un medio digital.
- Analizar la importancia que se le da hoy en día al uso de herramientas digitales para integrarse en la sociedad tecnológica.

Preguntados por sus intenciones de trabajar en el futuro con este tipo de herramientas, el 100% de los encuestados que hay utilizado el blog repetirían la experiencia, y desearían que se integrasen en otras asignaturas que reciben dentro del programa.

Palabras clave: Educación de mayores - Alfabetización digital - Música - *Blog* - Youtube - Spotify

LA ENSEÑANZA DE LAS TIC EN LAS COMUNIDADES INDÍGENAS WAYUU: INNOVACIÓN EDUCATIVA O RUPTURA DE TRADICIONES ANCESTRALES

AUTORAS

Lilia Cristina Romero Hurtado y Doris Colina de Andrade

Universidad Rafael Bellosó Chacín (Venezuela)

gabiemerson@hotmail.com y dmcolina@urbe.edu.ve

La presente investigación tiene como propósito fundamental reflexionar sobre la importancia del uso de las Tecnologías de información y comunicación TIC'S en las comunidades indígenas wayuu, desde una perspectiva intercultural e innovadora asumiendo la presencia de estas herramientas como facilitadoras y orientadoras del quehacer de todos los seres humanos, que posibilite reafirmar la identidad cultural, afianzar las tradiciones culturales, generar seres humanos con capacidades críticas, y dispuestos a mirar hacia el futuro sin desconocer los saberes ancestrales, ello implica orientar el quehacer pedagógico a través de la enseñanza de una cultura de las diferencias y el uso crítico de las herramientas en donde el educador juegue un papel fundamental como orientador y dinamizador en el proceso enseñanza, y el educando en su misión de aprender, es decir una verdadera coparticipación de saberes.

Por tanto, la educación es el pilar estructural del desarrollo social de los pueblos, y en consecuencia, la labor docente dentro de las etnias cobra interés sobre todo cuando se trata de formar tomando en consideración los avances tecnológicos. Aun cuando los wayuu o guajiros como grupos étnicos siguen un modelo de poblamiento disperso y mantienen todavía sus signos de identidad, en especial el idioma y sus ancestrales valores culturales. No obstante, la situación es distinta en el caso de los indígenas que emigran a las grandes ciudades, donde difícilmente consiguen adaptar sus formas de vida al ritmo urbano. De allí la importancia de estudiar esta etnia en la Guajira colombiana, por cuanto en su formación y transformación en los cambios sociales se hace necesario el empleo de tecnologías de comunicación e información vanguardistas, que coadyuven al desarrollo de estas personas de manera adecuada con los cambios socioculturales que involucran la formación o educación formal. No se puede olvidar que la tecnología y la informática han avanzado si se quiere a pasos agigantados, por ende nadie debe quedarse rezagado con respecto a estas herramientas tecnológicas, aun cuando se pueda presentar resistencia a los cambios, es necesario seguir adelante. En ese sentido, es necesario precisar el rol del educador como facilitador de los aprendizajes, aunado al hecho de trabajar la interculturalidad respetando las costumbres étnicas de los sujetos participantes de este trabajo, procurando involucrar en los avances tecnológicos a estas individualidades, para que éstos a su vez repliquen los conocimientos adquiridos en todos aquellos interesados en formarse en esta rama del saber.

El trabajo se apoya para la aproximación teórica en algunos autores entre los cuales se encuentran, Gigli, J. 2005, Martínez, 2001, Paulo Freire, 2001(1972) Giroux 1994, La metodología empleada es la investigación cualitativa bajo el enfoque hermenéutico interpretativo, empleándose como método fundamentalmente la etnográfico, se tomarán como unidades informantes a los docentes que laboran en las escuelas de la raza wayuu en la Guajira colombiana, y los resultados serán expuestos como parte de las conclusiones cooperando de esta manera con el saber científico, en procura de desarrollar en esta población lo que se conoce como la sociedad del conocimiento y la tecnología informatizada.

Palabras Clave: TIC - Pueblos Indígenas Wayuu - Identidad - Innovación educativa

CARACTERÍSTICAS INHERENTES PARA OER'S ACCESIBLES

AUTORES

Audrey Romero Peláez y Juan Carlos Morocho
Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
aeromero2@utpl.edu.ec y jcmorocho@utpl.edu.ec

Las innovaciones tecnológicas han revolucionado la forma de comunicarse, interactuar y compartir información. De igual manera, el movimiento por el acceso abierto, que persigue la difusión libre y gratuita de la información científica, ha aportado de manera significativa, debido a que ha extendido esta filosofía al material educativo.

Existen una gran variedad de recursos educativos sobre diferentes temáticas, que se almacenan en repositorios a los que se puede acceder de forma gratuita por medio de la Web. La accesibilidad es un criterio relevante de la calidad de OER, para el “acceso a todos” al conocimiento. Por esta razón, se han considerado trabajar en las características poder considerar un OER accesible y a la vez cumpla con sus características inherentes de OER (abierto, educativo, objeto/recurso).

A partir del modelo de calidad general de OER del proyecto quality4OER (aún no publicado) se ha identificado las características esenciales para caracterizar un OER accesible, que pueden ser aplicados como un atributo de calidad en los repositorios de recursos educativos abiertos.

Palabras clave: OER – OCW - Recursos educativos abiertos - Calidad - Accesibilidad

MODELO PEDAGÓGICO EN EDUCACIÓN A DISTANCIA. ACCIONES INSTITUCIONALES PARA SU IMPLEMENTACIÓN

AUTORES

Inidia Rubio Vargas y Juan Abreu Payrol

Instituto de Farmacia y Alimentos de la Universidad de la Habana (Cuba)

irubio122@yahoo.com.br y jabreu@ifal.uh.cu

La experiencia que se presenta en este trabajo se sustenta teórica y metodológicamente en las concepciones pedagógicas del ámbito universitario actual, esta se orienta a incorporar modelos de formación que se correspondan con las necesidades y posibilidades reales del Instituto de Farmacia y Alimentos de la Universidad de La Habana, se hace una propuesta de acciones institucionales para diseñar e implementar cursos por la modalidad de Educación a Distancia, que realmente sea garante de la calidad y pertinencia del proceso de enseñanza aprendizaje, en tal sentido se organizan las etapas para la implementación del modelo considerando los niveles actuales de desarrollo institucional y los objetivos estratégicos identificados por la alta dirección del instituto.

En el modelo se organizan acciones institucionales en los ejes siguientes:

1. Preparación de los docentes y directivos para el uso de las plataformas de comunicación y la generación e implementación de modelos pedagógicos semi presenciales y a distancia atendiendo a las particularidades de los procesos formativos de pregrado y postgrado.
2. Implementación de experiencias en los cursos presenciales, donde se validen diferentes recursos de aprendizaje, sobre todo en la orientación y control del trabajo independiente de los estudiantes utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicaciones, en la aplicación del proceso evaluativo con herramientas informáticas que faciliten la evaluación, auto evaluación y hetero evaluación, el diagnóstico, el aprendizaje por problemas, el aprendizaje por descubrimiento y otros métodos que se orientan al uso de un estilo investigativo en los métodos de estudio.
3. Ajuste de los recursos educativos en la enseñanza frontal, tránsito paulatino del modelo presencial al modelo de educación a distancia o coexistencia de ambos en correspondencia con los niveles de desarrollo que se alcancen por carreras, programas de formación posgraduada.
4. Implementación, evaluación y seguimiento de Modelos de Educación a Distancia en correspondencia con las estrategias institucionales.

En todas las etapas es base el desarrollo de las plataformas de almacenamiento, comunicación y compartición de recursos educativos, de las experiencias que se desarrollan en los diferentes ámbitos educativos de la institución, de los métodos de validación y evaluación de la calidad del proceso formativo, es relevante las acciones que se organizan para propiciar el desarrollo evolutivo de los sistemas de medios de las asignaturas y disciplinas, considerando las condiciones tecnológicas reales de la institución, los niveles de desarrollo que van alcanzando los profesores y los objetivos y concepciones de los planes y programas de formación de pregrado y postgrado.

Palabras claves: Educación a distancia - Gestión institucional - Modelo pedagógico

MEDIACIÓN PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA PARA LA CIUDADANÍA ACTIVA: INTERCULTURALIDAD Y DERECHOS HUMANOS

AUTORA

Clara Janneth Santos Martínez

Universidad Autónoma del Caribe (Colombia)

janneths@hotmail.com

Esta ponencia se inspira en una línea de trabajo que tiene como eje la creación de escenarios de comunicación y de formación en el aula virtual de aprendizaje, AVA, explorando las posibilidades de mediación comunicacional, pedagógica, y tecnológica con ayuda de las TIC. El modelo a emplear aplicado al contexto colombiano, toma como marco teórico principal los estándares de competencias en TIC para docentes (ECD-TIC). De los tres enfoques formulados por la UNESCO, a saber: Enfoque de Nociones Básicas en TIC; Enfoque de Profundización del Conocimiento y Enfoque de Generación de Conocimiento, se aplicará el enfoque relativo a ‘la profundización del conocimiento’, cuyo objetivo consiste en “incrementar la capacidad de estudiantes, ciudadanos y trabajadores para agregar valor a la sociedad y a la economía, aplicando conocimientos de las disciplinas escolares a fin de resolver problemas complejos y prioritarios con los que se encuentran en situaciones reales en el trabajo, la sociedad y la vida.” (UNESCO; 2008: 12).

No se trata aquí de un simple trasvase de formas o estructuras del mencionado modelo sino de un análisis del contexto colombiano que se apoya en el uso pedagógico de las TIC (incluyendo aquí los ‘*mass media*’ y las nuevas tecnologías derivadas de Internet), ante la especial necesidad, en Colombia, de brindar vías formativas para crear una cultura de paz y ofrecer desde la educomunicación alternativas a la solución del conflicto o posconflicto en el panorama de una situación beligerante que se ha desarrollado en todos los sectores y esferas del país, por más de un siglo, mediante diferentes manifestaciones de la violencia representadas a través de diferentes grupos y subgrupos que han emergido ininterrumpidamente a lo largo del siglo XX y XXI.

El planteamiento de esta actividad docente tendrá en cuenta experiencias anteriores (se mencionan aquí dos referentes: PIMCD-UCM 2013 y 2014) con desarrollos sobre el trabajo colaborativo y el fortalecimiento de una actitud autónoma de los estudiantes, además de la aplicación de buenas prácticas en ambientes virtuales y, por supuesto, la promoción de la interculturalidad y/o valores democráticos y de respeto por los derechos humanos como elementos clave para el crecimiento de ciudadanos activos en las Sociedades del Conocimiento. Se utilizará el LMS Moodle y se considerarán las posibilidades multiplataforma como instrumento eficaz para desarrollar el trabajo académico dentro del marco de Apoyo al Aprendizaje Presencial que tiene la Universidad Autónoma del Caribe.

Palabras clave: Mediación social – Derechos Humanos – Interculturalidad – Trabajo Colaborativo – Ciudadanía activa

DEBATE Y CONSTRUCCIÓN DEL CONCEPTO ‘MOOC’ EN 140 CARACTERES

AUTORA

Sonia Santoveña Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

ssantovena@edu.uned.es

Es obvio que el debate sobre los *Massive Open Online Course* (MOOC), en español, Curso Online Abierto Masivo, está abierto en el ámbito académico y, sobre todo, entre los profesionales relacionados con el área de conocimiento. El interés se ve reflejado en el aumento de la oferta de cursos, la multitud de debates desarrollados en la web y en la blogosfera, el creciente número de investigaciones realizadas en los últimos años y publicadas en revistas de impacto (Chiappe-Laverde, Hine y Martínez-Silva, 2015; Selwyn, 2014), como se refleja en el hecho de que, después de la aparición de los primeros cursos, Google Alerts identifica más de 400 recursos en red relacionados con los MOOCs (Baggaley, 2013).

Desde diferentes perspectivas y orientaciones se discute sobre qué se entiende por ‘MOOC’, qué significa y cuáles son sus implicaciones, si es posible considerarlo un forma innovadora de enseñanza, relevante, de interés y eficaz.

El objetivo general de investigación es estudiar si ha tenido lugar un debate público en Twitter que haya contribuido a la construcción del concepto ‘MOOC’. Se estudió el concepto de ‘MOOC’, haciendo una búsqueda, a través de la herramienta Twitter Archiving Google Spreadsheet (TAGS), de los tweets enviados en dos periodos temporales: del día 03/09/2014 al 09/09/2014 y del día 07/04/2015 al 13/04/2015. Se obtiene una población de: 13,183 tweets, de los cuales 9,227 son mensajes directos.

Por otra parte, se ha llevado a cabo un análisis descriptivo y un análisis de contenidos. El análisis descriptivo, pretende responder a la pregunta ¿cómo se ha desarrollado el proceso de comunicación? Y el análisis de contenidos busca responder a la pregunta ¿qué tipo de debate se ha llevado a cabo?

En líneas generales, es posible concluir que no se ha registrado un debate en Twitter, durante el periodo de tiempo estudiado, relativo a lo que significa el concepto MOOC o su implicación en la educación. La mayor parte de los mensajes han sido enviados por instituciones implicadas en el desarrollo de estos cursos, haciendo referencia a los contenidos de sus cursos, destinatarios y características básicas, proporcionando el enlace para ampliar información y/o registrarse en el curso. Sin embargo, aunque no hay debate en Twitter, se observan algunos mensajes concernientes a la evolución, el futuro y su repercusión en la educación de los MOOC.

Palabras clave: Redes sociales - MOOC - Debate

JUEGOS SERIOS COMO HERRAMIENTA PARA CONSTRUIR APRENDIZAJE EN LA ENSEÑANZA SUPERIOR

AUTORAS

Ana Cristina Urquidi Martín y Carmen Tamarit Aznar

Universitat de València (España)

urquidi@uv.es y carmen.tamarit@uv.es

Si analizamos la concepción del aprendizaje y las estrategias de enseñanza dirigidas a promoverlo, observamos que han experimentado cambios sustanciales en los últimos años. La enseñanza tradicional proporcionaba información al alumno, limitándose la función de éste a asimilarla mediante la práctica y la repetición. Por el contrario, actualmente, se considera que el aprendizaje no puede ser transmitido, sino que debe ser construido por el propio individuo (constructivismo), destacando como cualidades la abstracción y la transferencia, que sólo son posibles cuando el alumno aplica sus conocimientos a una actividad plena de sentido y en contextos variados, que permitan la generalización.

La docencia universitaria siempre ha buscado adoptar marcos teóricos y metodologías enseñanza-aprendizaje que le permitan aproximaciones directas a acontecimientos y situaciones del mundo real, siendo un ejemplo de ello las clases prácticas organizadas, tanto dentro de los espacios destinados a la docencia (aulas, laboratorios, etc.) o en marcos naturales externos (prácticas de campo, visitas, etc.) o en mediante el análisis de estudios de casos o en aprendizaje orientado a proyectos, entre otros.

Los juegos serios o simulaciones tienen como objetivo duplicar las características y comportamientos propios de un sistema real. Los participantes han de enfrentarse a retos que reproducen modelos simplificados de la realidad. La persona, individual o colectivamente, pone en práctica sus habilidades técnicas, y todas las decisiones son responsabilidad suya, permitiendo experimentar, y si el resultado es erróneo, se recibe el estímulo de intentarlo otra vez.

Así pues, consideramos que los juegos serios serían una herramienta útil para el aprendizaje de los alumnos universitarios, ya que los acerca a escenarios reales, y el conocimiento es construido o reconstruido por ellos mismos a través de la acción. Sin embargo, es difícil afirmar que estos juegos de simulación realmente cumplen con los requisitos y expectativas de los alumnos, y además es complejo determinar si el juego cumple con los objetivos de aprendizaje marcados.

Por todo ello, creemos importante y necesario contribuir a la validación sobre la base de la evidencia empírica y el uso en el aula de los juegos serios como herramientas eficaces en el aprendizaje en la universidad. Para ello, hemos implementado simulaciones en una asignatura de Grado de la Facultat d' Economia de la Universitat de València en el curso académico 2014-2015, con el objetivo de contrastar si a partir de la utilización de éstas, los alumnos adquieren y desarrollan habilidades que se adapten a las necesidades curriculares y a los requisitos demandados por la empresa y la sociedad.

Palabras clave: Juegos serios - Enseñanza superior - Innovación educativa - Aprendizaje activo

EL USO Y ABUSO DE LAS TIC EN LA ENSEÑANZA DE LAS MATEMÁTICAS EN LOS ESTUDIOS DE CORTE ECONÓMICO-EMPRESARIAL

AUTORAS

María José Vázquez Cueto, Enriqueta Camacho Peñalosa e Inmaculada Masero Moreno

Universidad de Sevilla (España)

pepi@us.es, enriquet@us.es e imasero@us.es

Los alumnos que acceden a los diversos Grados que existen en la actualidad de tipo económico y/o empresarial, siguiendo la corriente predominante en estos tiempos, buscan fundamentalmente el utilitarismo en todas y cada una de las materias que componen sus estudios. Así, la disciplina MATEMÁTICAS es considerada, generalmente, como muy abstracta y ajena a sus intereses. Si a esto lo unimos el hecho de que la mayoría de ellos la abandonaron, en cuanto tuvieron ocasión, en sus estudios previos, los profesores que impartimos estas materias nos encontramos en nuestras aulas universitarias con un público, si no enfrentado directamente, sí predispuesto al “no entiendo nada” y al temido “¿y esto para qué sirve?”, expresiones, ambas, bastantes desmotivadoras para las dos partes: docente y discente.

En la búsqueda de que la disciplina “agrade”, los docentes hemos utilizado algunas de las múltiples posibilidades que ofrecen las “nuevas tecnologías”. Estas herramientas son de fácil comprensión para los alumnos y, además, como están familiarizados con ellas de manera general, les resulta amena. Ahora bien ¿no hemos con esto perdido algunas de las características intrínsecas de las Matemáticas? Su misión no es sólo utilitarista, que lo es, y mucho, sino que también estructura y ordena la mente preparándola para nuevos desarrollos futuros.

En este contexto que desarrollamos nuestro trabajo, tratando de discernir entre el uso y el abuso de las TIC en la enseñanza. Para ello pretendemos ofrecer una guía práctica de “buenos usos” junto con ejemplo de “abusos”, de tal forma que la enseñanza de las Matemáticas llegue a combinar el atractivo con la rigurosidad.

Palabras clave: Matemáticas - TIC - Docencia - Metodología

PROPUESTA DE OBJETO DE APRENDIZAJE: “ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE ESPAÑOL EN UN BLOG”

AUTORA

Giovanna Marcella Verdesi Hoy
Universidade Católica de São Paulo (Brasil)
giovannaverdessihoy@yahoo.com.br

Este trabajo pretende discutir cómo el blog, una de las herramientas digitales disponibles en la web, puede ser utilizado para crear un Objeto de Aprendizaje (desde ahora OA) capaz de contribuir para la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera. Asimismo, propone la creación de un OA utilizándose de un blog para favorecer las interacciones, la colaboración, la participación, y la autoría entre los alumnos.

Los objetivos surgieron de las siguientes preguntas: i) Cómo el blog puede contribuir en el diseño de un OA para la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera?; Qué se debe llevar en cuenta para el diseño del OA y qué procedimientos adoptar?

Para desarrollar la propuesta, se adoptan los aportes teóricos a seguir: i) el enfoque sociocultural de Vygotsky (MOREIRA, 2014; LEFRANÇOIS, 2008) para la reflexión sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje; ii) la Lingüística Sistémico-Funcional de Halliday en la concepción de lenguaje; iii) los estudios de Wiley (2000), de Mendes, Souza y Caregnato (2007) en la definición de OA, y; iv) el trabajo de Gama (2007) en la tipología de OA. También se utilizan los trabajos de Lanza (2007) y Durán (2011) sobre la participación de las TT.II.CC., específicamente de los blogs, en los procesos educacionales.

En la metodología se utilizó el concepto de Diseño Instruccional de Filatro e Piconez (2007), que es definido por las autoras como un proceso que incluye, desde la concepción de la actividad hasta las formas de evaluación.

El trabajo muestra que el blog es una herramienta de las TT.II.CC bastante útil para la creación de un OA del español como lengua extranjera. Sirve como apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje por su característica interactiva, facilidad de uso, accesibilidad y capacidad de incluir textos, videos, imágenes, ejercicios y otras actividades.

Además, se observó que uno de los procedimientos que contribuyen para el diseño del OA es la inclusión del docente como colaborador y coautor de las actividades y la importancia de la adopción de teorías de enseñanza-aprendizaje durante todo el proceso.

En suma, esta propuesta puede servir como punto de partida para la discusión de la utilidad del blog en el desarrollo de un OA, bien como una oportunidad de aplicación en clases de español como lengua extranjera con el objeto de testarlo.

Palabras-clave: Objeto de aprendizaje - *Blog* - Enfoque sociocultural - Lingüística sistémico funcional

LA EDUCACIÓN ON LINE Y LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

María Lourdes Vinuesa Tejero y Elena Fernández Martín
Universidad Complutense de Madrid y CES Don Bosco (España)
mlourdes@ucm.es y elenafdezmartin@gmail.com

La educación y, el acceso a la misma, es uno de los aspectos más importantes de una sociedad. Por ello, cualquier cambio en su ámbito es objeto de interés. En España, al igual que en el resto de países inmersos en procesos de modernización, la aplicación de las nuevas tecnologías a la formación educativa ha sido objeto de análisis desde el mismo momento de su implantación como se viene recogiendo, anualmente, en el Informe sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España: «eEspaña2014». Pero, lo que realmente nos ha parecido interesante es no quedarnos en los simples datos comparativos con el resto de países que utilizan las TIC, si no que hemos considerado que como docentes y estudiantes y con el fin de mejorar la formación on-line, sería muy interesante conocer de primera mano qué es lo que piensan algunos de los usuarios de la misma.

Desde que en 2004 se acuñara el término *e-learning* (formación on-line) se esperaba que habría una implantación casi total, que se aprendería más y mejor, y que se reducirían las trabas para acceder a la educación. Pero, los informes y artículos manejados demuestran que los problemas fundamentales siguen sin resolverse (aburrimiento, diseño, acceso...) Además, este interés es muy pertinente puesto que el actual ministro de Educación, Ignacio Wert, tiene pendiente, aún, el decreto de creación de nuevas universidades dónde se van a incluir condiciones para los nuevos centros on-line. En nuestro caso, pues, nos interesa la evolución de la formación on-line y, hemos considerado que una vez que han pasado más de diez años desde las primeras aplicaciones, debíamos centrarnos en la percepción sobre la formación on-line que tienen algunos de sus usuarios.

Por tanto, el principal objetivo de nuestra investigación pasa por conocer cuál es la percepción real que los alumnos universitarios del área de Comunicación y del área de Educación tienen sobre la educación online. Así, y a través de una encuesta que han contestado una muestra significativa de estudiantes, hemos analizado algunas cuestiones que pueden resultar muy interesantes con ánimo de describir el estado actual de la formación *online*.

En relación a este objetivo de investigación, en el cuestionario se ha trabajado con ítems que han permitido conocer cuál es el uso que los alumnos hacen de esta tipología educativa; qué grado de utilidad le confieren; qué grado de satisfacción en el caso de quienes han participado de ello alguna vez o los posibles aspectos de mejora que ellos mismos han podido detectar a través de su experiencia en este campo educativo. De esta forma, esta investigación pretende presentar un análisis estadístico que recoja de forma precisa qué percepción sobre la educación online tienen los estudiantes universitarios de hoy.

Palabras clave: Educación - Formación on-line - Estudiantes - Universidad - Percepción

CORPORATE M-LEARNING: NUEVOS RETOS DEL APRENDIZAJE EMPRESARIAL

AUTORES

Juan Carlos Yáñez Luna, Mario Arias Oliva, Mar Souto Romero y Antonio Pérez Portabella

U. Autónoma de San Luis Potosí (México) y U. Rovira i Virgili de Tarragona (España)

jcyl@uaslp.mx, mario.arias@urv.es, mar.souto@urv.cat y antonio.perezportabella@urv.cat

Actualmente el mundo se encuentra inmerso en una globalización tecnológica en donde se ven la computación móvil y ubicua aumentan de forma exponencial. La práctica de estos conceptos ha permitido a los negocios acceder a nuevas y sofisticadas redes de comunicación, permitiendo la conectividad en cualquier momento, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo. Esta evolución también ha llevado a que los mercados se enfoquen en desarrollar nuevas tecnologías, aplicaciones, servicios y soluciones tanto individuales como empresariales basadas en la ubicuidad.

En el campo de la formación se ha considerado que el uso de las tecnologías permite fortalecer cualquier proceso de aprendizaje. Melgar y Donolo (2011) aportan un innovador enfoque de especial relevancia en entornos corporativos: el proceso aprendizaje es Social, Situado y Distribuido. Así pues, el uso de dispositivos tecnológicos, especialmente los móviles, nos permiten el acceso a una nueva dimensión del aprendizaje colaborativo. Esas situaciones, tal y como Chuang (2009) señala, podrían ofrecer nuevas oportunidades para el aprendizaje corporativo, en cualquier lugar y en cualquier momento, rompiendo las barreras de aprendizaje corporativo formal tradicional.

En este sentido, los dispositivos móviles permiten a los empleados interactuar con los sistemas empresariales, como gestión de relaciones con los clientes (CRM), planificación de recursos empresariales (ERP), Enterprise Asset Manager (EAM), etc., resultando una excelente herramienta para aumentar la productividad de los empleados (Jewell, 2011). En el entorno de aprendizaje corporativo, también se ha estudiado el impacto que tienen las tecnologías móviles en la productividad de los estudiantes, en este sentido Jokic y otros (2010) señalan que el aprendizaje electrónico se utiliza para aumentar las habilidades de los empleados así como también el rendimiento en sus funciones.

En este artículo consideraremos una de las características principales de la computación ubicua: la sensibilidad al contexto. Se considera como un sistema sensible al contexto a la capacidad de utilizar los elementos del entorno y suministrar la información otorgando mejores servicios para el usuario, de manera flexible y manejable (Vladoiu y Constantinescu 2011; Boxiang y otros 2014). Por lo tanto la esencia de este trabajo se centra en realizar una investigación en la literatura académica existente en el área, se pretende realizar una metodología de mapeo sistemático para identificar los factores más relevantes que influyen en este entorno: Aprendizaje móvil, ubicuidad y sensibilidad al contexto. Nuestro enfoque de la investigación será la de hacer las siguientes preguntas: ¿Es *mLearning* utilizado por las empresas para capacitar a los empleados? y como segunda cuestión: Basados en *mLearning*, ¿Qué factores influyen en la adquisición de competencias en entornos de sistemas sensibles al contexto?

Palabras clave: Aprendizaje móvil - Sensibilidad al contexto - *Corporate Learning*

IMPACTO DEL MODELO PEDAGOGICO UNIMINUTO EN LA FORMACION DE FUTUROS PROFESIONALES “SOCIALMENTE RESPONSABLES” BUCARAMANGA-SANTANDER

AUTOR

Óscar Javier Zambrano Valdivieso

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO en Bucaramanga en Santander (Colombia)
ozambranov1@uniminuto.edu.co, oscarj.zambrano@uniminuto.edu

UNIMINUTO, se origina en una visión antropológica de respeto y valoración de todo ser humano, poseedor de una dignidad y unos derechos que deben ser defendidos a toda costa. Como organización de inspiración católica, El Minuto de Dios se inserta en las realidades de injusticia y desigualdad, para impulsar el desarrollo integral de las personas y comunidades, adoptando diversas líneas de acción social, que responden a las exigencias del mundo de hoy, siempre iluminados por la perspectiva eudista de la misericordia, y concretadas en una propuesta de desarrollo integral de las comunidades que ha sido modelo de gestión para Colombia y el mundo, apalancada en el desarrollo de alianzas para la superación de la pobreza.

Frente a este reto, UNIMINUTO ha optado por un modelo educativo praxeológico centrado en la formación integral, entendida como la formación que pretende el desarrollo armónico de todas las dimensiones de la persona. El modelo se orienta a la conformación de una persona que integra el saber (theoria) con el actuar (praxis) y es diestra para articular en la sociedad el proyecto de vida y de trabajo que, en sí misma, ha realizado. Para lograr que los futuros profesionales sean competentes en su actuar así como en la reflexión sobre su quehacer, sobre la eficacia, la pertinencia y la responsabilidad de sus acciones, de modo que puedan aprender de su experiencia, nutrirla y enriquecerla, el enfoque praxeológico se hace visible a través de una metodología que va llevando al individuo, en un proceso en espiral, a la actualización de sus diversas potencialidades.

Esta búsqueda de un ser humano integral y socialmente comprometido, capaz de relacionar teoría y práctica, de valerse de los saberes adquiridos desde la experiencia, de cuestionarla teóricamente, de discutir de modo práctico la teoría y de encontrar motivación absoluta en la posibilidad de trascender con sus propias propuestas es precisamente el impacto del modelo pedagógico uniminuto en la formación de futuros profesionales “socialmente responsables”.

Palabras clave: Pedagogía - Proyección Social - Praxiológico - Aprendizaje Científico - Metodología



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INNOVACIÓN 1: Actualidad universitaria: publicaciones y trabajos doctorales

MUJERES EN LAS INGENIERÍAS: MODELOS PSICOLÓGICOS DE ELECCIÓN DE ESTUDIOS Y EDUCACIÓN TECNOCIENTÍFICA

AUTORES

F. Javier Álvarez Lires, J. Francisco Serrallé Marzoa, Uxío Pérez Rodríguez y Azucena Arias Correa

Universidad de Vigo (España)

xabieral@uvigo.es, jfserralle@uvigo.es, uxio.perez@uvigo.es y azucena@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

El acceso de las mujeres a los estudios de ingeniería continúa marcado por el género de tal manera que, después de un periodo de alza entre finales de los 80 y el año 2000, los porcentajes de mujeres se han estancado o han disminuido y no superan el 30%, con la excepción de ingeniería química y tecnologías alimentarias, tendencia que reviste alcance mundial. Existen informes de instituciones como UNESCO, ONU, FECYT, UMYC y otras que lo constatan, pero poco se sabe acerca de las razones de las elecciones de las mujeres y de sus preocupaciones. En dichos informes se asegura que es necesaria la incorporación de más mujeres a la ingeniería para mantener y promover el conocimiento de nuestras sociedades y no solo por razones de equidad, pues éstas no se pueden permitir el lujo de prescindir de la mitad de los talentos. Concluyen que las cuestiones de género son un problema para la sociedad, puesto que ciencia, ingeniería y tecnología son los pivotes para alcanzar el desarrollo sostenible (Huyer y Westholm, 2007; Puleo, 2008, Boroka, 2011) y también porque se ha demostrado que la participación de las mujeres aporta mejoras en el ámbito de la innovación y de las aplicaciones tecnocientíficas (Butovitsch, 20008; Schiebinger, 2008).

En la investigación que se presenta se ha tratado de indagar acerca de los problemas que se presentan a las mujeres a la hora de elegir estudios de ingeniería y qué elementos de desmotivación las llevan a alejarse de ellos. Se ha partido del modelo de elección de estudios de Eccles (1994), un modelo de diferencia de elecciones en función del género, que incorpora a los modelos clásicos de expectativa-valor una serie de variables psicológicas y psicosociales como el autoconcepto de género y las normas culturales. Este modelo recoge la influencia de los estereotipos y roles de género sobre la percepción que la persona tiene de sí misma, sobre la interpretación que hace de su conducta, y sobre las elecciones a través de las expectativas de éxito y de la valoración subjetiva que hace de determinadas elecciones.

En el transcurso de dicha investigación se ha administrado un cuestionario a una muestra representativa de alumnas y alumnos de último curso de bachillerato científico, se han realizado entrevistas y se han organizado grupos de discusión. La triangulación de resultados ha mostrado que la educación tecnocientífica continúa reproduciendo estereotipos de género que refuerzan la identificación social de estudios y profesiones de este ámbito con los varones y produce un efecto que, de acuerdo con Aronson (2002, 2010), hemos denominado de desidentificación en las alumnas. Se han mostrado, también, las influencias del entorno próximo en la autopercepción del alumnado.

Palabras clave: Educación tecnocientífica – Ingeniería – Género – Desidentificación – Elección de estudios

LEYENDO LA TELEVISIÓN: LOS RÓTULOS DE LOS SUMARIOS EN LOS INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN DE LAS CADENAS GENERALISTAS ESPAÑOLAS

AUTORES

Belén Andueza López y Rosa Pérez Arozamena
Universidad Antonio de Nebrija de Madrid (España)
mandueza@nebrija.es y rperezar@nebrija.es

Tesis, del latín *thēsis* y éste del griego θέσις: “Conclusión, proposición que se mantiene con razonamientos”. En el ámbito académico universitario, nos referimos a un texto que se caracteriza por aportar conocimiento e información significativos sobre un tema en particular, cuyo objetivo es la comprobación de un planteamiento o la solución de un problema, a través de la investigación. Así bien, como colofón final a la lectura y defensa de la Tesis Doctoral de la que las autoras de esta comunicación, Belén Andueza y Rosa Pérez, somos directora y autora respectivamente, y cuyo título es: *Los rótulos de los sumarios en los informativos de televisión de las cadenas generalistas españolas*, queremos participar a nuestros colegas de la comunidad universitaria de las conclusiones extraídas tras nuestra investigación.

La investigación es, del mismo modo, una actividad inherente a la naturaleza humana. Es una de las actividades propias del hombre más estimulante e interesante. Etimológicamente, investigar viene de la palabra latina *vestigium*: “Planta del pie, suela, huella, siendo *investigare* «seguir la pista o las huellas»” (Coromines 2008: 575). Es decir, investigamos, revisamos las huellas, para llegar a la verdad. Todos investigamos a menudo, por no decir a diario; desde los asuntos más importantes a los triviales. La investigación aplicada además a un campo específico de conocimiento, en nuestro caso el periodismo, toma la connotación específica de crear conocimientos sobre la realidad y sobre los cambios que acontecen en ella. De esta manera, consideramos al investigador como aquella persona que se dedica a la búsqueda, a preguntarse y a querer encontrar las respuestas a tales preguntas.

Por lo tanto, como consumidores televisivos e investigadores, son muchos los interrogantes que se nos plantean mientras vemos la actual televisión, surgiendo de esta forma el trabajo doctoral cuyas conclusiones venimos a presentar mediante la presente comunicación. Invitamos a todos nuestros compañeros a acercarse a este texto con el mismo espíritu que nos llevó a elaborarlo: el aprendizaje. Y es que investigando, conseguiremos aprender a aprender.

Palabras clave: Tesis Doctoral - Conclusiones - Rótulos - Televisión - Periodismo

CORRESPONDENCIA ENTRE SINIESTRALIDAD LABORAL POR SECTOR PRODUCTIVO Y SU ATENCIÓN EN LA PRENSA ESCRITA EN EL PERIODO 1994-2013

AUTOR

Sergio Arce García

Universidad Internacional de La Rioja (España)

sergio.arce@unir.net

La transposición de la Directiva Comunitaria Europea 89/391/CEE a la Ley 31/1995 en España fue, tras una larga espera, la base sobre la que disminuir la alta siniestralidad laboral que venía sucediendo en el país. Pero lo que se esperaba como remedio para la reducción de los accidentes laborales en los diferentes sectores productivos, provocó justamente el hecho contrario: el aumento de los mismos. Las posteriores reformas legislativas buscaron mejorar la normativa de forma que se redujeran los accidentes, pero el aumento de la producción y del número de trabajadores durante el comienzo de siglo XXI, sobre todo en el sector de la construcción, hizo que los niveles no comenzaran a bajar claramente hasta la crisis económica a partir del año 2008.

La siniestralidad laboral es reflejada en los medios de comunicación de prensa escrita en diferentes secciones, a través de artículos donde se exponen las primeras consecuencias, reacciones y explicaciones sobre lo acontecido.

En esta comunicación se plantea como objetivo comprobar si los sectores productivos donde se producen los accidentes laborales son trasladados a las noticias de igual manera a cómo reflejan las estadísticas. Para determinarlo se estudia cuantitativamente su impacto en los cuatro principales medios de comunicación de prensa escrita: El País, El Mundo, ABC y La Vanguardia en sus ediciones nacionales durante el periodo 1994 a 2013, desde un año antes de la publicación de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales en 1995 a los veinte años posteriores. Igualmente se estudian las fuentes que suministran la información a los medios de comunicación en función del sector productivo en cada uno de los cuatro diarios analizados.

Los datos revelan que no existe correspondencia entre el número de accidentes laborales por sector y el número de artículos de accidentes reflejados en la prensa escrita, teniendo ciertos sectores mucha más aparición que otros sin ser los de mayor niveles y/o porcentaje de accidentados. Igualmente las fuentes que suministran la información varían de forma importante dependiendo del sector donde se produjo la siniestralidad laboral y de la prensa diaria que lo publica.

Palabras clave: Prensa – Accidentes laborales – Prevención de Riesgos Laborales – Comunicación – Sector productivo

UNA EXPERIENCIA DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE LAS RELACIONES ENTRE IGUALDAD DE GÉNERO Y SOSTENIBILIDAD CON PROFESORADO EN FORMACIÓN INICIAL

AUTORES

Azucena Arias Correa, Mercedes Varela Losada y Uxío Pérez Rodríguez
Universidad de Vigo (España)
azucena@uvigo.es, mercedesvarela@uvigo.es y uxio.perez@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España).

La educación tecnocientífica del profesorado debe incorporar nuevos aprendizajes que respondan a las necesidades que se presentan a la ciudadanía del siglo XXI y por lo tanto deben incorporar problemas socioambientales con enfoque de género, ya que la humanidad se enfrenta a problemas interrelacionados de tal magnitud, que desde hace algo más de dos décadas se puede hablar de una situación de *emergencia planetaria* (Bybee, 1991) y, además, estos problemas afectan desigualmente a mujeres y varones (Marton-Lefèvre e Byanyima, 2009), si bien las mujeres poseen conocimientos y destrezas que podrían ayudar a combatirlos (Novo, 2006), tal como se ha reconocido y puesto en práctica en los Programas de la ONU para el Desarrollo (PNUD). Para resolver esta situación se necesita una ciudadanía que comprenda, acepte e impulse medidas tecnocientíficas, educativas y políticas adecuadas y en este sentido es necesaria una educación encaminada a dichos fines.

En esta línea, hemos realizado una experiencia de sensibilización respecto a la relación existente entre sostenibilidad y género en el marco de una materia tecnocientífica del Grado en Educación Primaria (EP), dentro del área de Didáctica de las Ciencias Experimentales, con profesorado en formación inicial.

A partir del análisis de ideas previas del alumnado en el desarrollo de un proyecto (Arias-Correa *et alii*, 2009) sobre el agua (*El agua: su presencia, uso, propiedades físico-químicas, características y relación con la vida*) se observa la necesidad de una intervención que promueva la sensibilización y toma de conciencia sobre la *crisis del agua* a nivel mundial y se propone hacerlo incorporando el enfoque de género. Así pues, dentro del proyecto sobre el agua se introduce un pequeño subproyecto que se aproxime a la relación entre sostenibilidad y género desde una temática concreta. A lo largo de dicho subproyecto se propicia la realización de actividades de diferente tipología, tales como debates, lecturas, reflexiones, investigaciones y se solicita que el alumnado recoja todo el proceso junto a sus valoraciones personales en su diario de clase. La experiencia se desarrolla siguiendo la propuesta de Pujol (2003): una ciencia que enseñe a pensar, a hablar, a hacer, a regular los aprendizajes y a trabajar en interacción.

La experiencia produjo resultados satisfactorios, propició el debate y la reflexión del futuro profesorado (aunque la profundidad de la reflexión promovida no fue idéntica en todos los casos) que, al final del proceso, se mostró concienciado con la magnitud del problema medioambiental y con la necesidad de introducir la perspectiva de género en su estudio y tratamiento, interesándose por conocer y diseñar propuestas para trabajar en esta línea con su futuro alumnado de Educación Primaria.

Palabras clave: Formación inicial del profesorado - Género - Sostenibilidad - Proyecto - Aprendizaje de las ciencias

PALABRAS MÁS, PALABRAS MENOS: LOS PROCESOS DE SUBJETIVACIÓN DE LA TAREA DOCENTE

AUTOR

Lucas Bang

Universidad Nacional de la Patagonia Austral (Argentina)

lbang@uaco.unpa.edu.ar

El siguiente trabajo forma parte de una tesis doctoral en el campo de la comunicación educación. En este caso el texto a presentar es parte de un capítulo en construcción que propone caracterizar algunos dispositivos que configuran la subjetividad del docente de la escuela primaria de la zona norte de Santa Cruz.

El trabajo propone explorar cómo los docentes son interpelados por los discursos tecnológicos que proponen renovar el paisaje educativo y por lo tanto la tarea del docente. Mostraremos resultados de entrevistas a docentes de diferentes escuelas de la zona norte de Santa Cruz que hablan sobre su labor hoy, los cambios que han notado y la relación con tecnología en escuelas donde la tecnología no está presente desde lo institucional.

Además como elemento complementario que permite enmarcar el análisis de las entrevistas desarrollaremos algunas líneas teóricas sobre los desplazamientos de la subjetividad en la edad moderna a los tiempos actuales tomando como referencia el desarrollo de las sociedades de control (Deleuze 2005) o sociedades de empresa (Foucault 1999) al desplazamiento de una subjetividad puesta en el ser alguien a una subjetividad puesta en el estar con alguien, en el performance (Schechener 1968), donde la escuela es convocada a pensarse.

Palabras clave: Comunicación – Educación – Subjetividad – Tecnología

EL CINE COMO HERRAMIENTA PARA EL ESTUDIO Y ANÁLISIS DEL BAILE ESPAÑOL: *EL AMOR BRUJO* REPRESENTADO POR FRANCISCO ROVIRA-BELETA

AUTORA

Maria Jesús Barrios Peralbo
Universidad de Málaga (España)
mariaperalbo@gmail.com

Desde que la danza adquiere su reconocimiento en el marco de estudios superiores impartidos en los Conservatorios Superiores de Danza de nuestro país a partir del año 2001, se hace necesario dotar a dichos centros de los recursos y materiales oportunos para el estudio. Si bien la ley impulsa la fundamentación teórica y la investigación en materia de danza, la realidad es que no se dota de los medios necesarios para afrontar los nuevos retos académicos. La falta de interés en España por parte de las instituciones públicas hacia la edición de ballets españoles que coreografiaron los primeros representantes de la danza española de principios del siglo XX (Antonia Mercé, Pilar López, Encarnación López, Rosario, Antonio “el bailarín”, Alberto Lorca, Mariemma, entre otros), cierra las puertas al conocimiento de un momento crucial y glorioso del baile español en nuestro país, al mismo tiempo que se impide la divulgación del patrimonio dancístico español y se dificulta en el ámbito académico hacia tareas de investigación y de docencia.

Por tanto, es imprescindible recurrir al cine como valiosa herramienta que puede proporcionar al investigador información relevante en materia de danza, y en este caso concreto, sobre la danza española. A través del cine, que ofrece la imagen en movimiento, y en sus distintos géneros, se pueden apreciar aspectos como la estética del baile, la composición de la obra o de la pieza coreográfica, el carácter de los bailarines e intérpretes, la dramaturgia de la danza, etc., aspectos que contribuyen al conocimiento y descubrimiento de la evolución del baile español.

Nos centramos en este artículo en el estudio y análisis de la coreografía que se inserta en el film de *El amor brujo* (1967) del cineasta Francisco Rovira-Beleta; con este título se hace referencia al primer ballet español representado en el Teatro Lara de Madrid en 1915, y a una de las primeras obras del repertorio de la danza española. Proponemos, por tanto, realizar un estudio comparativo entre el ballet propiamente dicho y el representado en el film de Rovira-Beleta.

Palabras clave: Ballet Español - Cine español - Análisis coreográfico - Realismo

DISEÑO GRÁFICO Y PATRIMONIO CULTURAL. UNA METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL ESTUDIO ICONOGRÁFICO DE LOS ÍDOLOS-PLACA IBÉRICOS Y SU POSTERIOR DIFUSIÓN

AUTORA

Rosana Bazaga Sanz

Universidad de Málaga (España)

r.bazagasanz@gmail.com

El diseño gráfico es una herramienta utilizada para la comunicación social, en este papel la disciplina es versátil y puede llegar a cumplir funciones de diferente índole (Tapia, 2004), una de ellas es la de vehículo de difusión para el patrimonio cultural. El valor simbólico de muchos elementos patrimoniales permite jugar con su significante y su significado, realizando un transvase de valores y contenidos necesario en la comunicación gráfica, que ha sido muy utilizado en binomios como el de arquitectura-publicidad (Baladrón et al., 2007).

En el caso de España y Portugal el patrimonio cultural es rico y diverso, reconocido y estudiado por grupos de expertos y de investigación, sin embargo el desconocimiento fuera del ámbito académico-científico se traduce en una ausencia de interés por parte de algunos organismos gubernamentales que no prestan atención al mantenimiento del mismo, llegando en muchos casos a permitir su deterioro y abandono. La ignorancia y olvido a la que se somete una parte importante de nuestro patrimonio supone la pérdida de parte de nuestra cultura y la eliminación de aquellos signos que constituyen nuestra identidad.

Fruto de una investigación que formará parte de una tesis doctoral, proponemos las bases de una metodología para el estudio iconográfico de una muestra de ídolos-placa hallados en la península ibérica, que forman parte de nuestro patrimonio cultural arqueológico. A través de un procedimiento paradigmático, y al amparo de las NTIC, crearemos una herramienta digital que aporte recursos al diseñador gráfico en su función como vehículo de valores culturales, promoviendo la transmisión del patrimonio y generando un interés social que afecte a la conservación del mismo.

Palabras clave: Diseño gráfico - Patrimonio cultural - Identidad - Iconografía - Comunicación

DIVERSIDAD LINGÜÍSTICA Y CULTURAL EN EL MARCO ESCOLAR: EL PAPEL DE LA LENGUA MATERNA

AUTORA

Naiara Berasategui Sancho

Universidad del País Vasco (España)

naiara.berasategi@ehu.es

En la actualidad se constata la presencia, numéricamente relevante, de alumnado de origen inmigrante en los centros educativos como consecuencia de la llegada de personas y familias que provienen de otros países. Esta nueva situación requiere una atención especial por parte de la sociedad de acogida, tanto en el ámbito legal como en el ámbito social y cultural. Una apertura hacia los nuevos espacios de diversidad y nuevas maneras de abordar las diferencias lingüísticas y culturales, donde se le da cabida a las lenguas del alumnado inmigrante, constituyen valores imprescindibles para afrontar las situaciones de inmigración como retos enriquecedores para todas las sociedades (Coelho, 2015; Bebauer, Zaunenbauer & Moller, 2012; Horst et al. 2010; Broeder & Mijares, 2003, Extra & Yagmur, 2004; Pedersen, 2002, Luctenberg, 2002; Cummins, 2001; 1979; Vila, 2000).

En este contexto, el desarrollo de niveles de competencia lingüística suficientes para poder seguir la escolaridad es uno de los elementos que genera una mayor preocupación en la escuela. En este sentido diferentes investigaciones llevadas a cabo en países con larga tradición en la acogida de escolares inmigrantes, así como en las investigaciones realizadas en España, nos muestran la complejidad del proceso de enseñanza-aprendizaje de una nueva lengua y, ligado a ello, en qué medida el fracaso escolar afecta a este colectivo (Navarro & Huguet, 2010; Huguet, 2008; Oller & Vila, 2008; Vila, 2008; Huguet & Navarro, 2006; Hakuta, Butler & Witt, 2000; Gándara, 1999; Thomas & Collier, 1997; Ramírez, 1992; Collier, 1987). En el ámbito del País Vasco, donde se ha desarrollado este trabajo doctoral, el tratamiento lingüístico en la escuela tiene especial relevancia al tratarse de un sistema educativo organizado bajo los parámetros de la educación bilingüe y el sistema educativo está haciendo un esfuerzo importante para diseñar y desarrollar contextos que faciliten el aprendizaje de las dos lenguas oficiales al alumnado de incorporación tardía al sistema educativo (Etxague, Cenoz & Uria, 2010).

Con este marco de fondo, a partir de una muestra de 145 alumnos inmigrantes que fueron comparados con 832 alumnos autóctonos adolescentes de 13 a 16 años ($M=14,5$ $DT=0,69$), escolarizados en segundo y cuarto de Educación Secundaria Obligatoria en las escuelas de Bilbao, el estudio analiza cuáles son las lenguas que se detectan en la escuela, así como el conocimiento y uso de las lenguas de dichos centros. El estudio utilizó una metodología descriptiva y correlacional. Los resultados apuntan que aunque la diversidad de L1 es grande en los escolares, sin embargo, dichas lenguas no tienen reflejo en la escuela y en la mayoría de los casos la utilización de estas lenguas se reduce al ámbito familiar. En cuanto a las lenguas de instrucción, los datos resultantes de testar dicha competencia, contrastada con sus iguales autóctonos, muestran diferencias significativas a favor de estos últimos. Finalmente, se abordan las nuevas necesidades de los sistemas educativos en relación con alguno de los retos que planteaba la educación intercultural y se enfatiza la importancia de la práctica educativa y el papel de la L1 para encontrar soluciones a los problemas que se derivan de la nueva situación escolar.

Palabras clave: Diversidad lingüística y cultural- Escolares inmigrantes- Conocimiento lingüístico - Educación Secundaria Obligatoria

LA IDENTIFICACIÓN CON LA MARCA: DEFINICIÓN Y CARACTERIZACIÓN

AUTOR

Arturo Berrozpe Martínez
Universidad Carlos III (España)
aberrozpe@yahoo.es

El concepto de identificación de marca es un concepto relativamente reciente para la disciplina de marketing cuya definición, componentes, límites, antecedentes y consecuencias no han sido aún satisfactoriamente resueltos.

La literatura acerca de la materia señala que es un área de la gestión de la marca en la que no se ha profundizado suficientemente, pero con una alta relevancia para el avance del conocimiento y la mejora de los resultados empresariales. Diversos autores aportan que la Teoría de la Identidad Social, clave dentro de la identificación, ha tenido poca aplicación dentro del área de marketing, aunque sí mucha dentro del área de la psicología y del comportamiento organizacional.

El objetivo del presente trabajo es analizar y delimitar el concepto de identificación entre una marca y un consumidor. La cuestión concreta a solucionar es cuál es el significado de la identificación de los consumidores con sus marcas favoritas y cuáles son las consecuencias e implicaciones que se derivan de todo ello. También se facilitan orientaciones para su creación y comunicación desde la perspectiva empresarial.

Palabras clave: Identificación con la marca - Marketing – Identidad Social - Co-creación - Comunicación

PROCEDIMIENTO AUTOMATIZADO DE ORIENTACIÓN MASIVA APTITUDINAL – VOCACIONAL PARA BACHILLERES

AUTOR

Antonio Boada

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

antonioboada@usb.ve

Se expone al lector un procedimiento de orientación masiva y automatizada para bachilleres, aspirantes a ingresar en cualquier institución educativa a nivel superior. El bachiller, inicialmente presenta una prueba diagnóstica aptitudinal–vocacional en la institución educativa donde desea estudiar; esta prueba contempla la valoración simultánea de los aspirantes tanto a nivel Aptitudinal (Habilidades Verbales, Numéricas y Lógico–Abstractas), como a nivel Vocacional (Virtudes y Fortalezas del Carácter Humano). Posterior a esto, la institución ejecuta un procedimiento automatizado de valoración y creación de perfiles aptitudinal–vocacional por individuo, realizando comparativos con los perfiles criterio de exigencia de los programas de estudio de la universidad.

Este proceso de valoración, jerarquización y comparación se fundamentó en un análisis estadístico No Paramétrico, en donde el estudiante era medido según las capacidades aptitudinales de los otros aspirantes del Núcleo–Extensión donde presentó, mientras que su nivel vocacional era medido de forma interna–individual. Gracias a esto, fue posible establecer por núcleo (de forma descentralizada), distintos niveles de clasificación según los tópicos manejados por cada habilidad, identificando aquellos donde los aspirantes presentan mayores niveles de eficiencia y fallas; generando posteriormente porcentajes de ajuste, que son finalmente jerarquizados y expuestos en el portal web a cada estudiante. Todo ello, con el objetivo que el mismo individuo se oriente y concientice de forma masiva y a nivel nacional sobre sus resultados, y en un mismo período de tiempo.

A nivel estructural, el proceso diagnóstico implementado, maneja los aspectos de la conducta del estudiante, enmarcado en “Aspiración” (seleccionada voluntariamente por el aspirante cuando selecciona las carreras que desea estudiar en la institución educativa), “Aptitud” (valorada en el test mediante las habilidades verbal, numérica y lógico abstracta) y “Vocación” (valorada sobre la base de seis (6) virtudes que agrupan 24 fortalezas del carácter de acuerdo con el modelo teórico de Sigman y Perterson (2005), las cuales son: Sabiduría y Conocimiento, Valor - Coraje, Humanidad, Justicia, Templanza y Trascendencia). Este proceso de valoración individual se realizó sobre cada aspirante que presentó la prueba, creando un Perfil Individual aptitudinal-vocacional, que finalmente sería comparado efectivamente de manera automatizada el Perfil Criterio de exigencias mínimas de cada carrera, el cual se realizó en función al pensum de estudio manejado y aprobado por la institución educativa (cada carrera expone en su pensum, según las asignaturas, los requerimientos mínimos de exigencia a nivel aptitudinal y vocacional de fortaleza del carácter). Por ejemplo, un estudiante con excelentes resultados en las habilidades verbal, numérica y lógico–abstracta, puede tener su aspecto diferenciador en las dimensiones vocacionales según su fortaleza del carácter (Sabiduría y Conocimiento, Valor–Coraje, Humanidad, Justicia, Templanza y Trascendencia); entonces, por ejemplo, si dicho estudiante posee alto el nivel de Trascendencia, cuya definición es: Capacidad para forjar conexiones con una idea abstracta que le proporcione un significado a la existencia y a la propia vida, es un aspirante ideal para el área de la Salud. Aspecto que sería ideal exponer para su valoración interna como individuo y eventual orientación.

Palabras clave: Orientación Masiva, Valoración Aptitudinal – Vocacional - Valoración de bachilleres, Orientación Automatizada

EL DIBUJO Y LA TEORÍA DEL BIG BANG

AUTOR

Manuel Bru Serrano
Universidad de Granada (España)
bru@ugr.es

En astrofísica, la teoría del *Big bang* supone la hipótesis más aceptada sobre el origen y evolución del universo. De acuerdo con ella, nuestro universo surgió a partir de un gran estallido consecuencia de un estado inicial donde la densidad y temperatura eran infinitas. Un momento al que los matemáticos llaman singularidad y que dio pie a la explosión de materia que constituyó un universo todavía en expansión.

Esta ponencia deriva de los estudios que estoy llevando a cabo en la tesis doctoral “Acercamiento a la etapa final del proceso creativo del Dibujo” (cuyo título aún es provisional). Una investigación sobre el devenir de la actividad creadora que sitúa al dibujar como una acción en constante movimiento. Aunque en ella profundice en la concepción del final de la obra, las series de dibujos que la acompañan, y que han servido para afrontar parte de la investigación desde el propio campo del arte, comparten un leiv motiv: la importancia del inicio. Todas las obras pertenecen a un mismo proceso creativo en el que establezco un paralelismo con el *Big bang* como suceso astronómico, pues me interesa esa primera energía que te permite lanzarte al vacío del papel esperando a ver qué sorpresa encuentras y poder observar cómo va surgiendo todo poco a poco sin tener previsto un resultado concreto. De este modo, el dibujar se posiciona como un presente continuo en una explosión de trazos y manchas que se encaminan hacia el equilibrio.

“El dibujo y la teoría del *Big bang*” supone un estudio sobre el dibujar basado en la práctica artística y la investigación en arte a través del trabajo de artistas y teóricos. Una ponencia donde presento una serie de trabajos personales y unas conclusiones que pretenden aportar una visión concreta de la problemática existente en torno al inicio y final de una obra.

Palabras clave: Dibujo - *Big bang* - Proceso - Principio - Final

RETOS ACTUALES DE LA COMUNICACIÓN: LA *AUCTORITAS* DOMÉSTICA *VERSUS* EL EMPORAMIENTO DIGITAL JUVENIL

AUTORES

Francisco Cabezuelo Lorenzo y Teresa Torrecillas Lacave
Universidad de Valladolid y Universidad San Pablo CEU (España)
cabezuelo@hmca.uva.es y teresat@ceu.es

Este trabajo parte de una hipótesis que ilustra perfectamente uno de los retos de la comunicación en nuestros días. Los padres se hallan en una situación de desventaja cognoscitiva y práctica antes sus hijos. Esta realidad puede dificultar las relaciones entre los diferentes miembros del entorno familiar. Cuantas más competencias digitales adquiera el niño, más compleja y difícil puede llegar a ser la “*auctóritas*” o espontánea adhesión filial a la función paterna de tutela, cuidado y vigilancia. Del mismo modo, más necesaria será la inclusión de los diferentes miembros que forman el hogar en un entorno digital compartido.

En este contexto, y desde una aproximación teórica, este trabajo tiene como objetivos principales los siguientes. En primer lugar, pretende analizar en qué medida el desnivel de competencia entre padres e hijos incide en la “*auctoritas*”. Del mismo modo, busca conocer cuáles son las consecuencias de la brecha digital en el hogar así como saber cómo afectan a la “*auctoritas*” los distintos grados de competencia digital existentes en el seno de una misma unidad familiar. Como segundo gran objetivo, este trabajo desea promover la educomunicación, conforme a los principios del Congreso Universitario Internacional sobre Contenidos, Innovación, Investigación y Docencia (CUICIID).

Para ello, mostrará una propuesta concreta: la comunidad intergeneracional de aprendizaje y el Programa Familias On-line, desarrollados dentro del programa “*Auctoritas*” doméstica, capacitación digital y comunidad de aprendizaje en familias con menores escolarizados” (CSO 2013-42166-R) del Ministerio de Economía y Competitividad, liderado por los investigadores principales Dr. Luis Núñez Ladevèze y Dra. Teresa Torrecillas Lacave, de la Universidad San Pablo CEU de Madrid, y de cuyo equipo de investigación forma parte el autor de esta comunicación.

Palabras clave: Autoridad - Educación - Comunicación - Redes sociales

POLÍTICAS PÚBLICAS EN INNOVACIÓN SOCIAL: PLATAFORMA PARA EL DESARROLLO ENDÓGENO

AUTORAS

África del Valle Calánchez y Teresa de Jesús Ayala
Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (Venezuela)
braherna@gmail.com

En Venezuela, la formulación del Plan Nacional de Ciencia y Tecnología 2005-2030 se concibió como una investigación colectiva, dirigida a captar la opinión de la diversidad de actores que hacen parte del Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (SNCTI), para lo cual se utilizaron diferentes técnicas de recolección de información para obtener una visión amplia del camino a seguir para lograr el desarrollo endógeno, sustentable y humano del país.

Este modelo de desarrollo propone la participación de las comunidades, instituciones educativas, instituciones privadas y gobierno en todos los niveles, en la construcción conjunta de iniciativas de solución de los problemas éticos, sociales, educativos, económicos, ambientales, entre otros.

La Innovación social según la CEPAL (2008) son nuevos procesos, prácticas, métodos o sistemas para llevar a cabo procesos tradicionales o tareas nuevas que se hacen con participación de la comunidad y los beneficiarios. Estos se transforman en actores de su propio desarrollo, fortaleciendo así el sentimiento de ciudadanía; es entonces la innovación social vista como un proceso en el cual se crean valores agregados a las ideas y soluciones de los colectivos en las comunidades para satisfacer las necesidades, aprovechando las oportunidades en el camino al resolver problemáticas existentes; las cuales pueden generar cambios profundos en los comportamientos y actitudes de los actores que en todos los ámbitos, incluyendo el quehacer científico y tecnológico en Venezuela.

El empoderamiento de las comunidades cumple un papel fundamental en las innovaciones sociales, puesto que conducen a propiciar espacios cónsonos para el desarrollo endógeno del país; es por esta razón, que debe surgir de acciones endógenas de sus colectivos y para sus colectivos. Es necesario enmarcar estas acciones en la formulación y ejecución a través de las políticas públicas que guardan concordancia con el enfoque de innovación en todas las dimensiones.

Igualmente para poder hablar de innovación social como un contexto donde se propicien espacios para que las experiencias se difundan, apropien, transfieran, divulguen. Por lo antes expuesto la presente investigación versa sobre los aspectos más relevantes del proceso de innovación social y la formulación de las políticas pública en el contexto del desarrollo endógeno enmarcado en políticas públicas que fortalezcan las iniciativas colectivas desde las bases sociales. El estudio es de tipo descriptivo y documental para lo cual se utilizaron técnicas de revisión de bases teóricas y conceptuales, relacionadas con los temas en cuestión.

Palabras clave: Innovación social – Desarrollo Endógeno – Comunidad – Políticas Publicas

EL DISCURSO DEL PARTIDO POPULAR ANTE EL NUEVO ESCENARIO POLÍTICO: ESPERANZA AGUIRRE Y MANUELA CARMENA EN LAS ELECCIONES MUNICIPALES DE MADRID (2015)

AUTORAS

Laura Candón Gautier y Carmen Delia Márquez Ruiz

Universidad de Málaga (España)

laura_cg22@hotmail.com y carmenlau4@hotmail.com

Desde su nacimiento, los procesos de comunicación política, han estado ligados a la consecución de fines estratégicos, fundamentalmente, a la consecución del voto. Una de las patas de estas estrategias se apoya en la representación de ideas mediante el discurso, creando un contexto que empieza a fraguarse en el congreso (realidad política) y que se amplifica a través de los medios de comunicación de masas (realidad mediática), cuya influencia a la hora de transmitir los temas y su caracterización es inseparable de los dos niveles de agenda. Esto, ha desembocado en que, actualmente, nos encontremos en lo que diversos autores califican como “mediocracia”, o “democracia centrada en los medios” Canel (1999), Lippmann (2003), McCombs (2006) y Swanson (1995).

En un contexto en el que la ciudadanía se encuentra en un momento especialmente sensible derivado de la crisis económica y de confianza hacia el sistema político y mediático, resulta revelador dar cuenta de las nuevas estrategias discursivas que están siguiendo los partidos para dar respuesta a un descontento que ha propiciado la aparición de nuevas formaciones en el panorama político español.

El **objetivo** del presente estudio consiste en establecer una comparativa entre la estrategia discursiva del Partido Popular y Ahora Madrid en la campaña electoral para las municipales de Madrid de 2015 para identificar los temas predominantes en ambas formaciones así como su caracterización para, posteriormente, observar su reflejo en los medios de comunicación y ver si actuaron como altavoces.

La **hipótesis** desde la que se parte es que mientras que Ahora Madrid siguió una agenda temática propia y desligada de su partido matriz (Podemos), el Partido Popular mantuvo para las elecciones municipales la misma línea discursiva que ya utilizaba en su estrategia general contra Podemos, algo que reprodujeron los medios de comunicación.

Para verificar o descartar esta idea se plantea un análisis cuantitativo y cualitativo. Primero, se analizarán las declaraciones de Esperanza Aguirre con respecto a Podemos durante el periodo electoral en "El País", "El Mundo", "Público" y "ABC" para identificar la estrategia seguida frente a dicho partido. Posteriormente, se analizará el debate que tuvo lugar entre Manuela Carmena y Esperanza Aguirre en TeleMadrid, para observar los temas tratados y la caracterización de cada uno de ellos. Finalmente, para ver hasta qué punto los medios de comunicación se hacen eco de los mismos y determinar cuál es el enfoque elegido, se analizarán los contenidos de la sección “Política”, así como los editoriales que se hayan publicado al respecto de los citados periódicos, con el objetivo de cubrir todas las orillas ideológicas del panorama mediático.

Entre los **resultados esperados**, se espera identificar los principales temas tratados por ambas formaciones, así como su caracterización para poder responder a los objetivos establecidos.

Palabras claves: Discurso político - Discurso mediático - Elecciones - Credibilidad

SITUACIÓN ACTUAL DEL *PLANNING* EN EL ÁMBITO ACADÉMICO DOMINICANO: ADAPTACIÓN DEL PROGRAMA ACADÉMICO DE LA CARRERA DE PUBLICIDAD A LAS NUEVAS NECESIDADES DEL MERCADO

AUTORAS

Wanda I. Cardenes Jiménez y Laura Melendo
Universidad Camilo José Cela (España)
wandacardenes@hotmail.com, lmelendo@ucjc.edu

A.-Objeto de estudio y contextualización

La evolución del mercado y los cambios de comportamiento que adopta el consumidor repercuten en las diferentes disciplinas, principalmente del ámbito empresarial y sus diferentes ramas, las cuales buscan mantenerse al día acorde a estos cambios. Pero esto no solo se aplica en el ámbito práctico sino que también en el académico. Esto es así, porque la enseñanza actúa como motor para incentivar los cambios. Un ejemplo, es el surgimiento del *Planning* en Reino Unido a finales de los años 60, producto de los diferentes cambios sociales y culturales. Las empresas buscaron mantenerse alineadas con el mercado, por esta razón se desarrolla el marketing y surge el *Planning* y la figura del *planner* en las agencias de publicidad. Enfocándonos en la disciplina del *Planning*, la cual una vez logra reconocimiento en Reino Unido, impulsa un movimiento en el mercado laboral para reclutar profesionales con características necesarias para ser *planner*, producto de esto las universidades toman medidas para responder a esas necesidades, empezando por adaptar el programa de la carrera de publicidad, así mismo se desarrolló una nueva oferta académica de postgrados, cursos y seminarios especializados en esta disciplina. Esto mismo ha ocurrido en países como Estados Unidos, España y Argentina, donde también se ha adoptado la disciplina y la figura del *planner*. En República Dominicana, donde el *Planning* aun se encuentra en una fase de propagación y entendimiento, el ámbito académico de esta disciplina aún está por desarrollarse. Este punto corresponde con nuestro objeto de estudio, se busca conocer su estado actual en el ámbito académico dominicano, específicamente en las universidades y la carrera de publicidad.

B.-Hipótesis y/o metodología

A través de responder la pregunta de cuáles universidades han incluido asignaturas enfocadas al *Planning* en el programa académico de la carrera de publicidad y cuáles cursos y seminarios se han desarrollado para los fines. Se buscará conocer si actualmente existe alguna asignatura que corresponda a términos relacionados con la materia. En caso de que ninguna asignatura corresponda a los términos anteriormente señalados se buscarán asignaturas con términos que correspondan a sus funciones, a través de un análisis de los programas de cada asignatura. También se indagará sobre la oferta de postgrados y seminarios enfocados al área.

C.-Conclusiones y/o propuesta de interés

Es de suma importancia que las universidades vayan acorde con las necesidades de las empresas, adaptándose a la demanda del mercado. La carrera de publicidad, por ser la más común entre los empleados de las agencias de publicidad, puede servir de punto de expansión y desarrollo de la disciplina, además de promover la cultura estratégica en el desarrollo de la publicidad dominicana.

Palabras clave: *Planning* - *Planner* - Estrategia - Universidad - Publicidad

LA PROYECCIÓN INTERNACIONAL DE LA MARCA UNIVERSIDAD EN SUS SEDES WEB

AUTORAS

M^a Victoria Carrillo Durán, Ana Castillo Díaz y Tania Blanco Sánchez
Universidad de Extremadura (España)
vicduran@unex.es, acasia@alcazaba.unex.es y tania.blanco@e-campus.uab.cat

Proyecto financiado por el Gobierno de Extremadura y Fondos Feder.UE.

Justificación: Hoy en día la internacionalización es un tema esencial para las universidades españolas. La integración en el EEES, la movilidad a nivel mundial de profesores y alumnos, las becas Erasmus, la colaboración con universidades extranjeras, etc... supone un cambio estructural en las universidades. La internacionalización implica una disminución de las barreras de entrada entre instituciones educativas ofreciendo programas en los distintos países.

Así, supone una mayor concentración de la oferta universitaria, con el desarrollo de grandes universidades y de centros especializados. Por ello, las universidades españolas no deberían dejar pasar la oportunidad de atraer a través de sus sedes webs a un público que se encuentra fuera de nuestras fronteras. Por otra parte, las sedes webs adquieren gran importancia en la proyección internacional de la marca de las universidades. En este sentido, las sedes webs de las universidades son el medio por el que los públicos internacionales tienen su primer contacto con la universidad. Por ello, es fundamental que las universidades atraigan a estos públicos proyectando la marca universidad.

Objetivo: Esta investigación intenta analizar cómo las universidades españolas están comunicando su carácter internacional como rasgo básico de su marca, a través de sus sedes webs. También pretende determinar los errores y las virtudes de las universidades españolas a la hora de proyectar la internacionalización de su marca universidad.

Metodología: El método empleado es una metodología cuantitativa, a través de un análisis de los contenidos de las sedes webs de las universidades españolas en 2014. Se han analizado cada una de las sedes webs de las universidades españolas según aspectos relacionados con la internacionalidad. Para ello, se ha elaborado una ficha donde se cuantifica una variable (internacionalización) y una serie de indicadores relacionados con esta variable (existencia de mensaje, adaptación de los mensajes a los grupos de interés, traducción, y refuerzo de los contenidos de datos y audiovisuales).

Resultados: Se desarrolla un estudio descriptivo sobre como las páginas webs de las universidades españolas comunican su carácter internacional como rasgo fundamental de su marca.

Se exponen los puntos fuertes y débiles de las universidades españolas a la hora de proyectar su marca a nivel internacional a través de sus sedes webs.

Se aporta una serie de recomendaciones para que las universidades españolas corrijan y enriquezcan la transmisión a nivel internacional de las marcas universitarias españolas.

Palabras claves: Internacionalidad – Marca – Universidad española – Sede web

LA VIGENCIA EN LA COLUMNA DE GARCÍA MARTÍNEZ: PARALELISMO CON EL DESARROLLO DE LA REGIÓN DE MURCIA

AUTORA

Carmen Castelo

Universidad de Murcia (España)

castelo@um.es

Se han realizado numerosos estudios sobre columnistas de ámbito nacional. Nombres como Manuel Alcántara, Francisco Umbral, Juan José Millás, Javier Marías o Carmen Rigalt son protagonistas de diversas tesis y artículos. El trabajo de los columnistas regionales y locales, sin embargo, ha pasado mucho más desapercibido, aunque hay algunos ejemplos, como el estudio sobre Pedro Lozano Bartolozzi o la tesis sobre Joaquín Romero Murube. Las razones para este olvido pueden ser varias. Una de ellas se apunta, precisamente, en la citada tesis sobre Romero Murube, cuando se señala que se suele considerar a estos periodistas menos valiosos que a los que abarcan un ámbito nacional:

“...y aunque algunos paisanos me hablaron de él, siempre lo hicieron desde una perspectiva tan localista (o así percibida por mí) que durante muchos años lo arrinconé en la inmerecida sección de los folclóricos y estrellas pueblerinas. Me equivoqué. [...] Entonces tuve la conciencia indiscutible de estar ante un escritor de magnitud universal, tanto cuando escribía sobre su pueblo natal como cuando lo hacía sobre asuntos de la más profunda raigambre humana. No hay artista más universal que el que precisamente construye ese calificativo desde lo local” (Romero Bernal, 2009, 13).

En este contexto, abordamos la figura de un columnista regional que, además, reúne unas características singulares al tratarse del único de la Región de Murcia que ha publicado una misma columna y en un mismo diario a lo largo de más de cuarenta años. Se trata del periodista José García Martínez, quien, además, lleva más de medio siglo trabajando en el mismo medio, La Verdad de Murcia.

El estudio sirve, de una parte, para llenar este vacío de investigaciones sobre columnistas locales y, de otra, para mostrar cómo las columnas de opinión de un periodista local ofrecen una visión particular e insustituible del desarrollo del territorio en el que el fija su mirada, hecho que se logra gracias a que el profesional ha sabido centrar sus columnas en temas que eran de actualidad en su momento, y de transcendencia tal para su región que pueden seguir considerándose en vigor. Gracias a una trayectoria de esta longitud y a la selección de temas de actualidad, los textos de García Martínez dibujan una historia de la Región de Murcia trazada con esa mirada característica desde la que se elabora una columna personal.

Asimismo, como objetivo más general, con este artículo se trata de reconocer la importante tarea de la figura de un columnista regional, otorgándole su lugar de importancia en el panorama periodístico nacional al considerar que sus textos recogen las historias de las comunidades autónomas, que son paralelas a la historia nacional. De esta manera, se reivindica su valor como fuente documental para los historiadores y estudiosos y se destaca la idea de que los columnistas 'de provincias' son una piedra angular en el modo en que se cuenta la historia de la comarca que observa desde su redacción.

Palabras clave: Columnista – Periodismo local - Vigencia - Actualidad

GESTOR DE CONOCIMIENTO PARA COMUNIDADES ACADÉMICAS

AUTORES

Alfredo Alejandro Da Mota Montero y María del Pilar Lopez Molina

La Universidad del Zulia (Venezuela)

alfredodamota7@gmail.com y lopez.mapi@gmail.com

El presente proyecto plantea el desarrollo de un Gestor de Conocimiento (GC) para una comunidad académica, con la finalidad de lograr una herramienta que fomente la generación e intercambio de nuevo conocimiento. Se propone el uso de la metodología para creación de páginas web (Gil, 2005) en complementariedad con *Methodology* (Corcho, 2005) así como el Lenguaje Unificado de Modelado (UML) para la documentación. Al finalizar este proyecto de investigación se espera contar con un GC que facilite a dichas comunidades, la generación, organización y difusión del conocimiento generado y la sustantiva contribución al desarrollo del Sistema Nacional de Innovación (SNI).

La investigación consistirá en el desarrollo e integración de herramientas de fácil usabilidad y amplia aplicación en beneficio de la organización, difusión y aprovechamiento del conocimiento generado por la comunidad de conocimiento para contribuir al desarrollo del SNI. La misma propende a establecer e intensificar los vínculos entre la universidad y el sector productivo e innovador.

Estará basada en el modelo de Nonaka y Takeuchi (1995), siendo este uno de los más conocidos y ampliamente aceptados para creación de conocimiento. El mismo propone un proceso de 4 fases, a saber: socialización, exteriorización, interiorización y combinación, formando un bucle en espiral que provee condiciones facilitadoras para la creación de conocimiento.

Palabras clave: Gestión de conocimiento - Comunidad académica - Sistema nacional de innovación

ANÁLISIS DE LAS COMUNIDADES DE FANS EN RED DE LA SERIE DE TELEVISIÓN 'ISABEL'

AUTORA

María Josefa Establés Heras

Universidad Alcalá (España)

Josefa.estables@edu.uah.es y mjestables@gmail.com

Internet ha contribuido a modificar el comportamiento de las comunidades de fans de las series de televisión, principalmente, de dos formas. La primera se refiere a cómo se conectan los fans entre sí a pesar de la distancia física, lo que lleva a la creación de comunidades internacionales. Sin embargo, la segunda tiene que ver con la conexión de los fans con los creadores de la serie, profundizando tanto con los productores y guionistas, como con los actores de forma virtual.

El presente estudio analiza cómo las comunidades de fans en red de la serie televisiva de Televisión Española *Isabel* (2012-2014) han contribuido a la ampliación del universo narrativo transmediático de este producto audiovisual, a través de foros, blogs y redes sociales. Por una parte, las fans de esta serie han fomentado a través de sus *fan arts* y *fan labour* en general, al interés por esta producción televisiva. Pero, además de esta vertiente creativa, en concreto se da la particularidad que esta serie recrea ciertos momentos de la vida de un personaje real, en este caso la reina Isabel I de Castilla, lo que ha promovido un creciente interés por el estudio histórico del personaje y, por tanto, de algunos momentos clave de la historia de España.

En este sentido, tanto la página divulgativa de la serie en el portal web de Televisión Española (TVE) como las páginas de expertos en la materia (historiadores, periodistas, etc.) como de fans están siendo clave para poner en valor esta obra tanto como producto educativo y de entretenimiento.

La metodología de análisis que se ha empleado se ha centrado en la observación participante como *aca-fan* y en el análisis cualitativo de datos en las principales comunidades de fans en redes sociales, foros y páginas web, así como a través de la realización de entrevistas en profundidad a los principales dinamizadores de dichas comunidades.

Finalmente, los resultados preliminares determinan la necesidad que tienen estas comunidades de fans, que son lideradas principalmente por mujeres, en seguir indagando y conociendo más sus objetos de deseo, y que en este caso son los principales personajes de la serie y que fueron a su vez personajes reales de la historia española. Esta corriente está íntimamente ligada con su creencia de que la televisión pública estatal tiene que apostar por producciones audiovisuales que fomenten su rol como servicio público, ligando educación y entretenimiento. Así, destacan que *Isabel* haya sido el punto de partida para las series con marcado corte histórico como son *Carlos, Rey Emperador* (secuela de *Isabel*) y *El Ministerio del Tiempo* (con un capítulo *crossover* con *Isabel*), así como para la película producida por TVE llamada *La Corona Partida* (un filme que unirá los hechos acontecidos entre *Isabel* y *Carlos, Rey Emperador*).

Palabras clave: Comunidades de fans – Series de televisión - Isabel – Narrativa transmediática – Educación

FUSÕES, CONFUSÕES... E A COMUNICAÇÃO NA EMPRESA

AUTORA

Anabela Félix Mateus

Universidade da Beira Interior e FCT (Portugal)

anabela.mateus@netcabo.pt

O trabalho que apresentamos traduz os resultados da pesquisa para Doutoramento que realizámos na Universidade Complutense de Madrid na área da Comunicação empresarial, a nível Interno.

Em termos de referenciais teóricos a investigação assenta numa *perspetiva analítica de base sistémica* com os conceitos *fusão empresarial, cultura de empresa e clima organizacional* como núcleo da nossa investigação, uma vez que à sua volta se encontra relacionada toda a problemática do tema em questão - a *comunicação interna*. A comunicação é encarada como sistema e tem prioridade relativamente ao sujeito nele integrado.

O estudo tem como objeto duas unidades de empresas que sofreram processos de fusão onde é utilizada um metodologia de base *qualitativa* através do *Estudo de Caso* e a introdução de *Comparação Multicasos com aplicação de entrevistas abertas semiestruturadas*, aos profissionais ativos das empresas e também a alguns já aposentados. O estudo desenvolve-se em dois grupos em paralelo após a fusão, com particular atenção a dois fatores: prioritariamente aos *Recursos Humanos*, pela grande complexidade que aí se revela em termos de dimensão e estruturação; também ao importante papel que o fator antiguidade demonstra ter desempenhado nas empresas então fusionadas, especialmente na sua primeira fase, a nível da imagem, prioritariamente externa.

Como *focus* da análise: um dos grupos é obrigado à sua reestruturação, após uma Resolução governamental pós-Revolução que levou à fusão das empresas para a concentração em grandes grupos da área Seguradora nos anos 80. Trata-se de uma medida imposta externamente que não lhes permitiu algum tipo de planeamento para as mudanças obtidas. A análise realizada encontra comparação num grupo de empresas que se une, da mesma área e na mesma época, por vontade própria, o que lhes proporciona uma ocorrência atempada e consciente.

Como *Objetivo* pretende-se caracterizar o funcionamento das empresas objeto de estudo a nível de recursos humanos e a sua comunicação interna interativa, tanto antes da fusão como depois da mesma e analisar o resultado das reestruturações em termos de equilíbrio do clima e coesão da cultura, assim como a efetiva participação da comunicação para obter o melhor resultado das mudanças.

Podemos afirmar que, no final da pesquisa, contamos com informação suficiente para confirmar genericamente a hipótese colocada no início da investigação empírica, para a generalidade das fusões quando se realizam sem algum tipo de preparação, como ocorreu na maioria dos casos nas empresas seguradoras dos nos 80 em Portugal que se traduzia na seguinte premissa:

“as fusões das empresas seguradoras terão provocado disfunções a nível da comunicação interna que, por sua vez, se encontram relacionadas com processos anómicos no seu público interno”.

Palavras Chave: Comunicação interna - Clima organizacional - Cultura de empresa - Processo de fusão - Mudança

LA CONSTRUCCIÓN DISCURSIVA SOBRE SEGURIDAD, HIGIENE Y SALUD EN EL TRABAJO A TRAVÉS DE LOS BOLETINES Y REVISTAS DE EMPRESA DURANTE EL FRANQUISMO

AUTOR

Ovidio Fernández Arbas
Universidad de Oviedo (España)
ovidioarbas@hotmail.com

La mayor parte de las investigaciones que hasta el presente se han ocupado de la Prevención de Riesgos Laborales en España, en cuanto a los aspectos de su desarrollo y conformación histórica se refiere, lo han hecho prestando su atención a través del estudio de sus vertientes jurídicas e institucionales.

Esto hace que múltiples dimensiones dentro del ámbito de la historia de la seguridad e higiene laboral en España permanezcan aún insuficientemente tratadas e investigadas. Una de las mismas es la que hace referencia a las relaciones que se dieron entre la salud laboral y la realidad empresarial y las consecuencias que ello tuvo para la clase trabajadora bajo el régimen franquista.

La elección del contexto histórico, de igual manera, no resulta caprichoso toda vez que en el mismo se produjo el grado de mayor intervencionismo por parte del Estado sobre la seguridad, la higiene y la salud en el trabajo, sirviéndose para ello de múltiples mecanismos. Por tanto, esta comunicación responde a la necesidad de explorar de qué manera la diversa composición empresarial encaró -e integró dentro de sus propias estructuras- tanto las múltiples como por otra parte heterogéneas y dispersas disposiciones oficiales relativas a la higiene y seguridad en el trabajo que el régimen franquista fue dictando a lo largo de su existencia.

Para ello, un recurso insustituible como fuente documental a estudiar a fin de ir desvelando todo lo anterior, lo constituyen tanto los boletines como las revistas de empresa que tenían como destinatarios y potenciales lectores a sus respectivos obreros así como a sus familias. Sin embargo este tipo de publicaciones, pensadas para servir de consumo interno dentro de cada empresa responsable de su existencia, no llegaron a representar ni mucho menos un fenómeno generalizado, sino que tan sólo un pequeño número de empresas de carácter minero e industrial -en este caso asturianas- se decidieron por tales actividades editoriales.

De un sucinto análisis de estos medios, y de sus contenidos específicos en cuanto a seguridad e higiene laboral, se puede obtener un mejor conocimiento de las formas en que fueron elaborados y difundidos los diversos discursos empresariales al respecto. Discursos que, además de informativos, revistieron intenciones formativas a fin de estimular conductas y moldear comportamientos en la dirección que las empresas estimaron como los más apropiados a sus intereses. Con el presente trabajo pues, se pretende realizar un recorrido por algunas de estas publicaciones intentando abordar el estudio de un capítulo, todavía inédito, como es el que representa el inicio de las primeras estrategias comunicativas empresariales ensayadas en torno a la salud laboral de sus trabajadores a través de publicaciones propias y con aparición periódica y regular en el tiempo.

Palabras claves: Ámbito de seguridad e higiene laboral - España - Franquismo - Intervención - Revistas

LA COORDINACIÓN DOCENTE COMO ELEMENTO DE INNOVACIÓN EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA

AUTORAS

Susana Fernández Larragueta y Monia Rodorigo

Universidad de Almería (España)

sfernan@ual.es y mr406@ual.es

Vivimos en una sociedad postmoderna caracterizada por la globalización de los intercambios económicos y por la fluidez de los procesos de producción en la que los individuos están llamados a enfrentarse a nuevos valores, desafíos, realidades e incertidumbres a los que, hasta ahora, no se habían enfrentados. Como diría Castells (2001) nos encontramos frente a lo que se puede definir como un cambio de época más que como una época de cambios, ya que éste, lleva consigo una serie de elementos que influyen en la socialización del individuo postmoderno como consecuencia de la transformación en los tres ámbitos fundamentales de la vida social: el de la producción o consumo (economía), el del poder (política) y el de la experiencia cotidiana (social y cultural). Esta realidad no sólo afecta a la sociedad en general sino también a las organizaciones educativas que, conocedoras del cambio y de la incertidumbre que caracteriza esta época, están obligadas a replantearse la educación para el siglo XXI.

Entender la educación como un hecho humano complejo que se puede interpretar subjetiva y culturalmente presupone reflexionar, no sólo sobre la actuación de maestros y maestras sino también sobre la actuación de aquellos docentes que se ocupan de su formación inicial para que, desde la academia, no sólo se reivindique la innovación educativa como motor para el cambio en las escuelas, sino que la propia actuación del profesorado universitario sirva de ejemplo para las futuras generaciones.

Desde el área de Didáctica y Organización Escolar empezamos a plantearnos qué cambios -en la formación inicial del profesorado- eran necesarios para que futuros maestros y maestras se alejen de la idea tradicional del docente transmisor, encerrado en su aula, separado de los demás y que actúa dentro de una institución construida sobre clases aisladas unas de otras.

Después de varios debates y estudios paralelos, acerca de la tarea educativa tanto en centros de la provincia almeriense como en el seno de la propia universidad, nos hemos dado cuenta de que múltiples son los factores pedagógicos que entran en juego; no obstante, a la base de todo posible cambio educativo, hay algo que puede verdaderamente incentivar y transformarse en aliciente: la coordinación de los profesionales de la educación. Distintos autores afirman que mejorar la colaboración es mejorar la educación ya que la tarea compartida de acciones educativas mejora la calidad de la enseñanza y guía hacia un proyecto educativo coherente e integral.

Por todo ello, a partir de una reflexión profunda acerca de qué es la coordinación y para qué necesitamos equipos docentes coordinados, iremos analizando cómo la labor conjunta de distintos profesionales que trabajan en la formación inicial de maestros y maestras no sólo es sinónimo de innovación educativa sino también de mejora de la práctica docente, permitiendo aprovechar aquellos espacios de conocimientos que en ocasiones, trabajando de forma aislada, olvidamos o solapamos, perjudicando a un alumnado que, el día de mañana, será docente en las escuelas infantiles y primarias de nuestro país.

Palabras clave: Coordinación docente - Innovación – Formación inicial - Cambio - Inclusión

LUCES Y SOMBRAS DEL PROCESO DE REALIZACIÓN DE TESIS DOCTORALES EN ESPAÑA

AUTORAS

Marta García Domingo, Virginia Fuentes Gutiérrez y María Aranda López

Universidad de Jaén (España)

mgdoming@ujaen.es, vfuentes@ujaen.es y aranda@ujaen.es

El proceso de realización de la tesis doctoral y los costes personales asociados al mismo, constituyen un tema recurrente en las conversaciones informales que tienen lugar en el ámbito académico. Sin embargo, se observa una insuficiencia de estudios que analicen esta realidad desde una perspectiva que visibilice la propia percepción de las personas insertas en dicho proceso. Según datos del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte el número de tesis presentadas en España está experimentando un considerable ascenso, siendo en 2013(último dato estadístico) 10.889 las tesis doctorales presentadas frente a las 7.830 de 2008 (crecimiento de casi el 40%). Coincidiendo con una coyuntura socioeconómica crítica en España y ante un escenario de falta de oportunidades laborales, la realización de la tesis se percibe como una alternativa de futuro para buena parte de los egresados (titulados de grado y/o máster). Sin embargo, en una sociedad crecientemente selectiva y meritocrática, el grado de Doctor no garantiza la inserción laboral en las Universidad españolas y carece de una valoración real en el ámbito público y en la empresa privada.

En este contexto, aumentan las exigencias durante el periodo de realización de la tesis, así como los requerimientos para la acreditación que habilita el acceso a cuerpos docentes en Universidades Españolas. Partimos de la premisa de que la realidad dibujada anteriormente incrementa el grado de exigencia externa y de exigencia autoimpuesta, lo que conlleva una serie de costes personales, sociales y de salud a los implicados en el proceso y condiciona su experiencia y sus expectativas de futuro.

Es por ello que decidimos emprender un estudio que analice su experiencia desde una perspectiva temporal y situada, que permite extraer diferencias en las distintas fases del proceso. El estudio se enmarcó en la Universidad de Jaén (España), un centro de educación superior de tamaño medio, que experimenta las vicisitudes a las que se han hecho referencia. Se ha empleado una metodología cualitativa a través de la técnica de la entrevista en profundidad semiestructurada y se ha seleccionado un triple perfil de entrevistado/a, que nos permite analizar la vivencia en los diferentes estadios del proceso (temporal) y dentro de un mismo contexto/realidad (situada): (1) doctorandos/as fase temprana de realización de la tesis; (2) doctorandos/as en la fase final de la tesis, involucrados en la redacción de la misma (3) Doctores/as que obtuvieron el grado académico en el último curso; todos/as ellos/as de la Universidad de Jaén. Los resultados muestran diferencias significativas entre grupos en cuanto a las expectativas, siendo éstas más optimistas en la fase inicial.

Con respecto a los costes asociados, percibimos también diferencias en los distintos momentos, de manera que a medida q avanza el proceso, aumentan los costes percibidos. El género también actúa como factor diferenciador en relación a los costes, visualizándose entre las mujeres una mayor sensación de renuncia. En definitiva, este trabajo pretende contribuir a la visibilización de las “luces y sombras” de la obtención del grado de Doctor en España.

Palabras claves: Tesis Doctoral - Implicaciones personales - Costes sociales - Exigencias - Futuro Laboral

EL PAPEL DE LA CUBIERTA EN EL LIBRO DIGITAL. ESTADO DEL ARTE SOBRE LA EVOLUCIÓN Y MISIÓN DE LA IMAGEN EN EL LIBRO

AUTORA

Laura Gómez Cuesta

Universidad Europea de Madrid (España)

laura.gomez@uem.es

Inmersos en la que se ha venido a denominar la cuarta revolución del libro, testigos de los e-incunables y de la metamorfosis que está sufriendo el libro como objeto, nos planteamos el futuro de las cubiertas analizando el papel que la imagen en el libro ha venido desempeñando hasta nuestros días. Es en esta evolución donde se observa el paso de una misión interna en la que se completaba, acompañaba, ilustraba, sustituía o describía un texto al desempeño de un papel protagonista conquistando la portada del libro.

Muestra clara de esta conquista la encontramos en las cubiertas de Alianza Editorial, que en su día confió el objetivo de diseñar más de cuatro mil cubiertas de la colección *El libro de bolsillo* al diseñador gráfico Daniel Gil, y que en el 2010 apostó por uno de sus herederos, Manuel Estrada, para como expone su editora, Valeria Ciompi: *“reivindicar el libro como objeto de placer con el que el lector, zarandeado por los vaivenes tecnológicos, pudiera establecer una relación única y no seriada, valorando especialmente el cuidado de la edición también en sus aspectos formales”*.

Es evidente en la actualidad la concepción y enfoque de la cubierta como mecanismo de marketing editorial. No obstante, el análisis de propuestas como las de Alianza Editorial, y más concretamente las diseñadas para su Biblioteca de Autor por Manuel Estrada, nos hacen reflexionar sobre la aportación y contribución que éstas están haciendo a nuestra cultura visual y el impacto que tendría su pérdida, más allá de los cambios provocados en el sector por su uso comercial.

Esta investigación, por tanto, pretende poner en valor este tipo de cubiertas “protagonistas”, como exponentes de movimientos artísticos, contenedoras de diferentes técnicas de expresión plástica y figuras retóricas generadoras a su vez de un contenido visual complejo, dignas de ser estudiadas y valoradas por pertenecer además a un tipo de libro, el de bolsillo, que nació con un formato y precio bajo para acercarse a las masas, y que gracias a esta aportación plástica no sólo aproxima la obra literaria al gran público, sino también las experiencias sensoriales y vibraciones vitales que despierta el Arte.

No obstante, esta apuesta de Alianza Editorial por dotar a sus libros de bolsillo de un valor extra a partir de sus cubiertas contrasta con la realidad a la que se están enfrentando y de la que son cada día más conscientes las editoriales: la progresiva desmaterialización del libro como objeto, fruto de su digitalización.

Es precisamente esta realidad la que nos invita a reflexionar sobre el futuro de la cubierta en este nuevo contexto y la que justifica la necesidad de abordar su vigencia y aportación a la sociedad.

Palabras clave: Cubiertas – Diseño gráfico – Arte – Libro electrónico – Impacto social

LAS REVISTAS FEMENINAS COMERCIALES DE ALTA GAMA DURANTE LA CRISIS ESPAÑOLA: EL CASO DE VOGUE

AUTORA

Ruth Gómez de Travesedo Rojas

Universidad de Málaga (España)

ruthgtr@uma.es

Las revistas femeninas comerciales de alta gama, entre las que se incluyen *Elle*, *Woman*, *Glamour* o *Cosmopolitan*, cuentan en la actualidad con índices de lectoras que, en el caso de *Vogue*, se acerca al millón. Aunque han aparecido en Internet versiones electrónicas de las cabeceras nacionales e internacionales más conocidas y blogs de moda y belleza que se podrían perfilar como serios competidores de estas publicaciones periódicas, el 43% de las mujeres siguen adquiriendo estas cabeceras en soporte papel.

Además, España está atravesando desde 2008 una situación económica delicada lo que, en principio, podría haber hecho peligrar la supervivencia de este tipo de cabeceras, un tanto elitistas, sin embargo, ha sucedido todo lo contrario y el número de títulos no solo se ha mantenido sino que ha aumentado, con incorporaciones como *Harper's Bazaar*, *CuoreStilo*, *¡Hola! Fashion*, *Grazia* o *Divinity*.

El objetivo de este estudio es mostrar si estas revistas femeninas comerciales de alta gama han adaptado su contenido a la situación económica actual o por el contrario se han mantenido al margen del contexto económico del país.

El método utilizado en la investigación ha sido el análisis de contenido de una de las cabeceras con mayor difusión y penetración, *Vogue*, durante los meses de mayor audiencia de la cabecera en el año 2014.

Las conclusiones que se han alcanzado es que las revistas femeninas comerciales de alta gama, en general, y *Vogue* en particular, se mantienen fieles a la categoría de revistas especializadas a la que pertenecen, lejos de adaptar su temática y contenidos a la situación económica actual, siguen haciendo gala de aspectos como el lujo y glamour, algo que las ha caracterizado desde su nacimiento en los años ochenta.

Palabras clave: Mujer – Revistas femeninas – Prensa femenina – Periodismo

EMPLEO DEL MÉTODO DELPHI Y UNA PRUEBA PILOTO PARA LA MEJORA DE UN CUESTIONARIO SOBRE MÉTODOS ACTIVOS

AUTORES

David Jiménez Hernández, María Tornel Abellán y Juan José González Ortiz

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

djimenez361@ucam.edu, mtornel@ucam.edu y jjgonzort@ucam.edu

A la hora de llevar a cabo una investigación cuantitativa en la que es precisa la creación de un cuestionario ad hoc para la extracción de información, es necesaria la revisión y mejora del mismo para aumentar la probabilidad de éxito en los resultados.

En el caso que presentamos, se pretende mejorar un cuestionario utilizado para conocer los diferentes métodos activos que utiliza el profesorado universitario en su práctica docente y algunas variables relacionadas, como los beneficios e inconvenientes, formación del profesorado y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en sus clases.

El Método Delphi es una técnica que emplea el criterio de diferentes expertos en distintas temáticas sin que la presencialidad de sus miembros afecte a las opiniones del resto. A través de esta técnica se validó el contenido de las diferentes partes del cuestionario.

Con la prueba piloto se ensayó el funcionamiento del instrumento con una parte representativa de la muestra que reunía todas sus características y, además de proporcionar puntos de vista diferentes sobre el instrumento, su uso después del Método Delphi permitió aportar soluciones para aquellas cuestiones a las que no se llegó a un acuerdo unánime.

Palabras clave: Método Delphi - Prueba piloto - Mejora de Cuestionario - Métodos activos

TIPOGRAFÍAS TECNOLÓGICAS EN LAS PRIMERAS REVISTAS ESPAÑOLAS ESPECIALIZADAS EN INFORMÁTICA PARA USUARIOS

AUTOR

Carlos Jiménez Narros
Universidad Nebrija (España)
cjimenez@nebrija.es

La presente investigación examina el aspecto tipográfico que muestran las primeras revistas españolas especializadas en informática dirigidas a usuarios. Los nuevos modelos de comunicación entre las máquinas y el hombre (lectura automática), los relojes y calculadoras digitales, los tipos de baja resolución, unidos al progreso tecnológico experimentado en la segunda mitad del siglo XX facilitan la aparición de una serie de tipografías de clara inspiración tecnológica. El carácter predominante de la máquina se presenta en sociedad a través de estas fuentes. Además en la mayoría de las ocasiones el nombre con el que se les denominan a las familias tipográficas evidencian su aspecto: *Computer*, *OCR*, *MICR*, *Quartz*, *LED* y *LCD*, entre otras.

Las primeras revistas de informática comienzan a utilizar estos caracteres que transmiten modernidad y futuro y se adopta la “estética del ordenador” y lo plasman de manera especial en las cabeceras de las revistas. Nos situamos al comienzo de los ochenta, momento en que surgen las primeras publicaciones especializadas en informática para usuarios. En las décadas anteriores los contenidos tecnológicos e informáticos estaban reservados para profesionales y técnicos; por otro lado el mercado editorial de revistas especializadas, en estas áreas, era muy joven. En este sentido dichas publicaciones realizaron una clara labor de difusión de la disciplina, en un ámbito en el que los manuales de los fabricantes y la prensa técnica eran las únicas fuentes de información disponibles hasta entonces.

Palabras clave: Tipografías tecnológicas – Revistas informática – Diseño gráfico – Tipografías Pixeladas – Cabeceras

MARCA CIUDAD: UN ACTIVO ESTRATÉGICO EN LA GESTIÓN DE LA IMAGEN URBANA

AUTORAS

Olga Kolotouchkina Shvedova y Rocío Blay Arráez

Universidad CEU San Pablo de Madrid y Universidad Jaume I de Castellón (España)

olga.kolotouchkina@ceu.es y r.blay@com.uji.es

La presente investigación doctoral se acerca desde la perspectiva académica al fenómeno de la creación de la imagen de marca de una ciudad. Aprovechando el contexto de la convocatoria nacional del título de la Capital Europea de la Cultura 2016, la investigación analiza el proceso de creación de la imagen de marca realizado por seis ciudades españolas, candidatas finalistas al título: Burgos, Córdoba, Donostia-San Sebastián, Las Palmas de Gran Canaria, Segovia y Zaragoza.

En el entorno de la economía globalizada, la competencia entre ciudades por atraer turismo, inversiones y el mejor talento a sus territorios es cada vez más agresiva (Florida, 2008; Sassen, 2007; Castells, 2005; Soja y Kanai, 2007). Los flujos de turistas, la presencia de grandes corporaciones, la inversión en clusters urbanos de innovación científica junto con la celebración de eventos singulares de proyección internacional son algunos de los factores que permiten asegurar la riqueza del territorio, su protagonismo a nivel nacional e internacional, así como el bienestar económico y social de sus residentes (Anholt, 2010; Sudjic, 2007; Le Gates y Stout, 2011; Landry, 2011). En este contexto, se agudiza el ingenio de los gestores urbanos por presentar una imagen atractiva de su ciudad, asegurando una percepción favorable por parte de todos los públicos relevantes y generando experiencias positivas y duraderas. Apropiándose de las prácticas habituales en empresas y corporaciones, los gestores urbanos utilizan los recursos de marketing, comunicación e imagen de marca para definir la oferta de valor de su territorio y posicionarlo de forma consistente en el mercado interurbano.

Las ciudades son organismos complejos y poliédricos en cuanto a sus estructuras de gestión y planificación urbana, sus funciones, así como sus principales públicos de interés (Fernández Guëll, 2006). La creación de una marca ciudad tiene que reflejar la complejidad de las estructuras y funciones urbanas y no puede ser similar al proceso de creación de una marca comercial o corporativa (Govers, 2013; Lucarelli, 2012; Kavaratzis, 2004).

Considerando la complejidad del fenómeno de marca ciudad y partiendo de las investigaciones previas (Villafañe, 2009; Van Gelder y Malcolm Allan, 2009; Seisdedos, 2006, 2009; Olins, 2003; Anholt, 2003, 2009), la investigación presenta la propuesta de un nuevo modelo estratégico de creación de la imagen de marca urbana. El modelo propuesto ha sido contrastado con el proceso de creación de la imagen de marca seguido por los gestores de las candidaturas de seis ciudades finalistas españolas al título de la Capitalidad Europea de la Cultura 2016.

Como resultado de la investigación se detectan las mejores prácticas en la gestión de la imagen de marca urbana y se aportan nuevas claves para el estudio académico y proyectos prácticos relacionados con la imagen de las ciudades.

Palabras clave: Imagen de marca - Marca ciudad - Comunicación urbana - Capitalidad Europea de la Cultura

EL PROCESO DE EVALUACIÓN EXTERNA. ANÁLISIS DE CASO UNIVERSIDAD NACIONAL DE CATAMARCA (ARGENTINA)

AUTORA

Catalina Clotilde del Valle Lobo

Universidad Nacional de Catamarca (Argentina)

catalinaclotildelobo@gmail.com

Este trabajo describe la metodología seguida para analizar el informe producido por los Pares Evaluadores y pertenece a la primera fase del Plan de Investigación, titulado: Calidad Universitaria y Acreditación en la Facultad de Tecnología y Ciencias Aplicadas de la Universidad Nacional de Catamarca (Argentina) aprobado en el marco del Programa de Doctorado de Ciencias de la Educación, Universidad de Granada, España.

Desde el enfoque metodológico se ha previsto el análisis documental, conocemos que las instituciones universitarias producen informaciones sustantivas a partir de la organización de tareas tales como: admitir, matricular, calificar, administrar, diseñar, ejecutar, etc. datos que posibilitan la gestión y la toma de decisiones. El objetivo de este artículo es analizar si el informe de los Pares Evaluadores ha contribuido a la comprensión de los resultados obtenidos en el proceso de acreditación de la carrera de Ingeniería en Minas y Geología en la Facultad de Tecnología y Ciencias Aplicadas (FyCA), Universidad Nacional de Catamarca (Argentina).

La Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria (CONEAU), es la única agencia encargada de los procesos evaluativos de las universidades estatales como privada, es un ente descentralizado que actúa en jurisdicción del Ministerio de Educación de la Nación y, tiene una fuerte presencia desde el año 1996 cuando se sanciona la Ley de Educación Superior (LES) N° 24.521. El proceso de acreditación en el sistema universitario argentino consta de dos fases: la *autoevaluación* o evaluación interna y la *evaluación de pares evaluadores* o, evaluación externa. El Comité de Pares Evaluadores (CPE) establece un cronograma de visitas y talleres preparatorios para definir tareas con la comunidad universitaria.

El proceso de acreditación se inicia a finales de la década de los noventa y en el caso específico de las ingenierías se materializa en el año dos mil, cuando Argentina se encontraba en crisis económica y política y, las universidades contaban con bajo presupuesto, dificultades de infraestructura y equipamiento para llevar a cabo las acreditaciones. No obstante ello, las carreras de ingenierías al integrar la Comisión Federal de Decanos de Ingeniería (CONFEDI), organismo pionero en establecer criterios comunes en las distintas especialidades de ingenierías: contenidos mínimos, competencias que deben alcanzar la formación de ingenieros, cargas horarias, intensidad para la formación práctica, la duración de las carreras ha sido un antecedente importante para las instituciones y los docentes, en tanto recorrieron y se familiarizaron en procesos de adecuación.

Cuando se produce la primera convocatoria de carácter voluntaria, la FyCA decide presentarse a la misma, entiende que está en condiciones de ser evaluada. Al integrar el CONFEDI venía realizando: ajustes en el plan de estudios, estadísticas sobre cuerpo académico, estudiantes y egresados y así saber cómo se encontraba en relación a otras comunidades universitarias.

El análisis documental y las encuestas realizadas a distintos colectivos de la FyCA nos permitirán inferir cuáles son los efectos del proceso de acreditación, si éstos fueron los buscados o se convirtieron en cambios formales, de índole burocrática.

Palabras Claves: CONEAU - CONFEDI - Comité de Pares Evaluadores - Estándares - Cultura evaluativa

ASPECTOS CULTURALES DEL PROCESO DE ALINEACIÓN ORGANIZATIVA EN EMPRESAS GLOBALES DE ÉXITO

AUTORA

María Teresa López Felipe
Universidad de Murcia (España)
mtlopez@um.es

El estudio de la cultura organizativa como recurso estratégico ha adquirido relevancia en las últimas décadas, especialmente, en el marco de la Teoría de Recursos y Capacidades. El potencial estratégico de la cultura empresarial deriva tanto de su funcionalidad adaptativo-integrativa como de los atributos que presenta, acordes con los postulados de la citada teoría.

La cultura contribuye a la coherencia del sistema-empresa, idea presente en el concepto de alineación organizativa, que se erige como una capacidad distintiva a nivel organizativo, dado que, aunque las empresas dispongan de una dotación similar de recursos, no lo es la forma en que éstas los combinan. En este sentido, la cultura de cada organización es un recurso identitario que la faculta para incrementar la competitividad empresarial vía diferenciación.

Actualmente, el éxito organizativo parece no estar tan vinculado a la fortaleza de la cultura como a su coherencia con el resto de vertientes organizativas, estructura y estrategia. Así se desprende de la investigación realizada sobre la cultura organizativa como herramienta de gestión interna y de adaptación al entorno, profundizando en el proceso por el cual las organizaciones responden a las exigencias del entorno global e interiorizan los cambios de manera coherente y sistémica a través ésta.

La investigación se ha realizado aplicando la metodología del estudio de caso, buscando la aproximación a la realidad del proceso en su contexto real, la empresa, con el análisis de un intangible, la cultura organizativa. Esta estrategia metodológica ha permitido: 1) determinar las fases en las que se desenvuelve el proceso de adaptación-integración, que es un proceso de alineación organizativa, dado que la configuración final en el ámbito estructural, cultural y estratégico es una combinación coherente de las mismas, según el modelo aplicado; 2) identificar los elementos de la estructura, la estrategia y la cultura que intervienen en cada fase, estudiando la evolución y la tendencia mostrada por cada uno de ellos; 3) conocer las relaciones establecidas entre éstos en cada fase y en el proceso en su conjunto; 4) analizar el grado de coherencia estructural, estratégico y cultural del sistema-empresa; 5) determinar el perfil cultural, estratégico y estructural de las organizaciones estudiadas.

Los resultados obtenidos permiten concluir que los elementos culturales están presentes en todas las fases del proceso de alineación, teniendo más relevancia los de carácter invisible (creencias y valores) en los estadios iniciales, y los visibles en la fase final de perfeccionamiento. Asimismo, la cultura que confiere a las organizaciones estudiadas la capacidad de la alineación, para adaptarse al entorno global sistémicamente, se ha denominado “cultura capacitadora” y es una “cultura de la comunicación/información, de la participación, del equipo, de la innovación, de la formación/capacitación, de la calidad y de la eficiencia”. Esta cultura opera con “estructuras hipertexto” en la consecución de los objetivos estratégicos de la visión.

Palabras clave: Cultura Organizativa - Alineación Organizativa - Teoría de Recursos y Capacidades – Estrategia – Globalidad

INFORMACIÓN DE LOS ESTUDIANTES DE MOVILIDAD UNIVERSITARIOS ANTES DE SU LLEGADA Y SATISFACCIÓN TRAS SU MARCHA

AUTORAS

Eva Martín Fuentes, Natalia Daries Ramón, Estela Mariné Roig

Universidad de Lleida (España)

eva@aegern.udl.cat, ndaries@aegern.udl.cat, estela.marine@aegern.udl.cat

Las universidades españolas reciben durante un período determinado estudiantes de otras instituciones de educación superior para que puedan cursar parte de sus estudios a través de diferentes programas de movilidad. Estos visitantes considerados como turistas académicos (Martínez Roget, Pereira López, & Pawlowska, 2013) provienen de diferentes lugares de la geografía española, europea y del resto del mundo, que generan unos ingresos en la ciudad con su consumo ya que se alojan en la ciudad, compran en la ciudad y utilizan el transporte de la ciudad dónde se ubica la universidad que los recibe (Martin-Fuentes & Sarda, 2010).

Una de las características principales de cualquier servicio es la intangibilidad y en el caso de la experiencia turística, además, por su naturaleza experiencial (Sirakaya and Woodside, 2005, p.816) junto al hecho que sea necesario desplazarse para disfrutar del servicio, provoca una incertidumbre en el turista.

Realizar una estancia en un lugar desconocido por parte de los estudiantes de movilidad, durante un semestre o un curso crea una incertidumbre antes del desplazamiento lo que los mueve a buscar información (Jun et al., 2007, p. 267). En este sentido, las universidades que reciben estos estudiantes, deben intentar reducir al máximo esta incertidumbre, proporcionando a los estudiantes de movilidad el máximo de información posible sin crearles expectativas demasiado altas que después no puedan cumplir ya que sino sufrirán una decepción (Zeithaml et al., 1993).

En este trabajo se analiza el perfil de los estudiantes de movilidad que acuden a una universidad pública española de dimensión media, como es la Universidad de Lleida, durante los cursos 2012/13, 2013/14 y 2014/15, la valoración que hacen estos estudiantes de los diferentes servicios que les ofrece la universidad y de la ciudad que los acoge, además de conocer como se informan antes de su llegada y la valoración general que hacen de su estancia.

El presente estudio concluye que los estudiantes de movilidad se informan antes de ir a la universidad de destino a través del boca-oreja tradicional por parte de compañeros o conocidos que ya han estado en la universidad que van a visitar, también se informan a través de internet e intentan contactar con otros estudiantes de movilidad a través de las redes sociales. La valoración y la satisfacción de su paso por la Universidad de Lleida son muy positivas, al igual que la valoración que hacen de la ciudad de acogida que varía dependiendo de los países de procedencia.

Palabras clave: Universidad pública – Satisfacción – Estudiantes – Movilidad – Turismo académico

JÓVENES UNIVERSITARIOS E IGUALDAD DE GÉNERO: ESTUDIO DEL CASO

AUTORES

Virginia Martín Jiménez, Carlos A. Ballesteros Herencia y Dunia Etura Hernández

Universidad de Valladolid (España)

virgimj@hmca.uva.es, cballesteros@hmca.uva.es y ma.dunia.hernandez@uva.es

Hace dos décadas la Conferencia Mundial sobre la Mujer de Bejiing consiguió aunar la voluntad de 189 gobiernos en torno al plan más ambicioso hasta entonces formulado para impulsar los derechos de la mujer. El programa denominado *Declaración y Plataforma de Acción de Bejiing* se desarrollaba alrededor de 12 ámbitos fundamentales -entre los que estaban incluidos la educación y los medios de difusión- de especial interés para la lucha contra la desigualdad de género. Dos décadas después es un hecho que se han dado pasos esenciales para el cambio, pero aún no se puede afirmar que el fin de la desigualdad de género esté cerca.

En el año 2014 se presentó la primera encuesta a nivel europeo sobre la violencia machista realizada por la Agencia de Derechos Fundamentales de la UE (FRA). Los resultados revelaron que un 33% de las mujeres de entre 18 y 74 años habían sufrido violencia física o sexual, lo que supone que 60 millones de mujeres de los 28 países de la UE han visto vulnerados sus derechos fundamentales.

Desde el Proyecto de Innovación Docente, vinculado al Área de Periodismo de la Universidad de Valladolid (UVA), *Enseñanza en Igualdad e Inclusión de Género*, trabajamos partiendo de la premisa de que el mejor método para combatir la violencia de género -efecto último y más devastador de la desigualdad- es prevenirla, tratando sus orígenes y causas estructurales. De este modo, poner el foco en la educación de los más jóvenes para promover relaciones de respeto e igualdad es esencial y la función de los docentes para propiciar el cambio es determinante, más si cabe en los profesores de Periodismo, por ser sus alumnos los futuros responsables de seguir -o no- reproduciendo a través de los *mass media* estereotipos que perpetúan la desigualdad de género.

Partiendo de esta premisa, los miembros del citado PID desarrollaron a lo largo del curso 2014-2015 una investigación cuyos resultados se presentan en esta comunicación. El objetivo fue descubrir la base cognitiva sobre igualdad de género que tienen los estudiantes universitarios españoles -tomando como objeto de estudio los pertenecientes a la UVA- y precisar sus capacidades para reconocer las actitudes y los contenidos mediáticos que presentan ideas basadas en la desigualdad de género y que suponen el germen de la violencia machista.

Desde el punto de vista metodológico el estudio se desarrolló a través de una encuesta que los estudiantes de los cuatro cursos del Grado de Periodismo de la UVA respondieron de forma anónima. El contenido sobre el que se les preguntaba trataba de analizar desde diversas perspectivas el nivel de desigualdad que percibían en la Universidad, en sus relaciones sociales y en los medios de comunicación, así como el conocimiento y percepción que tienen sobre la violencia de género. Los resultados de esta encuesta se analizaron cuantitativamente con el programa SPSS, obteniéndose datos estadísticos tanto descriptivos como inferenciales que se analizan en las páginas de la comunicación que se presenta al congreso CUICIID 2015.

Palabras clave: Docencia en Igualdad - Igualdad de Género - Proyecto de Innovación Docente - Inclusión de Género

PROPUESTA DE INDICADORES DE EVALUACIÓN PARA BIBLIOTECAS UNIVERSITARIAS BAJO LOS PRINCIPIOS DE LA CULTURA DIGITAL: VALIDACIÓN A PARTIR DEL RÁNKING DE SHANGHAI

AUTORAS

Sara Martínez Cardama y Mercedes Caridad Sebastián

Universidad Carlos III de Madrid (España)

smarti1@bib.uc3m.es y mercedes@bib.uc3m.es

La actual conceptualización e integración de servicios dentro de la llamada *Universidad Digital*, así como el desarrollo de una cultura de innovación continua, supone el marco para evaluar el papel de la biblioteca universitaria como agente de cambio en términos de acceso y creación de conocimiento. Fruto de un Tesis Doctoral defendida en la Universidad Carlos III en 2014 y financiada por el Programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU) del Ministerio de Educación (Referencia: AP 2009-2154); se presentan los resultados del diseño y verificación de un sistema de indicadores de evaluación aplicado a bibliotecas universitarias en el entorno digital.

El objeto de investigación es la creación y validación de una herramienta metodológica que permita detectar, medir y cuantificar las actuales características estructurales y dinámicas que afectan a las bibliotecas universitarias en el espacio digital. Este modelo se basa en los principios de la Cultura Digital, teniendo en cuenta el conjunto de valores y prácticas compartidas que supone la inserción de toda institución en el contexto de la sociedad-red. Se explica el proceso de creación y ponderación de los cincuenta indicadores, agrupados en cuatro categorías: 1. Presencia en el entorno digital *indicadores webmétricos*; 2. *Participación*, como capacidad de la institución crear relaciones en la red; 3. *La Remediación*, basada en los contenidos y sus nuevas formas de expresión; 4. *El Bricolaje digital*, como remezcla para crear nuevos servicios y estructuras flexibles de conocimiento.

A modo de proyecto piloto, se escogen las páginas y servicios web de las bibliotecas universitarias correspondientes a las cincuenta primeras posiciones del *Ranking de Shanghai* (ARWU) en su edición del año 2013. Esta elección responde a criterios tanto metodológicos como prospectivos de análisis, ya que permite conocer el estado, grado de innovación tecnológica y los elementos de *Participación*, *Remediación* y *Bricolaje Digital* de las bibliotecas de las principales universidades del mundo, y a partir de su codificación y ponderación establecer un ranking.

Se concluye que el método propuesto es válido para evaluar y auditar las prácticas de Cultura Digital de las bibliotecas universitarias en la actualidad. Se verifica su idoneidad para utilizarlo como cuadro de mando de indicadores (*Scoreboard*) que facilite la toma de decisiones para la mejora de la presencia digital de la biblioteca universitaria y de sus servicios. La aplicación del proyecto piloto al ámbito de los rankings universitarios, permite, en este caso, relacionar estas prácticas digitales con políticas a nivel macroestructural de sus propias instituciones.

Palabras clave: Bibliotecas universitarias - Cultura – Digital – Indicadores – *Scoreboard* - Ránking de Shanghai

PROGRAMA PARA LA PROMOCIÓN Y DESARROLLO EN EL ESTADO DE TABASCO

AUTORES

Germán Martínez Prats, Cecilia García Muñoz Aparicio y María del Carmen Navarrete Torres

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco en Villahermosa (México)

germanmtzprats@hotmail.com

No obstante que la economía tradicional de Tabasco está basada en las actividades agropecuarias, su evolución hacia una economía agroindustrial se ha visto retrasada u olvidada en favor de la economía basada en los servicios; esto sobre todo derivado por el descubrimiento de vastos yacimientos de petróleo y gas en el territorio estatal y por el desarrollo subsecuente de la actividad petrolera. Siendo esta, como es, altamente demandante de servicios.

Esta situación ha dado como consecuencia que la gran mayoría del sector empresarial local, así como las nuevas inversiones privadas que arriban al estado se enfoquen casi exclusivamente al sector servicios y servicios especializados y la fuerte atracción que ejerce en estos la industria del gas y petróleo. Esto en detrimento del sector agroindustrial y del gran potencial que tiene dicho sector en los mercados internacionales.

Los principales productos que Tabasco exporta son limón persa, papaya maradol, piña, pimienta, plátano, cacao, carne y azúcar.

Uno de los principales problemas detectados es el bajo nivel de exportaciones del estado, es decir, de acuerdo a las estadísticas presentadas se han realizado exportaciones de una gran variedad de productos pero de forma esporádica y en volúmenes muy poco representativos al igual que en valor económico. Productos como el limón, pimienta, papaya, piña y carne de res son la excepción puesto que han sido los más representativos en las estadísticas de exportación en cuanto a volumen y valor; a pesar de que las cantidades exportadas han variado año con año (incluso algunos han disminuido en cuanto a volumen de exportación en comparación con años anteriores) son productos que siguen produciéndose y exportándose en el estado.

Es por eso por lo que es necesario el desarrollo de un programa de apoyo de promoción y desarrollo a las exportaciones en el estado de Tabasco, ya que si bien muy pocos en cantidad en la actualidad, los productos agroindustriales de Tabasco son de una excelente calidad, y esto constituye el 50% de lo necesario para lograr con éxito su incursión y conquista de mercados internacionales.

Palabras clave: Exportación – Comercio exterior – Programa de promoción – Desarrollo

HACÍA UNA NUEVA CLASIFICACIÓN DE LAS METÁFORAS VISUALES EN PUBLICIDAD

AUTORES

Fernando Marugán y Ángel Bartolomé

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

fernando.marugansolis@ceu.es y abartolome@ceu.es

La publicidad actual, cada vez más visual, busca la construcción de imágenes que representen a las marcas y los productos anunciados. Además, la creciente similitud entre productos competidores requiere que las diferencias sean creadas por elementos metafóricos; muchas veces no elegidos a partir de un beneficio tangible del producto. Así, hoy todos asocian un producto líder como Coca-Cola con la felicidad, que al fin y al cabo no es más que una metáfora.

Entendiendo la metáfora, y más en concreto la metáfora visual, como el uso de un elemento que, aprovechando sus características, permite comunicar algo de otro elemento. Sin embargo, no han sido muchos los estudios que han establecido clasificaciones no sólo de las metáforas visuales, sino tampoco de las imágenes publicitarias; tan sólo el *British Design and Art Directors* en 1989 diferenció las imágenes publicitarias en informativas, explicativas, expresivas o directas. Posteriormente cabría destacar entre otros, algunas clasificaciones de las metáforas visuales, como la establecida por Olga Rojas, que diferencia entre metáforas visuales basadas en criterios de semejanza, arbitrarias o en conceptos mentales ya preestablecidos.

Por otra parte, Lakoff y Turner establecieron una clasificación basada en la naturaleza del elemento metafórico utilizado. Sin embargo, creemos que el uso cada vez mayor de más y más complejas metáforas, exige una nueva clasificación basada en estos y otros aspectos, como el tipo de representación de la metáfora, a quién alude y representa, etc.

Metáforas visuales cuyo uso está teniendo como efecto en publicidad la desaparición del texto en los anuncios, tal y como se señala en la tesis “La metáfora visual, creadora de tendencias en la publicidad actual” (2015) de Fernando Marugán, en la que se realiza un análisis de una muestra de anuncios internacionales de publicidad exterior que sirven para desarrollar el análisis de las metáforas visuales en publicidad que se propone en este artículo.

Palabras clave: Publicidad – Metáfora visual – Elementos metafóricos – Anuncios – Clasificación

LA CALIDAD DE VIDA PROFESIONAL Y SU REPERCUSIÓN EN PROFESIONALES DE ENFERMERÍA

AUTOR

Francisco Javier Mazuecos Gómez

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

fjmazuecos.ts@gmail.com

En la sociedad actual en la que los cambios estructurales están siendo una constante en nuestras vidas nos encontramos con una serie de profesiones con más niveles de exigencia a nivel calidad y compromiso que repercutirá en sus profesionales. Estamos hablando de uno de los grupos profesionales más afectados por la calidad de vida profesional en su trabajo diario el personal de enfermería.

El propósito de este trabajo es llevar a cabo un análisis crítico respecto a la delimitación conceptual así como del panorama metodológico de la Calidad de Vida Profesional. Por lo tanto se efectúa una amplia revisión de los trabajos más destacados sugiriendo las dificultades y controversias que ha tenido el estudio del fenómeno objeto. Respecto a los aspectos de índole metodológica se analiza la multidimensión del constructo y se señalan las carencias y lagunas de los métodos y técnicas utilizados para su evaluación. Igualmente se revisan los límites de las perspectivas teóricas más representativas y la ambigüedad de los criterios que se establecieron para la definición y la clarificación conceptual y se transportaran a esta comunicación.

Para hacer visible la problemática actual se realiza revisión de todas las líneas de investigación, de docencia y de asistencia en las cuales actualmente se esta trabajando y que a través de estas se han podido llegar a realizar mejoras asistenciales y de servicio a la ciudadanía incluyendo políticas de mejora medioambiental y realidad social de salud existente.

En definitiva la comunicación va a recoger los resultados de la revisión de fuentes bibliográficas y análisis documental llevado a cabo como fase inicial de una investigación sobre la realidad de la Calidad de Vida Profesional de profesionales de enfermería en la Comunidad Autónoma de Madrid. La producción científica relacionada con el tema nos va a despejar el panorama actual respecto a la dimensión estudio ya que nos introduce en un tema de gran interés y preocupación social.

Palabras clave: Profesionales de enfermería – Multidimensión – Calidad de vida profesional – Análisis crítico – Delimitación conceptual

EL ACONTECER SOCIOPOLÍTICO EN LAS NOTICIAS DE LA TELEVISIÓN PÚBLICA DE CHILE

AUTOR

Gilberto Morales Colipe

Universidad de Concepción (Chile)

gimorale@udec.cl

El trabajo presenta los resultados de la tesis doctoral “Análisis del tratamiento del acontecer sociopolítico en las noticias de la televisión pública chilena” que desarrolla el doctorando Gilberto Morales en la Universidad Complutense de Madrid gracias a una beca del Ministerio de Educación de Chile a través del Programa MECE Educación Superior 2.

A nivel teórico se ha considerado los aportes de la Teoría Social de la Comunicación que plantea como supuesto la existencia de “interdependencias entre la transformación de la comunicación pública y el cambio de la sociedad” (Martín Serrano, 1986:15). Esta visión permite observar cómo “Los mediadores de la comunicación pública intervienen en la selección del acontecer y elaboran una representación institucionalizada y objetivada de lo que acontece, realizando una tarea mitificadora y ritualizadora” (Martín Serrano, 2011: 205)

A nivel metodológico se trabajó con un universo de 1503 aconteceres obtenidos de 92 noticiarios de Televisión Nacional de Chile, TVN, en el período comprendido entre el 01 de marzo y el 31 de mayo de 2013. A partir de este universo se obtuvo un tamaño muestral de 307 aconteceres. El tratamiento de los datos se ha efectuado con el software de analítica predictiva SPSS.

Los resultados se han comparado, cuando ha sido posible, con los datos que entrega la VIII Encuesta Nacional de Televisión que realizó el año 2014 el Consejo Nacional de Televisión de Chile, CNTV, sobre una muestra de 5.479 televidentes. En las variables en que no hay comparación, la encuesta ha sido utilizada para obtener los datos de evaluación que la audiencia realiza a las noticias de televisión en sus aspectos temáticos y en la participación de los actores.

Las variables utilizadas han permitido caracterizar el acontecer diferenciando el contenido noticioso, su ubicación espacio- temporal, el tipo de narración a través del tratamiento expresivo, recursos empleados y el contenido dramático junto a la naturaleza, roles y funciones de los personajes. También se analizan variables que permiten identificar a los profesionales de la mediación a través de sus actitudes y retóricas utilizadas en el tratamiento del acontecer.

Desde esta perspectiva y considerando que se investiga el producto comunicativo noticias de televisión dentro de un sistema de Comunicación Institucional se observa en un primer nivel de análisis que el tratamiento del acontecer privilegia a las organizaciones y actuaciones políticas, es decir, se evidencia un predominio de las instituciones y del poder establecido. Además se aprecia un alto componente de noticias relacionadas con asuntos judiciales. En el ámbito espacial existe un desequilibrio informativo desde el punto de vista territorial ya que se privilegian aconteceres que ocurren en la capital del país o en las ciudades más pobladas donde se concentran los poderes políticos y económicos. Y desde el punto de vista temporal predomina el tiempo actual y presente.

Palabras clave: Noticias de televisión – Aconteceres – Teoría Social de la Comunicación – Mediación.

DISEMINACIÓN DEL CONOCIMIENTO TÁCITO EN INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR QUE VIVEN UN CAMBIO

AUTORES

Elsa Beatriz Palacios y Manuel Flores Fahara

Tecnológico de Monterrey (México)

bpalacios@itesm.mx y manuel.flores@itesm.mx

Esta ponencia presenta los resultados de una disertación doctoral que busca aportar mayor evidencia empírica para responder a la pregunta ¿cuáles son las estrategias para la diseminación del conocimiento tácito en una institución de educación superior que vive un cambio?. El enfoque del estudio partió de una revisión de literatura sobre los temas de aprendizaje organizacional y liderazgo educativo.

De acuerdo a los autores de la literatura revisada, los constantes cambios del entorno reclaman actualmente ajustes en las organizaciones, incluidas las educativas. Una organización debe asegurar un aprendizaje organizacional para maximizar su base de conocimiento y con ello poder desarrollar de forma sostenida una ventaja competitiva que le permita enfrentar los retos del contexto cambiante (Senge,1990, Nonaka,1994). Las escuelas representan una de las organizaciones más complejas y retadoras para el tema de aprendizaje organizacional (Collinson y Cook, 2007), ya que entre otras cosas, son consideradas como tradicionales y resistentes al cambio (Schulz y Geithner, 2010). La fase de diseminación del conocimiento se convierte en estratégica (DiBella y Nevis, 1998), más cuando se enfoca en la generación y transferencia de conocimiento tácito, que de acuerdo a los autores revisados, es el más estratégico para el aprendizaje organizacional(Kikoski y Kikoski, 2004). Para organizaciones en general, existen barreras para la diseminación del conocimiento, tales como problemas de comunicación, falta de claridad en los objetivos de colaboración, falta de incentivos organizacionales y falta de tiempo de los integrantes (Seider-de Alwis y Hartmann, 2008).

Ya en el ámbito de las instituciones de educación, Collinson y Cook (2007) resaltan el hecho de que la falta de colaboración entre los integrantes de estas instituciones, especialmente entre profesores, puede relacionarse con aspectos de estructura y normas; el ambiente de la organización puede ser tan “tóxico” que aísla a los integrantes evitando el intercambio y la colaboración.

Por sus características, el estudio siguió un método de caso único, apoyado en entrevistas semiestructuradas, revisión de documentos y observación participante. Para el caso se seleccionó un área de una institución de educación superior mexicana que vivía un cambio organizacional, de la cual se entrevistaron a 20 integrantes que representaban diferentes roles y niveles organizacionales. En los resultados se encontró que una institución de educación superior que vive un cambio, debe establecer estrategias que le permitan entender la naturaleza del conocimiento tácito y relacionar sus prácticas formales e informales de diseminación. Por su impacto en el conocimiento tácito, se debe dar valor a los procesos informales, apoyando prácticas de interacción y comunicación informales y creando un ecosistema para la diseminación que integre a los diferentes perfiles de integrantes de la institución, en cinco redes de aprendizaje identificadas en el estudio. También se identificaron facilitadores y barreras que influyen en las prácticas de diseminación durante un cambio organizacional.

Palabras clave: Aprendizaje organizacional - Diseminación del conocimiento - Conocimiento tácito - instituciones de educación

BIENESTAR SUBJETIVO Y PSICOLÓGICO EN VOLUNTARIADO DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL PARA EL DESARROLLO

AUTORA

Irene Pérez Miralles

Universidad Complutense de Madrid (España)

ipmiralles@gmail.com

En la actualidad, millones de personas en todo el mundo colaboran proporcionando su ayuda en algún tipo de actividad altruista. En Europa, un promedio de 34% de la población realiza algún trabajo voluntario (GHK, 2010). Concretamente en España, tan sólo el 18% de la población española participó en actividades voluntarias durante el año 2011 (INJUVE, 2012).

En este ámbito, el voluntariado se presenta como una actividad que muestra los aspectos altruistas y prosociales del comportamiento humano. Si bien, el voluntariado además de aportar grandes beneficios a la comunidad en la que se interviene, también favorece a las propias personas que contribuyen con su ayuda. En la actualidad, notables evidencias empíricas revelan que ayudar a los demás favorece al bienestar de las personas (Dietz, Grimm & Spring, 2007; Handy & Mook, 2011; Hunter & Linn, 1981; Jenkinson, Dickens, Jones, Thompson, Taylor, Rogers et al., 2013; Mellor, Hayashi, Firth, Stokes, Chambers & Cummins, 2008; Son & Wilson, 2012; entre otros). Sin embargo, tales estudios se han centrado en analizar el tipo de voluntariado conocido como *Formal Volunteering* (voluntariado comunitario), descuidando otros tipos de voluntariado, por ejemplo: la *Cooperación Internacional para el Desarrollo*.

Por tanto, la presente investigación, de carácter cualitativo, tiene el objetivo de analizar las percepciones de bienestar subjetivo y psicológico de voluntarios tras su participación en una misión de Cooperación Internacional para el Desarrollo.

Para ello, se llevaron a cabo 10 entrevistas en profundidad a voluntarios que han participado en una o más misiones internacionales en terreno, con dos perfiles diferenciados, de larga o corta estancia. Para el análisis de las entrevistas se ha hecho uso del análisis de contenido.

Los resultados han llevado a la conclusión de que la participación en voluntariado de cooperación internacional repercute positivamente en el bienestar subjetivo y psicológico percibido de los voluntarios a largo plazo pero no a corto plazo, detectándose la necesidad de un periodo de adaptación a sus vidas cotidianas.

Tras los hallazgos encontrados, se observó la necesidad de desarrollar nuevas líneas de investigación, como por ejemplo: el uso de diseños cuantitativos y longitudinales. Todo ello, se ha traducido en el desarrollo de la Tesis Doctoral: *Motivaciones, Bienestar e Inteligencia Emocional en Voluntariado de Cooperación Internacional para el Desarrollo*, que actualmente se está llevando a cabo por la Universidad de Zaragoza.

Palabras clave: Bienestar Subjetivo - Bienestar Psicológico - Voluntariado - Cooperación Internacional para el Desarrollo

LIMITACIONES Y ALCANCES DE LA GERENCIA AGROBIOTECNOLÓGICA PARA PROMOVER LA INNOVACIÓN

AUTORES

Elsa Emilia Petit Torres y Darwin Dacier Peña González

Laboratorio Estudios de la Innovación y el Desarrollo de la Universidad del Zulia (Venezuela)

elsapetitluzve@gmail.com y darwindacier@hotmail.com

Se plantea la caracterización de la situación problema asociado a la necesidad de crear para el sector agroindustrial colombiano, específicamente para el Departamento del Magdalena, un modelo gerencial agrobiotecnológico que se aproxime histórica, conceptual, teórica y operativamente a la resolución de las principales dificultades, limitaciones y amenazas detectadas desde la teoría y la praxis. Identificamos en una primera fase de ésta investigación doctoral, las principales limitaciones y alcances de la gerencia agrobiotecnológica para promover la innovación.

Limitaciones identificadas: Ausencia de metodologías y modelos de gestión con estructura conceptual y teórica consolidada para la orientación del sector hacia su modernización (Castellanos: 2002; Hernández: 2008; Pérez, 2012). Políticas públicas asistémicas y raramente asertivas para los contextos reales del sector (CEPAL: 2011). Carencia de habilidades gerenciales en el sector y Dificultades estratégicas para acceder a financiamiento (CEPAL: 2011). Poca inclusión social en especial de los productores como puntos focales de responsabilidad dentro del sistema (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Poca investigación multidisciplinaria y transversal en el sector agrobiotecnológico (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Problemas de transferencia de conocimiento y de tecnologías hacia y desde el sector (IICA: 2010). Escasa promoción de redes interorganizacionales para la innovación (Bravo, Olga; Marín González, Freddy; Carrera, María: 2013). *Principales alcances registrados:* Ciudadanías en formación, acción colectiva, organizaciones sociales y sociedad civil (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Bioprospección, bionegocios, derechos de propiedad intelectual, bioética (Universidad Nacional de Colombia: 2012). Desarrollo rural, asistencia técnica, educación y extensión rural, producción sostenible, agronegocios y mercadeo. (IICA: 2010).

Se concluye que no existen modelos adecuados de gerencia agrobiotecnológica en Colombia y en toda Latinoamérica, que contengan: conocimiento de los requerimientos y necesidades que tiene el país, las estrategias contempladas en los planes nacionales y regionales de desarrollo, investigación multidisciplinaria y transversal, se requiere un modelo de gerencia que sea capaz de integrar las aristas de esta complejidad contextual y operativa de la tecnología.

El carácter contradictorio en la gerencia de las agrobiotecnologías en el sector agroindustrial, se presenta cuando la realidad expresa claramente eventuales conflictos (latentes o abiertos) en un proceso socio-político con base en la “comunidad científica” y un discurso con énfasis marcadamente tecnológico que desatiende formalmente los intereses de ese grupo sin llegar a producir los resultados tecnológicos que puedan anunciar, y más allá, beneficiar socialmente a la población colombiana. Los resultados son válidos para emprender análisis crítico y profundizar sobre estos aspectos y generar propuestas para promover la innovación en los sistemas agrobiotecnológicos latinoamericanos.

Palabras Clave: Limitaciones - Alcances - Gerencia agrobiotecnológica para la innovación

HABILIDADES DE GESTIÓN ECONÓMICA DE LOS PESCADORES ARTESANALES DEL MUNICIPIO LA CAÑADA DE URDANETA (ESTADO ZULIA – VENEZUELA)

AUTORES

Elsa Emilia Petit Torres y Adenis Enrique Soto Soto

Universidad del Zulia (Venezuela)

elsapetitluzve@gmail.com y adenriquesoto@gamil.com

Desde hace 15 años en Venezuela se han producido cambios en el sistema político y económico hacia la conformación de un aparato de Estado socialista, proceso acompañado de políticas gubernamentales de sustitución del sistema económico rentista, ajustado a nuevas realidades gerenciales, tecnológicas y organizativas. En este sentido, la oportunidad se constituye en un interesante asidero para la generación de nuevas teorías explicativas, acordes con la detección de fortalezas y debilidades de los nuevos estilos de gestión empresarial. Un área productiva que ha venido adaptándose en el país es la actividad pesquera que, aun cuando forma parte del sector de producción primario de la economía, ha logrado impactar positivamente en la producción total del país por su contribución al empleo de subsistencia, basado en la economía familiar, específicamente del sector pesquero artesanal marítimo.

Ante estas nuevas realidades de naturaleza socioproductiva, el estudio que presentamos como investigación libre doctoral, identifica y describe las habilidades de gestión económica de los pescadores artesanales del Municipio La Cañada de Urdaneta (Estado Zulia –Venezuela). El mismo fue sustentado teóricamente considerando aportes de: Etkin (2003), Kliksberg (2002), García del Junco y Casanueva (2001), Naim y Piñango (2000), Palacios (1999), Drucker (1998) y (2000), entre otros. El estudio se desarrolló con una metodología etnográfica, con enfoque epistemológico vivencialista-subjetivista, enmarcada en el paradigma cualitativo, su tipo es descriptiva, con diseño de campo, no experimental y muestra intencional de unas familias de pescadores como informantes claves, la técnica de recolección de la información fue con los instrumentos: entrevista a profundidad y análisis de la información a través de representaciones sociales.

Como principal conclusión se pudo evidenciar que las habilidades de gestión económica se constituyen a partir de la unidad económica familiar donde sus integrantes asumen el crecimiento económico a partir de la imbricación de proyectos personales sustentados en los beneficios que para la unidad familiar sean valederos y realistas. Visto así, las familias, como empresas, son lugares donde el riesgo no paraliza a las personas y la necesidad por hacer gestiones juntos es constante. Asimismo, las personas crecen en una familia donde constantemente se motivan para concretar sus potencialidades económicas y capacidades de unión familiar. El fracaso, es tomado como aprendizaje y la creatividad es desarrollada de una manera casuística y espontánea, ya que no responde a cánones preestablecidos sino como herramienta para emprender para el futuro inmediato apoyados en el valor de unión familiar, como unidad productiva.

Palabras Clave: Habilidades de Gestión - Economía Familiar - Pesquería Artesanal

PRODUCCIÓN MULTIMODAL DE SIGNOS EN LA APROPIACIÓN DE RELACIONES ENTRE FUNCIÓN Y DERIVADA

AUTORES

Eliud Quintero y Patricia Salinas

Tecnológico de Monterrey (México)

eliudquintero@itesm.mx y npsalinas@itesm.mx

Las tecnologías digitales han impactado la manera en la que interactúan los estudiantes con el contenido matemático de tal forma que, en dicha interacción, puede analizarse la producción simbólica que los estudiantes ponen en juego al enfrentarse a una actividad matemática. En este escrito presentamos un estudio sobre la manera en la que recursos lingüísticos y extralingüísticos resultan importantes para el surgimiento y apropiación de conocimientos matemáticos. La investigación tuvo lugar durante el año 2013 en una universidad privada del norte de México, en ella participaron 65 estudiantes inscritos en Matemáticas I. Durante la secuencia didáctica propuesta, se promueve el análisis de relaciones cualitativas entre la gráfica de una función y la gráfica de su derivada. Estas nociones matemáticas son interpretadas a través del cambio que experimenta la posición de un objeto que se mueve sobre una línea recta y su velocidad, respectivamente. Para ello, se emplea el software SimCalc MathWorlds®, un ambiente dinámico en el cual los estudiantes pueden explorar las matemáticas del cambio y variación en el contexto de movimiento.

Para conducir el estudio se recurre a un método mixto de investigación en dos fases. En primer lugar, se realiza una indagación cualitativa para analizar la forma en la que ocurre la apropiación de significados matemáticos por parte de los estudiantes. Posteriormente se diseña y aplica un instrumento de evaluación para valorar el efecto de dicha apropiación. Los estudiantes trabajan por pares en la resolución de una actividad mediada por el software, durante ella, generan un video desde la pantalla y cámara web de la laptop. La generación de este material, evidencia las interacciones que tienen lugar entre los estudiantes con el ambiente del software, ahí interviene el empleo del habla y los gestos. Para analizar las producciones lingüísticas y extralingüísticas que emplean los estudiantes en la apropiación de relaciones gráficas, se recurre a la tradición del análisis del habla y de la gestualidad en interacción. Después, se diseña y aplica un instrumento de evaluación con el que se valora la apropiación de las nociones matemáticas abordadas.

Los hallazgos cualitativos del estudio sugieren que la ambivalencia de SimCalc, como objeto y/o sujeto, juega el papel de herramienta que media acciones cognitivas y dirige conversaciones de apropiación de significados matemáticos. Se analiza el rol de los gestos en dicho proceso, y con ello, se identifican situaciones en las que los estudiantes se benefician de instrumentos intelectuales de su grupo social. Por otra parte, el instrumento de evaluación revela que, en el contexto de movimiento, los estudiantes se apropian de las relaciones cualitativas entre las gráficas de posición y velocidad, y las transfieren sin problema a situaciones con ausencia de un contexto real. No obstante, no ocurre igual al transferirlas a otros contextos reales.

Palabras clave: Producción multimodal de signos – Gestos – Derivada – Método mixto – Mediación

EFICACIA Y EVOLUCIÓN DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE LOS HOSPITALES ANDALUCES EN TWITTER

AUTORES

Dolores Rando Cueto y Carlos de las Heras Pedrosa

Universidad de Málaga (España)

lrandoCueto@gmail.com y cheras@uma.es

El presente artículo parte de un estudio sobre la eficacia de la actividad comunicativa que desarrollan los hospitales andaluces, tanto de financiación pública como privada, a través de las redes sociales. Este análisis se lleva a cabo en los centros sanitarios andaluces en los que se presta atención especializada y utilizan las redes sociales como herramientas de comunicación con sus diferentes *stakeholders*. A través de encuestas semiestructuradas y de entrevistas en profundidad a responsables de la gestión de la comunicación en los hospitales andaluces y expertos en este ámbito, además del ejercicio de observación no participante de las redes sociales hospitalarias andaluzas, se estudia la coherencia entre los intereses manifiestos que la institución sanitaria persigue con el uso de los *social media* y los resultados obtenidos con esta acción. Así, se deja en evidencia la notable brecha que existe entre los fines que persiguen los centros hospitalarios con su incursión en redes sociales y la consecución de los mismos.

Las fisuras encontradas en la referida comunicación hospitalaria no ha impedido el notable incremento producido en el número de hospitales andaluces que han iniciado su comunicación en redes sociales en el último lustro. De esta forma, si de los 97 hospitales que existen en la comunidad andaluza, en el año 2010 solo había un hospital con cuenta en redes sociales, al año siguiente este número se multiplica por once y la tendencia continúa en curva ascendente hasta llegar a los 39 hospitales con presencia en redes sociales en el presente año (hasta mayo de 2015), un 40'21% del total de centros sanitarios de esta tipología. No obstante, este porcentaje sigue representando a menos de la mitad de los hospitales de la región andaluza. Además, el crecimiento se ha producido fundamentalmente desde el año 2012 en el sector privado.

Tras la visión general de la comunicación hospitalaria andaluza en *social media*, twitter se elige en el estudio para su análisis en profundidad en el referido entorno comunicativo -en la actualidad, presente en el 96'91% de los centros con cuenta en redes sociales-. Con herramientas como Simply Measured y Twitonomy se lleva a cabo un análisis de contenido en el que se desgana la evolución de las 36 cuentas de hospitales andaluces en twitter; su potencialidad para interactuar con sus destinatarios; capacidad de respuesta de sus mensajes; y visibilidad, entre otros atributos que profesionales responsables de comunicación de hospitales andaluces entrevistados para la investigación consideran indispensables en este canal de comunicación. Esta exposición se completa con una ficha de análisis del contenido de los mensajes que se emiten en 140 caracteres, con objeto de evaluar si son acordes o no con los intereses generales de la entidad hospitalaria.

Palabras clave: Redes sociales – Comunicación corporativa – Hospitales – Salud – Comunicación sanitaria

LOS DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN ELECTORAL: ¿SIGUEN FUNCIONANDO LOS MODELOS EXPLICATIVOS DEL VOTO?

AUTORA

Fátima Recuero López

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (España)

freclop@upo.es

En los últimos años el comportamiento electoral de los ciudadanos ha experimentado un profundo cambio. Lejos de la relativa previsibilidad anterior, parece haberse producido una ruptura de los patrones tradicionales del voto. La posición en la estructura social, la identificación partidista y la ideología determinaban en gran medida el partido por el que los individuos decidían votar. Estos anclajes con los partidos políticos habían consolidado en España un sistema de partidos marcado por la estabilidad del bipartidismo. Sin embargo, la actualidad está marcada por la volatilidad electoral, la cual ha provocado importantes cambios en la vida política española. A la vez que parecen estar rompiéndose los lazos con los partidos tradicionales han surgido nuevas formaciones que están consiguiendo, en muy poco tiempo, un respaldo importante en las urnas. Una confluencia de factores, entre los que pueden señalarse la crisis económica y la corrupción política, ha propiciado un cambio importante en las lealtades partidistas, ya que el voto de los ciudadanos es mucho más volátil que hace sólo unos años. De esta manera los electores cambian con mucha más facilidad su voto, apoyando además a nuevas fuerzas políticas. El gran apoyo que éstas están consiguiendo parece haber empezado a poner fin al sistema bipartidista que hasta ahora conocíamos.

Esta imprevisibilidad que está marcando el actual comportamiento electoral de los españoles, y también en otros contextos, implica un importante reto para la investigación electoral. Los modelos tradicionales que explican el comportamiento electoral surgieron para explicar las continuidades existentes en el voto de los ciudadanos. De este modo, la literatura académica en esta materia se centra principalmente en los factores que dan estabilidad a la decisión de voto de los individuos, los cuales propician que voten a una determinada formación prácticamente de forma automática, como la identificación partidista y la ideología, mencionadas con anterioridad. Sin embargo la nueva realidad, en la que los ciudadanos cambian su voto con mucha más facilidad y en la que partidos recién creados obtienen una importante representación, nos lleva a plantearnos si los modelos explicativos del voto siguen vigentes o si es necesario desarrollar nuevos paradigmas que expliquen la nueva situación.

El objetivo de esta ponencia es describir los cambios que se han producido en el comportamiento electoral de los españoles para analizar, con posterioridad, si los modelos electorales tradicionales consiguen explicarlos o no. La vigencia de dichos modelos tendría dos vertientes: conseguir explicar el volátil comportamiento de los electores y conseguir prever los cambios de voto. Tras dicho análisis se pretende llegar a una conclusión sobre si los modelos electorales consiguen adaptarse al nuevo patrón de comportamiento de los votantes, o si es necesario mejorarlos o desecharlos a la espera de desarrollar nuevos planteamientos que consigan explicar la nueva realidad.

Palabras clave: Comportamiento electoral – Modelos explicativos – Volatilidad electoral – Cambio – Anclajes partidistas

ARTE Y ECOLOGÍA EN EL ÁMBITO VALENCIANO: EL ESPACIO DE ARTE MEDIOAMBIENTAL “BIODIVERS CARRÍCOLA”

AUTORA

María Eugenia Rojo Mas
Universitat de València (España)
M.Eugenia.Rojo@uv.es

Las relaciones entre arte y ecología en la Comunidad Valenciana suponen un campo de investigación aún por cultivar. Recientemente, han surgido en la región asociaciones de artistas y ciudadanos, así como instituciones que desarrollan y fomentan esta línea creativa. Sin embargo, no se ha acometido un estudio pormenorizado sobre el estado actual del arte medioambiental en dicha región. El estudio más completo tiene por autora a Carmen Gracia Beneyto (“Una actitud reverencial: Arte-naturaleza en la Comunidad Valenciana desde la transición a la actualidad”. En: R. de la CALLE [coor.], *Los últimos 30 años del arte valenciano contemporáneo II*. Valencia: Real Academia de Bellas Artes de San Carlos, 2013, p. 221-251) en el que esboza la labor de un número considerable de ecoartistas. Dicha contribución se complementa con las tempranas indagaciones de Juan Ángel Blasco, José L.; Albelda, Carlos D. Marco (*El pulso de la tierra: arte y ecología*. Valencia: Palau de la Música i Congressos de Valencia, 1993) y José Luis Pérez Pont (*Arte y Medio Ambiente*. Valencia: Asociación Universitaria Jurídico Ecológica, 1996). Descollan, asimismo, las publicaciones del Centro de Investigación Arte y Entorno, y del Laboratorio de Creaciones Intermedia, acerca de las intervenciones que promueven el estudio del contexto natural y social y las relaciones autor-receptor y arte-medioambiente.

Permanece inexplorada la actividad y el papel de instituciones y asociaciones de artistas medioambientales dentro del ámbito valenciano. Con la finalidad de aportar conocimiento en este contexto, el presente trabajo de investigación se afana en el análisis del espacio de arte medioambiental “Biodivers Carrícola”, una iniciativa que parte del Ayuntamiento de una pequeña población situada en la comarca del Valle de Albaida, en la Provincia de Valencia. En el mismo convergen arte y entorno natural a través de dos convocatorias celebradas en 2010 y 2015 para la formación de una ruta turística marcada por las intervenciones artísticas instaladas en el poblado y en su entorno natural más próximo. Esta alternativa al museo y a la enseñanza se suma a una serie de políticas medioambientales que, de modo sistemático, se han ido adoptando desde los años 80 en el municipio. Opera como reclamo para el agroturismo y como herramienta para la puesta en valor del patrimonio natural, histórico e inmaterial. De ahí que el proyecto cuente con un gran potencial que añade valor a la comunidad local, como es el factor cultural y repercusión económica en el ámbito comarcal.

La presente investigación analiza las intervenciones artísticas a partir de tres ejes fundamentales. El primero se ocupa de los conceptos arte público y territorio dentro del contexto nacional. El segundo, recoge las teorías de la estética medioambiental para traducir el lenguaje plástico de las piezas. Finalmente, los postulados de la ecología política revelarán el papel de instituciones locales y Universidad como motor de impulso del arte dirigido al fomento de la conciencia ecológica y a la instauración de modelos sostenibles de gestión del patrimonio cultural, social, histórico y, particularmente, natural.

Palabras clave: Arte medioambiental – Comunidad Valenciana – Arte público – Estética medioambiental – Ecología política

LOS PROFESIONALES DE LA EDUCACIÓN QUE TRABAJAN CON PERSONAS CON DISCAPACIDAD EN CÓRDOBA. ATENCIÓN ESCOLAR A LA DIVERSIDAD Y SÍNDROME DEL QUEMADO POR EL TRABAJO

AUTORA

Inmaculada Ruíz Calzado
Universidad de Córdoba (España)
m62rucai@uco.es

Esta investigación pretende analizar la situación actual de los profesionales de la educación que trabajan con personas con discapacidad en Córdoba (España), atendiendo al nivel de Síndrome de Quemado por el Trabajo (SQT), un síndrome objeto de numerosas investigaciones hoy en día por su elevado impacto en los profesionales de la educación, y avivado principalmente por las elevadas exigencias de formación tanto fuera como dentro del horario laboral. A esto hay que añadir la distinción entre los profesionales especialistas en Educación Especial y los profesionales que no son especialistas en esta materia, dentro del estudio.

Tras una exhaustiva revisión de la literatura científica dentro del contexto nacional e internacional, el objetivo fundamental es conocer el estado actual de los profesionales de la educación que atienden a personas con discapacidad dentro de su ámbito laboral. Para la consecución de esta tarea, en la metodología se va a realizar un estudio de prevalencia, descriptivo y transversal. El instrumento utilizado es un cuestionario formado por varias escalas, de las que se va a extraer información concretamente de la escala sociodemográfica y del MBI, debido a su especificidad sobre el tema. Posteriormente, se van a analizar los datos obtenidos y se analizarán los resultados mediante estadística descriptiva e inferencial a través de pruebas como Pearson, T-Student, Levene, Anova de un factor y comparaciones múltiples Post Hoc (Bonferroni).

Estos resultados revelarán las relaciones existentes entre el SQT y las distintas variables de estudio en función de si los profesionales son especialistas o no en la materia. Esto permite aportar nuevos conocimientos que faciliten la identificación de los problemas con los que se encuentran dentro del aula para atender a la diversidad del alumnado y facilitar futuras propuestas de mejora.

Palabras clave: Atención a la Diversidad – Discapacidad – Educación – Síndrome de Quemado – Profesionales

PREVENCIÓN, PROMOCIÓN E INCLUSIÓN SOCIAL A TRAVÉS DE LOS EQUIPAMIENTOS DE PROXIMIDAD MUNICIPALES

AUTORES

Mónica Ruiz Franco, Víctor Abella García y Raquel de la Fuente Anuncibay

Universidad de Burgos (España)

mrf0028@alu.ubu.es, vabella@ubu.es y raquelfa@ubu.es

Los Servicios Sociales básicos de Castilla y León cuentan, entre sus funciones, con el desarrollo de servicios y programas de prevención, promoción e inclusión social. Dentro de estos, se integra el Servicio de Animación y Desarrollo Comunitario. Las acciones que se llevan a cabo, responden a actuaciones de prevención primaria (inespecífica) como programas de promoción personal y social dirigidas a toda la población. Del mismo modo, también se desarrollan estrategias de prevención secundaria (específica) para reducir factores de riesgo y potenciar la protección social de sectores específicos de población.

Encontramos como desde el Ayuntamiento de Burgos, se articulan diversos servicios y programas dentro del marco de la prevención social, como por ejemplo, el Programa de Infancia. La función principal de dicho Programa, es contribuir al desarrollo y socialización de los niños y niñas, a través de la educación no formal en un ambiente flexible, contextualizado, participativo, interdisciplinar y multinivel. Las actuaciones están dirigidas a toda la población infantil entre 3 y 17 años, priorizando la entrada a menores que se encuentren en situación de desventaja social, o hayan sido derivados desde algún servicio social específico. El Programa General de Infancia, se lleva a cabo en siete Centros Cívicos y un Centro de Acción Social, los cuales componen la Red de Equipamientos de Proximidad municipales. Se temporaliza en dos momentos diferenciados: curso escolar (octubre-enero; febrero-mayo) y periodos vacacionales. Igualmente, los contenidos, varían según las realidades y momentos de las Zonas de Acción Social (ZAS), manteniendo sin embargo, directrices coordinadas de actuación entre todos los centros.

Las primeras iniciativas de animación comunitaria orquestadas desde algunas de las estructuras municipales, comenzaron a mediados de los años ochenta, y se fueron asentando tras la aprobación de la Ley de Acción Social y Servicios Sociales de Castilla y León en 1988. Treinta años después, estos programas gestionados a través de licitaciones, han avanzado y experimentado grandes cambios, tratando de cubrir las nuevas necesidades sociales emergentes. El objetivo de este trabajo, se centra en analizar el desarrollo de la animación comunitaria en el municipio de Burgos, especialmente el Programa de Infancia. Para ello, y a través de un análisis descriptivo basado en la compilación y estudio de datos obtenidos de fuentes documentales municipales, entrevistas personalizadas y bases de datos, se ha dibujado la evolución de la animación comunitaria en el colectivo de infancia desde el prisma de los servicios sociales de base.

En conclusión, los Programas de Infancia son un pilar fundamental del área de animación comunitaria, consolidándose como un recurso socioeducativo de prevención inespecífica, que completa la educación formal. La detección de necesidades y estrategias de actuación y prevención llevadas a cabo en estos programas, posibilita crear espacios de aprendizaje y socialización para la diversidad de los usuarios. Sin embargo, se comienza a cuestionar hasta qué punto los programas de animación comunitaria en general, se aproximan a actuaciones de inclusión social o a una oferta de servicios de ocio y tiempo libre.

Palabras clave: Servicios Sociales – Prevención – Infancia – Animación comunitaria

LA ARQUITECTURA DEL AZÚCAR EN ANDALUCÍA ORIENTAL

AUTOR

Francisco José Sánchez Sánchez
Universidad de Granada (España)
francisco63@telefonica.net

La comunicación supone un resumen de un trabajo de investigación presentado ante el Departamento de Historia del Arte de la Universidad de Granada (España), mi Tesis Doctoral, titulada “La arquitectura del azúcar en Andalucía Oriental” (1749 páginas). La investigación que fundamentalmente es documental, profundiza en el conocimiento de la arquitectura generada por la industria azucarera en las provincias orientales de Andalucía -es decir, Málaga, Granada y Almería-, y en un marco cronológico que abarca desde mediados del siglo XIX hasta finales del siglo XX.

El estudio se centra en la arquitectura que surge como consecuencia del desarrollo de la producción de azúcar de caña o de remolacha, así como de la fabricación de alcohol, nacida al amparo de aquellas. Desbordando el marco puramente arquitectónico, puesto que esta tesis analiza no sólo las principales tipologías fabriles o residenciales asociadas a esta industria, o el actual estado de conservación de los edificios, su desaparición o sus nuevos usos, sino que también recoge documentación inédita sobre muchos otros aspectos contextuales, como los relacionados con el transporte marítimo o ferroviario.

Los objetivos propuestos han sido:

1. Establecer las diferentes tipologías arquitectónicas de estas industrias.
2. Determinar la existencia de edificios no industriales que aparecen en estas fábricas, sobre todo viviendas.
3. Observar las influencias autóctonas y foráneas en estas construcciones. 4. Estudiar los estilos arquitectónicos dominantes.
4. Subrayar los materiales constructivos empleados.
5. Destacar el papel que juega el mecenazgo como motor del levantamiento de los recintos fabriles y sus intereses en la propiedad rústica y urbana.
6. Investigar los perfiles biográficos de los proyectistas constructores así como de los principales promotores.
7. Conocer mejor la legislación urbanística y de vivienda aplicable a estos núcleos industriales.
8. Estudiar el espacio urbano en el que se insertan las fábricas, sus modificaciones y creaciones ex novo.
9. Analizar las alteraciones estéticas en el paisaje.
10. Reivindicar la conservación de este patrimonio arquitectónico industrial.

Palabras clave: Arquitectura industrial - Patrimonio - Fábricas azucareras

ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS CON DISCAPACIDAD: ANÁLISIS DE SUS EXPECTATIVAS LABORALES

AUTORAS

Raquel Suriá Martínez, Esher Villegas Castrillo y Ana Rosser Limiñana

Universidad de Alicante (España)

raquel.suria@ua.es, esther.villegas@ua.es y ana.rosser@ua.es

El acceso a estudios universitarios durante muchos años, ha supuesto la puerta de entrada a un futuro profesional exitoso. No obstante, estas circunstancias han ido dificultando la inserción laboral, debido a las transformaciones socioeconómicas acaecidas en España en los últimos años.

Esta situación puede generar expectativas negativas en los estudiantes, y aún, se puede acentuar e mayor medida en otro sector, como es el de los estudiantes que tienen alguna discapacidad.

Este estudio tiene como objetivo específico conocer y comparar las expectativas laborales de los estudiantes con y sin discapacidad. La muestra fue seleccionada por conveniencia, y la formaron 1316 alumnos procedentes de la universidad de Alicante. De ellos, 123 indicaron tener discapacidad.

Se ha utilizado un cuestionario elaborado para el estudio, el cual está formado por dos bloques. En el primero aparecen los datos referentes a los datos sociodemográficos del alumnado, como son, el sexo, el curso y la titulación. La segunda parte del instrumento consta de preguntas en escala tipo Likert de 1 a 5 (1= Totalmente en desacuerdo, 5= Totalmente de acuerdo) relacionadas con las creencias y expectativas de los estudiantes hacia la carrera y hacia su futuro laboral.

El contraste de medias mediante la prueba t para muestras independientes indica diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de ítems. Los estudiantes con discapacidad se decantan prioritariamente por expectativas materiales (son fáciles, más cortos o más asequible económicamente....) y muestran mayor desencanto por los estudios, por el contrario, aparecen otras expectativas sociales (prestigio, imitar a otros significativos, etc.).

Estos resultados reflejan una mayor concienciación de la realidad social imperante. Sin embargo, vemos que esta toma de conciencia se acompaña de un mayor desencanto y desmotivación cuando se plantean las posibilidades futuras con los estudios elegidos por parte de los estudiantes universitarios con discapacidad.

Palabras clave: Universidad - Alumnado - Discapacidad -Expectativas - Mercado laboral

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN LAS UNIVERSIDADES

AUTORES

Cesibel Valdiviezo, Miguel Túñez y Yolanda Martínez

U. Técnica Particular de Loja (Ecuador), U. Santiago de Compostela y U. Complutense de Madrid
(España)

kcvaldiviezo@utpl.edu.ec, miguel.tunez@usc.es y mymartinez@ccinf.ucm.es

La modernidad ha traído consigo un gran desarrollo tecnológico, económico, social y cultural. Muchos de éstos avances se reflejan en la dinámica de trabajo de las empresas, donde han pasado de ser generadoras de productos a creadoras de valor para los públicos.

Frente a esta realidad las empresas se cuestionan sobre la imagen que los públicos tienen de ellas, por lo que creen necesaria la creación de áreas de comunicación bien estructuradas y lideradas por un profesional que cuente con las competencias profesionales, un estratega que asesore a la máxima autoridad y coordine procesos de comunicación que permitan la construcción de intangibles y una relación de cercanía con los públicos, tan prioritarios para las instituciones.

No solo las empresas ven necesario instaurar áreas de comunicación dentro de sus dinámicas de trabajo. Las universidades a nivel mundial también lo hacen, han instaurado en sus estructuras áreas de comunicación lideradas por un responsable de comunicación para mantener interrelación con sus diferentes públicos.

En este sentido, la presente investigación profundiza la estructura de las áreas de comunicación de las Instituciones de Educación Superior-IES, el perfil que las dirige y las funciones que cumple.

Palabras clave: Director de Comunicación - Dirección de Comunicación - Dircom - Universidad - Comunicación estratégica

EL COMPOSITOR CONTEMPORÁNEO Y LA CREACIÓN MUSICAL EN EL AULA DE PRIMARIA

AUTORAS

Assumpta Valls Casanovas y Julia Getino Díez
Universitat Autònoma de Barcelona (España)
assumpta.valls@uab.cat y julia.getino@uab.cat

El proyecto que presentamos pretende acercar la música contemporánea al alumnado de primaria a través de la audición y la creación musical. La principal novedad que aporta este trabajo es conseguir que los compositores actuales entren personalmente en las aulas escolares. La participación de músicos, así como el trabajo de preparación anterior y su desarrollo posterior, convierten estas acciones en experiencias relevantes e innovadoras, tanto por la intensidad de la vivencia y la comprensión de la obra del compositor que se estudia, como por el valor que representa para el niño participar de la experiencia creativa acompañado de un experto.

El diseño de este proyecto combina la investigación con la innovación en el aula. Tiene una doble finalidad:

- Avanzar en la metodología y el aprendizaje de la música a través de la práctica de la creación musical.
- Analizar las aportaciones que conllevan la entrada del compositor en este proceso, en relación a la escucha y el análisis que los niños hacen de su obra y en relación a las composiciones que generan los escolares a partir de la misma.

De forma simplificada, hacemos una breve descripción del desarrollo del proyecto para situar la naturaleza del mismo:

- Búsqueda de compositores, selección de las obras y elaboración de propuestas didácticas.
- Formación de los docentes.
- Aplicación en el aula: audición de la obra, análisis de los elementos musicales que la integran y, finalmente, elaboración de la composición en pequeños grupos de alumnos utilizando los elementos musicales aprendidos.
- Entrada del compositor en el aula y reformulación de la composición por parte de los alumnos basándose en las aportaciones del compositor.
- Concierto final.

Con respecto al conjunto del proyecto, aun sin computar datos, podemos destacar dos tipos de resultados. Los primeros se derivan del proceso de investigación e indican que dicha experiencia beneficia muy positivamente el aprendizaje musical de los niños, mejora el proceso creativo de los alumnos y potencia la autoestima. Además, genera interés por conocer cómo se construye y cómo se escribe la música, etc. El segundo tipo de resultados, se relaciona con la innovación didáctica y el desarrollo de una experiencia que acerca al aula la figura del compositor contemporáneo.

A modo de conclusión, resaltar que el triángulo música contemporánea, entrada del compositor en el aula y desarrollo de la creación musical colectiva, constituyen un potencial de aprendizaje que posibilita que el niño sienta la música y se sienta músico independientemente de su nivel de dominio del lenguaje musical.

Palabras clave: Música contemporánea - Compositores catalanes - Audición - Creación musical – Didáctica de la música

ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LAS EMPRESAS DE ECUADOR. CASOS DE ESTUDIO PRENSA LOCAL, PROVINCIAL, REGIONAL Y NACIONAL

AUTORES

Jenny Yaguache, Francisco Campos Freire y Diana Rivera Rogel

U. Técnica Particular de Loja (Ecuador), U. de Santiago de Compostela (España) y U. Técnica Particular de Loja (Ecuador)

jjyaguache@utpl.edu.ec, francisco.campos.freire@gmail.com y derivera@utpl.edu.ec

La presente investigación muestra parte de los resultados de la tesis doctoral denominada “Modelos y estrategias de gestión de la empresa de prensa escrita de Ecuador” defendida en el mes de junio de 2015.

La industria de la prensa está dejando de lado su comodidad y se proyecta fuertemente en estrategias que le permitan entrar en un mercado competitivo cada día más débil, derivado de la decreciente venta de periódicos y los diversos cambios en el consumo y en la inversión publicitaria. Por muchos años esta industria vivió en cierta abundancia, centradas únicamente en la recepción de la publicidad, con ingresos que les permitían un superávit modesto para seguir en el negocio; pero esto hoy en día ha cambiado. Los gerentes de las empresas están obligados a construir estrategias que fortalezcan su producción en papel, zambullirse en la Web agarrados de la experiencia del pasado y pensar en tácticas para la producción informativa digital, distribuida a través de diversos dispositivos móviles.

Según datos proporcionados por la agencia publicitaria Delta Ecuador, a noviembre 2012 – octubre 2013, la venta de ejemplares impresos se reduce, pero no la lectoría. Por esta razón, los ejecutivos de los diarios diseñan planes empresariales que les permita llegar al mayor número de lectores. Una muestra de cuatro diarios de cobertura local, provincial, regional y nacional, coincide en que su estrategia es maximizar la rentabilidad del papel y de la Web simultáneamente. No es migrar del uno al otro, sino tener las dos herramientas. Esta situación abre un interesante panorama de estudio, pues la realidad ecuatoriana puede marcar diferencias con la de otros países.

El análisis de las estrategias se realizó a través de la técnica “secuencia real” utilizada por la Economía Industrial, lo que permitió analizar el sistema productivo del negocio. El modelo metodológico está formado por la siguiente cadena de razonamiento: condiciones de base, estructuras, estrategias y resultados.

Los resultados indican que las empresas de prensa ecuatoriana están equipadas adecuadamente para la producción, de hecho la capacidad instalada es una de sus fortalezas. Por ahora, dadas las condiciones de equilibrio económico en el que se encuentran no pretenden renovar equipos. La tecnología que poseen les permite la edición de sus principales productos y de otros, bajo la figura de servicios editoriales que también ofrecen.

Palabra clave: Estrategias - Gestión - Prensa - Secuencia real



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INNOVACIÓN 2: Redes sociales y lo 2.0 y 3.0

DE LO PRESENCIAL A LO VIRTUAL: CASO UNIVERSIDAD METROPOLITANA

AUTORAS

María Alejandra Aguilar Párraga y María Elena Del Valle Mejías

Universidad Metropolitana (Venezuela)

maguilar@unimet.edu.ve y mvallalba@unimet.edu.ve

El mundo en el que vivimos demanda con urgencia el replanteamiento de las principales instituciones y sus dinámicas internas. Una institución de tan antigua data, como la medieval Universidad hoy más que nunca reclama la refundación de sus principios para responder a los requerimientos de un mundo distinto y a las necesidades de una sociedad de la que parece estar divorciada.

Desde el año 2011, la Universidad Metropolitana de Caracas, emprendió un proceso de introspección profundo que implicó la revisión de programas de estudio, diseños instruccionales e incluso modalidades en la administración de materias para acortar las distancias entre los perfiles esperados por el ámbito laboral y los generados por nuestra casa de estudios.

En el presente artículo se describen las dificultades que significaron para la UNIMET los cambios en el diseño y planificación de cursos presenciales que se cambiaron a virtuales.

Palabras Clave: Enseñanza presencial - Enseñanza virtual - Diseño curricular

LA AUDIENCIA AUSENTE EN EL NUEVO MAPA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS

AUTORES

Eva Aladro Vico y Julio César Pérez Herrero

U. Complutense de Madrid y U. Camilo José Cela Madrid (España)

ealadro@ucm.es y jcherrero@ucjc.edu

El artículo trata de aislar las nuevas formas de audiencia que surgen con Twitter, y que interactúan con los medios tradicionales.

Muestra el impacto de una red como Twitter en forma de cambio en los modelos y dinámicas de las audiencias tradicionales de los medios de masas. Estudia la aparición no solamente de audiencias diferidas, que repercuten sobre los medios de masas tradicionales cambiando sus agendas, marcando sus retóricas y redefiniendo el modelo de comunicación tradicional, sino sobre todo, audiencias indirectas o ausentes que vienen a intermediar los procesos antes exclusivamente en directo de los programas televisivos de debate político.

Presenta casos de estudio en los que una audiencia falsa artificialmente construida influye decisivamente en la imagen política de una figura o se genera para intentar presentar una imagen de mayor impacto social en las redes para un candidato político. Al mismo tiempo, se muestra cómo es posible usar la propia herramienta de la red *Twitter* para detectar audiencias diferidas, falsas o artificialmente generadas con fines electorales.

Twitter es una potente herramienta de dinamización y evolución de los medios tradicionales. Su naturaleza se muestra mucho más elástica a la hora de conceptuar el tiempo y el espacio social y sobre todo de transparentar al mismo tiempo influencias de poder y tendencias sociales de cambio.

Palabras clave: Redes sociales – Audiencias - Audiencias falsas - *Twitter* - *Twitterbots*

LOS MEDIOS EN LA ENCRUCIJADA: LA BÚSQUEDA DE FÓRMULAS MAGISTRALES

AUTORA

María Alcalá-Santaella Oria de Rueda
Universidad San Pablo CEU (España)
alcala.fhm@ceu.es

El aumento de los medios digitales, la evolución tecnológica de los soportes, el cambio de hábitos de los lectores y la posibilidad de obtener los contenidos gratis han revolucionado a los periódicos y los han situado en una encrucijada de caminos. La crisis económica ha recortado los ingresos publicitarios y ha hecho que los grupos de comunicación hayan aplicado distintos modelos de muros de pago para intentar rentabilizar sus contenidos.

No se pueden hacer predicciones en un mundo cambiante; mientras unos se empeñan en teorizar sobre el futuro de los periódicos impresos, la realidad es que urge encontrar estrategias para consolidar vías de negocio que sean rentables. El problema es que lo que a unos les funciona, para otros es su ruina y muchos prefieren no arriesgarse en sus empresas ante la duda de si la fórmula que beban les convertirá en el Hyde que les lleve a la ruina.

Para los grandes diarios españoles, la transición hacia el ámbito digital ha sido relativamente lenta y ha tenido que superar cambios de mentalidad y de orientación empresarial. Los medios de comunicación emprendiendo casi a ciegas un camino sin saber cuál podría ser el final del viaje. Aparecieron nuevas formas de comunicación basadas en la convergencia multimedia, la personalización de contenidos y la interactividad, surgiendo un nuevo escenario en el que aún no se ha encontrado un formato propio.

El abanico de fórmulas fluctúa desde las publicaciones gratuitas en papel a las cabeceras que nacen únicamente *online*, pasando por distintas apuestas como los muros de pago, la estrategia empresarial de las donaciones o el *freemium* que combina el consumo gratuito de algunas piezas con el pago por informaciones especiales.

La clave del negocio de los periódicos continúan siendo los ingresos publicitarios y ese es un gran vacío que, de momento, no han sabido cubrir las ediciones digitales porque el aumento de lectores no se corresponde con el aumento de los ingresos publicitarios; ese error de cálculo es el gran drama de los medios que han querido dar el salto a lo digital frente al papel. Según reconocen algunos grandes grupos, los ingresos por publicidad de las ediciones digitales suponen un 20%, mientras que el 80% restante corresponde a las ediciones impresas y a los suplementos del periódico.

En el caso del periodismo en España, no está del todo claro que los muros de pago vayan a ser una solución a corto plazo porque los lectores que aceptan el pago por visión siguen siendo, prácticamente, el reducido cupo de lectores que se suscribía al diario en papel para recibirlo en casa.

La viabilidad de las empresas editoriales *online* se apoya en los avances de las nuevas tecnologías, las aplicaciones y los nuevos soportes de dispositivos móviles que permiten conectarse a los usuarios y pasan, inevitablemente por apostar por la credibilidad de la marca y los contenidos de calidad.

Palabras clave: Periodismo digital – Convergencia multimedia – Estrategia empresarial

PARTICIPACIÓN CIUDADANA TRAS EL 15 M. ¿SON LOS JÓVENES HOY MÁS PARTICIPATIVOS?

AUTORA

Ana Almansa Martínez
Universidad de Málaga (España)
anaalmnasa@uma.es

El Movimiento 15 M supuso un revulsivo para la sociedad española en general y los jóvenes en particular. Cuatro años más tarde queremos comprobar si este fenómeno se ha traducido en una mayor participación ciudadana y si la ciberdemocracia es un hecho en nuestro país. Un movimiento que ha tenido una clara repercusión en el panorama partidista de España, también podría haber tenido consecuencias en la participación y activismo político, especialmente de los jóvenes.

Es evidente que la ciudadanía dispone hoy de unos nuevos medios (*socialmedia*) para relacionarse con la clase política (Almansa y Castillo, 2014). Las arenas políticas hoy están en internet, especialmente en los *socialmedia*, que se han convertido en lugar de debate habitual. Hoy, cualquiera de nosotros podemos hacerle llegar nuestra opinión a los líderes políticos, que hacen públicos sus perfiles en redes sociales, sus blogs, etc.

Con este panorama, lo que queremos conocer es si se está aprovechando por parte de la ciudadanía, especialmente por parte de los jóvenes, estos nuevos medios para tener una participación más activa en la vida política. Tal como indican Casacuberta y Gutiérrez Rubí (2010), “la introducción de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de participación (eParticipación) no significan crear un nuevo tipo de participación, sino simplemente más participación”. Es decir, se utilicen los soportes o medios que se utilicen, el fenómeno es siempre el mismo: participación. Como, en principio, los nuevos medios permiten una mayor participación, se quiere comprobar si hoy la participación juvenil en temas políticos es habitual.

Por ello, se ha realizado una encuesta entre estudiantes universitarios sobre su participación, ya sea con medios tradicionales o con medios tecnológicos (internet). Los primeros resultados obtenidos demuestran la desafección que sigue habiendo en la actualidad entre los jóvenes españoles y los políticos. La participación de los jóvenes en la vida política sigue siendo poco elevada. Ni redes sociales ni el movimiento 15 M se han traducido en una recuperación de los jóvenes para la política. De esta manera, encontramos jóvenes que jamás se han relacionado con ningún dirigente político ni han tenido una actitud activa ante algún tema sociopolítico. Eso sí, en general se entiende que las redes sociales han servido para poder aproximar a los jóvenes a los políticos y creen que este contacto es muy importante en democracia.

Palabras clave: Socialmendencia – Jóvenes – eParticipación – Ciberdemocracia – Ciberpolítica

INTERNET, COMUNICACIÓN, PERIODISMO, Y 2.0, 3.0: LOS MEDIOS EN EL ENTORNO CIUDADANO

AUTORA

Estrella Alonso del Barrio
Universidad de Valladolid (España)
alonsodelbarrio@gmail.com

En el ámbito de los medios de comunicación, y más concretamente de los medios de comunicación para Internet, solemos referirnos a la "etapa 2.0" como aquella en la que los medios comenzaron a realizar contenidos *ex profeso* para sus plataformas digitales, y 3.0 como aquella en la que los ciudadanos participan en la creación de contenidos. Sin embargo, cuando nos referimos exclusivamente a internet, con "2.0" hacemos referencia a la publicación directa de los ciudadanos en sus propios medios (blogs y redes sociales, entendiendo estas de forma genérica).

Por otro lado, se suele aludir a RR.SS. de forma genérica para hablar de medios que, desde un punto de vista sociológico, no son tales redes sociales. O, al menos, no lo eran en origen.

Para acabar de complicar el estado de la cuestión, en muchas ocasiones los medios de comunicación social toman forma de medios sociales de comunicación (de ciudadanos), a través de las RR.SS., con lo que algunos de los papeles tradicionales como productores de contenidos entran en un terreno tan resbaladizo como lo es para el resto de los mortales. Por ejemplo, su papel como autores reconocidos desde el punto de vista de la propiedad intelectual.

Es decir, que los ciudadanos devienen en medios, los medios en ciudadanos, y todos ellos operan en medios, en plataformas, con reglas que se están escribiendo. A arrojar luz sobre estos aspectos va dirigido este trabajo, que parte del análisis de fuentes secundarias para reflexionar sobre los límites de ese 2.0 y 3.0, sobre las fronteras de las redes sociales y sobre el papel que los medios juegan en ellas.

Palabras clave: Redes sociales - 2.0, 3.0 - Medios de comunicación social - Medios sociales de comunicación

REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN INICIAL DEL PROFESORADO: UNA EXPERIENCIA COLABORATIVA CON ELGG

AUTORES

F. Javier Álvarez Lires, J. Francisco Serrallé Marzoa, María Álvarez Lires y María A. Lorenzo Rial

Universidad de Vigo (España)

xabieral@uvigo.es, jfserralle@uvigo.es, lires@uvigo.es y marialorenzo@uvigo.es

Agradecimientos: Al proyecto EDU2012-38022-C02-01 financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (España). Al proyecto RD290914 financiado por la Facultad de Ciencias de la Educación y del Deporte (Universidad de Vigo, España).

El artículo presenta una experiencia de utilización de las redes sociales para mejorar la formación inicial del profesorado en los Grados universitarios en Educación Infantil y Primaria, y en el master de Educación Secundaria y de Formación Profesional de la Universidad de Vigo.

El futuro profesorado de los diferentes niveles educativos de primaria y de secundaria debe conocer las posibilidades educativas de las redes sociales y ser capaz, no solamente de utilizarlas con su alumnado, sino de enseñarle su utilización, tanto con una modalidad de relación social entre pares, en las redes de simple amistad (RSS), como con una finalidad educativa para enseñanza y aprendizaje colaborativo entre iguales, en redes de comunidades de aprendizaje (RSS-CA).

En el siglo XXI, la disponibilidad por el alumnado de dispositivos portátiles inteligentes (tabletas y *smartphones*) permanentemente conectados a internet vía telefónica, con un uso habitual, ya forma parte de su vida cotidiana. Todo esto unido a las iniciativas de las administraciones educativas tendentes a la introducción del libro electrónico y los entornos virtuales de aprendizaje o LMS en las aulas, tratan de promover una perspectiva de *blended-learning* que propicia la asistencia docente y el apoyo telemático mediado a los aprendizajes, más allá de las limitaciones espacio-temporales del centro educativo.

La libre comunicación horizontal del alumnado entre sí, mediante estos dispositivos y los ordenadores personales a través de las redes sociales, hace que dicha comunicación sea un factor muy importante a ser considerado en nuestro modelo educativo.

Esta investigación aplicada, realizada con 367 personas en 7 asignaturas de 5 cursos de grado y 1 materia de máster, trata de promover la innovación educativa mediante la integración de una RSS-CA que sitúa a todo el alumnado en una comunidad cerrada y supone un cambio de metodología didáctica centrada en el alumnado universitario como gestor de su propia formación. Se potencian, así, los aprendizajes colaborativo y cooperativo, mediante la enseñanza entre iguales en secuencias de acción dinamizadas, dirigidas y controladas por el propio alumnado. El profesorado universitario, en este caso, adopta el rol de observador externo que no interviene ni interfiere en la dinámica propia de esta RSS-CA.

La integración de software ELGG con el LMS Moodle, complementados con varios *plugins*, posibilita configurar una *Learning Analytics Suit – Smartklass* que pone a disposición de cada estudiante datos que indican sus logros de aprendizaje y le orientan en la toma de decisiones para gestionar la adquisición del propio conocimiento.

Palabras clave: Red social educativa - Aprendizaje colaborativo y cooperativo - Formación de profesorado - Investigación e innovación educativa

UNIVERSIDAD Y COMUNICACIÓN EN LA WEB 2.0

AUTOR

Mario Barquero Cabrero

ESERP School of Business & Social Sciences (Madrid)

mariobarquero@eserp.com

Un fenómeno de sobra estudiado es el provocado por el surgimiento y la rápida evolución de las tecnologías de la información y la comunicación sobre la vida de las personas. Pero unido a los múltiples beneficios y facilidades para nuestras vidas diarias, surgen a su vez efectos que provocan una alta tensión.

Este fenómeno, que a nadie escapa, tiene un efecto en el incremento de la ansiedad de los trabajadores por la incertidumbre a quedarse desfasados. El surgimiento de nuevos mecanismos asociados a las TICs (*smartphones, tablets,...*) y la aparición de nuevas aplicaciones con una implantación casi inmediata (apps, redes sociales,...) hacen que los profesionales hayan desviado hacia las tecnologías una de sus mayores fuentes de estrés.

Sin embargo, este fenómeno no sólo afecta a las personas sino que también tiene su derivación en las propias organizaciones y, concretamente, en departamentos específicos. Uno de ellos, sin duda, es el de comunicación. De esta manera, a diferencia de otros departamentos también fuertemente influidos por el desarrollo tecnológico, como no puede ser de otra manera, ha provocado incluso el surgimiento de nuevas figuras profesionales que, para la organización correspondiente, les resulta absolutamente imprescindible integrar en su plantilla, como son los *community managers*, o los *social media managers*.

En este artículo se van a plantear las líneas fundamentales sobre las cuales se mueven los departamentos de comunicación en las organizaciones académicas en la actualidad, los nuevos retos y desafíos, y las posibles soluciones que pueden adaptarse a las crecientes demandas de visibilidad y transparencia.

Palabras clave: Comunicación – Universidad – Redes sociales – Web 2.0

USOS Y POTENCIALIDADES DE LAS APLICACIONES MÓVILES EN LAS INSTITUCIONES UNIVERSITARIAS

AUTOR

Mario Barquero Cabrero

ESERP School of Business & Social Sciences (Madrid)

mariobarquero@eserp.com

Para nadie pasa desapercibido el momento, tal vez histórico, por el que atraviesan nuestras vidas. El boom que ha supuesto Internet en todas las esferas (social, política, económica,...) tiene un reflejo más allá de un efecto macro, integrándose e influyendo en la vida diaria de todas las personas al menos del mundo occidental.

Sin embargo, siguiendo el principio de la “destrucción creativa” de Schumpeter, el fenómeno Internet ha pasado “a mejor vida”. Aunque sin querer ser tan radicales en nuestra afirmación, sí se puede concluir que este fenómeno se ha transformado absolutamente por la aparición de los *Smartphones* y las *tablets*, y consecuentemente con la nueva era “*mobile*”.

Internet sigue funcionando en los ordenadores, claro, pero el nuevo planteamiento es llevar dispositivos que nos permitan una conexión inmediata desde cualquier sitio. Para dar sentido a estos dispositivos, la creación y desarrollo de múltiples aplicaciones (*apps*) permiten a los usuarios emplear con facilidad herramientas que facilitan múltiples facetas de sus vidas diarias de manera inmediata (búsqueda de restaurantes, compra de entradas, gestión de fotografías, etc.). Por tanto, una de las características esenciales de estas *apps* es su funcionalidad.

Sobre esta realidad no puede permanecer ajena la Universidad, no sólo por la extensión en número de personas de este fenómeno, sino también por las múltiples potencialidades a las cuales se les puede sacar partido en muchos ámbitos de la comunidad educativa.

En este artículo se hará una revisión de las aplicaciones integradas en la “*cultura mobile*” (que son, qué supone en la actualidad,...), algunas de las “sombras” que se ciernen sobre estas herramientas (cultura de todo gratis que lleva a retraerse a los consumidores a la hora de pagar), y finalmente repasaremos algunas de las funcionalidades a las cuales las instituciones universitarias pueden obtener un claro beneficio.

Palabras clave: Internet – Universidad – *Mobile* – *Applications (apps)*

LA SEGUNDA PANTALLA COMO JUEGO: EL CASO DE LAS APPS DE TVE

AUTORA

Mónica Barrientos Bueno
Universidad de Sevilla (España)
mbarrientos@us.es

En un entorno audiovisual marcado por la convergencia, los dispositivos móviles se han convertido en el soporte privilegiado de la segunda pantalla televisiva. Tabletas y *smartphones* se han integrado en el entorno doméstico y comparten espacio y tiempo de ocio con el televisor. El medio televisivo convencional lucha por concentrar la atención del espectador, mientras éste cada vez dedica más esfuerzos a visionar de forma compartida entre pantallas los contenidos de la primera. Los últimos estudios apuntan al afianzamiento de una tendencia en la que los usuarios y espectadores consumen contenidos audiovisuales al mismo tiempo que comentan en redes sociales o acceden a aplicaciones específicas desarrolladas para completar la experiencia televisiva, aspectos que están siendo aprovechados por las cadenas de televisión para, a través de las *second screen apps*, fidelizar la audiencia.

En este sentido, las *apps* de RTVE forman una gran familia que se ajusta a los gustos y necesidades de todo tipo de espectador de sus canales: *Clan* para el público infantil, *Master Chef* para los adultos aficionados a la cocina, *+TVE* para el seguimiento y comentario de los contenidos emitidos, *El tiempo en RTVE.es* para los interesados en la información meteorológica, entre otras. En este universo de aplicaciones también hay sitio para los juegos, vinculados directamente con series y programas, como los dedicados a *Los misterios de Laura* y *Saber y ganar*. Dejando al margen la evidencia del carácter lúdico de estos últimos, se propone un acercamiento a los rasgos propios de juego presentes en *apps* que no son juegos y tienen diferentes usos de segunda pantalla.

Para ello se parte del hecho de que la pantalla dual no deja de ser una expansión lúdica de la primera pantalla, donde las actividades multitarea propuestas al espectador televisivo a través de la aplicación se aproximan a las fronteras de la gamificación. Se trata de un concepto que ha ganado visibilidad e importancia en el ámbito académico a partir del estudio de las nuevas dinámicas tecnológicas y audiovisuales, en las que se integran también la televisión social y las narrativas transmedia. La metodología de análisis escogida ha supuesto emplear como base teórica las tres categorías de elementos de juego definidas por Werbach y Hunter (2012), en su publicación de referencia respecto a lo que a gamificación se refiere (*For the Win. How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*), que permiten definir a un sistema o aplicación como gamificado, aunque hay referencias anteriores al término en 1980 por parte de Richard Bartle. El trío de categorías empleadas para el análisis se compone, por tanto, de dinámicas, mecánicas y componentes. Los resultados han hecho posible desvelar los rasgos de juego presentes en las *apps* de TVE, lo que apunta a conocer las aplicaciones de segunda pantalla desde una perspectiva novedosa, abriendo así una vía de comunicación con los estudios académicos sobre videojuegos.

Palabras clave: Aplicación – Segunda pantalla – TVE – Gamificación – Interactividad

EL PAPEL DE LA UNIVERSIDAD EN EL ANÁLISIS Y MEJORA DE LA COMUNICACIÓN DE LA RSC DE LAS EMPRESAS

AUTORES

Ángel Bartolomé Muñoz de Luna, Mónica Viñarás Abad y Henar Alonso Mosquera

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

abartolome@ceu.es , monica.vinasabad@ceu.es y henar.marketing@ceu.es

El valor de la responsabilidad social corporativa (RSC) que las empresas aportan a la economía, al medio ambiente, a la ciudad y a toda la sociedad es incuestionable. Sin embargo la comunicación que la empresas realizan en la difusión de sus proyectos suele ser discreta. Muchas veces mal entendida la difusión de la RSC como un acto de vanidad, evitar conflictos o críticas provenientes de grupos de interés, que han cuestionado la praxis de la RSC, o la falta de reflexión sobre los mecanismos de comunicación para dar a conocer las iniciativas, acciones y consecuencias de la RSC de forma eficaz.

La vida de la RSC en la práctica empresarial explica lo que podríamos llamar un periodo de comunicación extremista, desde apenas informar, a hacerlo desmesuradamente en torno a una cuestionable RSC. Posiblemente, esto es debido a que en esta fase la RSC pugnaba por la búsqueda de su identidad fuera y dentro de la empresa, paralela a delimitaciones con otras disciplinas, como el marketing social.

Hoy, la RSC goza del reconocimiento que merece. Sin embargo, distintos estudios reflejan que el ejercicio de la RSC se comunica poco, a grupos de interés muy concretos, en formatos y canales no siempre adecuados, y sin adaptar el código a cada público.

El objeto de estudio es la comunicación de la RSC en España. Concretamente, su relevancia en el propio ejercicio de la RSC y el papel de cada elemento del proceso.

La Universidad CEU San Pablo en colaboración con la empresa Medialuna crea el grupo de investigación OCARE, en un estudio en el que se han identificado todos los agentes implicados en el ejercicio de la RSC administraciones públicas, asociaciones profesionales, asociaciones empresariales, universidades, fundaciones y medios de comunicación. Todos ellos representan a la economía, la política y la sociedad, y por lo tanto, el entorno sistémico en el que se desarrolla la RSC.

Palabras clave: OCARE - RSC - Observatorio - Comunicación - Universidad - Empresa

IMPACTO DEL USO DE HERRAMIENTAS WEB 2.0 EN LA EDUCACIÓN COLOMBIANA

AUTORES

Óscar Boude Figueredo y Andrea Sarmiento Hernández

Universidad de La Sabana de Chía (Colombia)

oscarbf@unisabana.edu.co y jenny.sarmiento@unisabana.edu.co

Se presentan los resultados preliminares de una investigación que se está desarrollando en la Universidad de la Sabana desde principios de 2015, cuyo objetivo principal es determinar el impacto que ha tenido la integración de las TIC, en especial de las herramientas Web 2.0, en la educación colombiana a partir de una revisión sistemática de la literatura científica reportada, por investigadores, docentes y demás actores de la Informática Educativa de Colombia. Para esto, se utilizó un diseño mixto, con un alcance descriptivo. A nivel cualitativo se estableció un diseño de 4 fases partiendo de la identificación de todas las fuentes documentales arbitradas existentes en los últimos 10 años que reportaran proyectos educativos, experiencias e investigaciones realizadas en Colombia. A partir de esta identificación, se realizó un proceso de documentación de aquellas que se ajustaban a los parámetros del estudio.

En la siguiente fase se determinaron las variables a utilizar en el estudio Cuantitativo y se caracterizaron los diferentes usos dados a las TIC para apoyar el proceso de formación de los estudiantes Colombianos. Para finalizar, se identificarán las fortalezas, limitaciones y necesidades asociadas tanto a la inclusión de las TIC en la educación como a la investigación en este mismo campo. A partir de la identificación de las principales variables asociadas a la incorporación de las TIC al proceso de formación, se realizará un estudio correlacional que permita identificar las relaciones existentes entre las diferentes variables identificadas.

Particularmente en este texto, se reportarán los hallazgos preliminares relacionados con el impacto que han tenido el uso de herramientas web 2.0 en la formación de los estudiantes Colombianos. Al respecto, luego de finalizar las dos primeras fases del estudio y documentar cerca de 400 textos, se ha encontrado que un alto porcentaje de estudios reportan un efecto positivo del uso de las herramientas web 2.0 en los contextos educativos como herramienta de apoyo a la educación presencial, a educación virtual o *blended*; de igual manera destacan algunas limitaciones de orden logístico, social y económico en la inclusión de las herramientas web 2.0 en los diferentes contextos escolares. En el mismo sentido, se observan con preocupación una pequeña proporción de reportes acerca de uso de TIC en educación de población con Necesidades educativas especiales, y formación de población rural involucrando tales herramientas.

Asimismo, se observa una tendencia al uso de herramientas como wikis, blogs y redes sociales para la ejecución de las diferentes tareas propuestas, versus una pequeña fracción de uso de herramientas web 2.0 en las que los estudiantes desarrollan sus habilidades de pensamiento de orden superior, tales como los Meta grafos. Para finalizar, la mayoría de textos reportados están orientados a estudiantes y docentes vinculados a programas de pregrado, y, en menor cuantía, a estudiantes de básica primaria, secundaria y población rural.

Palabras clave: Herramientas web 2.0 – TIC – Proceso de Formación – Innovación educativa

IMAGEN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA: ESTUDIO DE LAS IMÁGENES PUBLICADAS EN TWITTER POR LOS PARTIDOS Y LÍDERES POLÍTICOS DURANTE LAS ELECCIONES A LA JUNTA DE ANDALUCÍA DE 2015

AUTORES

Javier Bustos Díaz y Francisco Javier Ruiz del Olmo

Universidad de Málaga (España)

Bustos090@gmail.com y fjruiz@uma.es

Las campañas electorales, como proceso de comunicación política pública y el debate político en general están cada vez más ligadas a las prácticas de red social Twitter; de hecho, hoy en día es muy difícil imaginar un partido o candidato sin un perfil en este medio, al menos durante el periodo electoral.

Sin embargo, una cuestión diferente es estar presente en Twitter y otra la capacidad de proyectar una imagen correcta y acorde a los objetivos comunicativos que se pretenden conseguir, haciendo un buen uso de las imágenes y vídeos que comparten por los partidos y candidatos a través de dicha red social. Debido al auge actual de partidos de nuevo cuño como Podemos y Ciudadanos, el artículo no se ciñe solo al Partido Popular de Andalucía y al Partido Socialista de Andalucía, sino que además incluye a los nuevos partidos mencionados y a sus candidatos. También se ha tenido en cuenta para el análisis el perfil de Izquierda Unida, que además, previamente a los comicios formaba parte del Gobierno de la Junta de Andalucía.

Con el objeto de analizar la imagen resultante que proyectan los partidos y candidatos a través de sus perfiles durante el periodo de la campaña electoral, el presente estudio ha analizado todas las imágenes difundidas por los principales partidos y candidatos a través de la red social Twitter en Andalucía. A nivel metodológico, este texto realiza un análisis de contenido que tiene como objeto las imágenes publicadas en la red social Twitter por los partidos y candidatos andaluces ya descritos, durante la campaña electoral andaluza que transcurrió entre el 6 de marzo y el 20 de marzo de 2015, excluyéndose del análisis el día de reflexión y propio día de las elecciones.

Para lograr este objetivo se manejaron categorías cualitativas diseñadas *a priori* y también in vivo, empleando como software de ayuda una herramienta CAQDAS (Computer Assisted Qualitative Data Analysis Software); en este caso se optó por Atlas.ti, que permite una eficaz gestión de todas las imágenes recolectadas de la web, estableciéndose éstas como Unidad Hermenéutica. Las conclusiones evidencian la atención y el cuidado que los partidos prestan a las imágenes, donde la comunicación política explora nuevos contenidos e ideas fuerza, especialmente en las formaciones emergentes.

Palabras clave: Comunicación política – Elecciones Andalucía - Twitter – Imagen

LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS PARA LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

AUTOR

Francisco Cabezuelo Lorenzo
Universidad de Valladolid (España)
cabezuelo@hmca.uva.es

La ética, la cultura, el gobierno transparente y la construcción de un nuevo espacio público abierto al debate y al progreso son algunos de los retos de la nueva sociedad digital o cibersociedad en el que las redes sociales juegan un papel vital. Este trabajo quiere sentar las bases para el estudio de la comunicación pública y la gestión transparente de los gobiernos públicos, que debe fundamentarse en la transparencia y la innovación.

Tiene como objetivo la obtención de información comparable y la elaboración de una serie de propuestas concretas para la mejora del buen gobierno. El resultado que persigue este trabajo es la continuación del trabajo realizado mediante la incorporación de herramientas que promueven la participación ciudadana en el sistema democrático.

La oportunidad de la investigación encuentra acomodo en la doctrina del constitucional española sobre la libertad de información indica con vehemencia su especial importancia en la medida en que condiciona el estado de la opinión pública. Por ese motivo, es necesario que el ciudadano pueda conocer cómo actúan los poderes públicos, qué responsabilidades tienen en el ejercicio de dicho poder, pueda preguntar libremente sobre aquello que le parezca oportuno y pueda formarse su propia opinión.

En una sociedad de creciente complejidad, el ejercicio de la libertad de expresión requiere más acceso a los datos y fuentes. Esta dimensión se comprende aún mejor empezando por la gestión de la comunicación local, ya que son los asuntos propios de la vida cotidiana los que se resuelven en esa esfera de decisiones más próxima, en relación con los asuntos nacionales e internacionales.

La idea que se plantea en esta comunicación no es otra que la de ofrecer un punto de partida para el estudio o investigación universitaria en este tema. Este trabajo resume la propuesta metodológica e innovadora de un proyecto en activo de carácter nacional financiado en concurrencia competitiva por el Ministerio de Economía y Competitividad perteneciente al *Programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los Retos de la Sociedad* en su convocatoria de 2013 y con extensión hasta el año 2015 cuya referencia es CSO2013-46997-R, liderado por el profesor Dr. Juan Luis Manfredi Sánchez, y del que el autor de esta comunicación es miembro activo como investigador del equipo de trabajo principal.

Palabras clave: Redes sociales - Transparencia - Gobierno - Comunicación

IDENTIDADES SEXUALES Y DIGITALES: LA ETNOGRAFÍA VIRTUAL COMO MARCO METODOLÓGICO PARA ANALIZAR LAS RELACIONES EMOCIONALES ENTRE PERSONAS JÓVENES

AUTORA

Soraya Calvo González
Universidad de Oviedo (España)
calvosoraya@uniovi.es

Este artículo va encaminado a describir principales decisiones y dilemas metodológicos que se han ido conjugando para poner en marcha un proyecto de investigación dirigido al análisis de las identidades digitales y sus interacciones en la juventud a partir de las relaciones interpersonales, afectivas y emocionales que son establecidas, usando como herramienta de comunicación las TIC y poniendo el foco en la expresión de las vivencias de la propia sexualidad. De esta manera, se pretenden derivar conocimientos significativos que permitan describir distintos modelos relacionales en torno al concepto de “pareja” y de “amor” que tienen los y las jóvenes de Asturias (España). El estudio pretende adentrarse en la configuración de las identidades sexuales y digitales personales en un entorno 2.0: factores de fuerza, intencionalidades, estereotipos, poder de la imagen, influencias, “memes”, rasgos homogeneizantes y diversificadores, etc., para sentar las bases que permitan desarrollar una propuesta global de intervención en la Educación Secundaria desde el prisma de la educación mediática y la sexología.

Para conseguir los propósitos de la investigación es necesario profundizar en la forma en que los espacios y las plataformas de comunicación “on – line” (principalmente redes sociales como Instagram y Twitter, y mensajería instantánea como WhatsApp) favorecen la perpetuación, actualización o cuestionamiento de estereotipos que intervienen en los modelos relacionales tradicionales a partir de los cuales se establecen las interacciones entre iguales. Se busca también comprender de qué maneras son utilizadas estas herramientas para gestionar conflictos íntimos, propiciar encuentros, situarse en torno al concepto de “deseante” o “deseado” y, en definitiva, construir una identidad icónica y simbólica para presentarse ante los y las demás. La muestra seleccionada para la investigación está conformada por alumnado que cursa durante el curso 2014-2015 4º año de E.S.O. (Educación Secundaria Obligatoria) en centros públicos y concertados adheridos al programa institucional de educación sexual “Ni Ogros Ni Princesas”.

En este marco, proponemos un diseño emergente eminentemente cualitativo basado en la etnografía virtual, a través de un enfoque metodológico que incluye la participación y la observación de la investigadora en el campo a partir de su intervención en el aula para trabajar, con diferentes técnicas de intervención, conceptos relacionados con el ámbito de la sexualidad y las TIC. Para ello se crea un entorno digital de encuentro y toma de datos a partir de una cuenta de Instagram y otra de Twitter desde la que poder acceder a los perfiles personales de la muestra estudiada. A su vez, consideramos importante poner en marcha estrategias de recogida de información que nos aporten diferentes visiones de una misma realidad, dando voz a diversos actores de la comunidad educativa. Así, el modelo se complementa con grupos focales y entrevistas abiertas e informales con profesorado y profesionales de la orientación educativa de los centros educativos participantes; así como con un gran grupo focal formado por el alumnado del Máster Oficial en Sexología de la Universidad Camilo José Cela.

Palabras clave: Educación Sexual - Educomunicación - Etnografía virtual - Redes Sociales

ENTRE EXPEDIENTES, CÁMARAS Y POSTEOS. HACIA UNA NOTICIA POLICIAL 2.0

AUTORA

Mercedes Celina Calzado

CONICIT, Instituto de Investigaciones Gino Germani y U. de Buenos Aires (Argentina)

mcalzado@sociales.uba.ar

A mediados de los noventa la seguridad ingresa con fuerza en las agendas periodísticas, políticas y electorales y se convierte en un eje central de difusión de una comunicación política asociada a la violencia urbana. No sólo esto se debió a la ampliación del problema del delito en la calle basado en la profundización de los índices de denuncias sobre crímenes. También las discusiones políticas alrededor de la seguridad en la Ciudad de Buenos Aires incorporaron un nuevo matiz.

A la vez, los últimos diez años exhibieron un cambio central en el escenario tecnológico mundial, regional y local. Facebook se creó en febrero de 2004 y tardó algún tiempo en colar sus primeros usuarios en Argentina. Twitter se creó en 2006 y tiene en el mundo 200 millones de usuarios activos. Argentina está —según la empresa del pajarito— en el puesto 17 de este ranking. También las cámaras de video vigilancia transformaron el espacio público latinoamericano, miles de cámaras fueron instaladas en las grandes ciudades para prevenir el crimen.

Los cambios tecnológicos producen una nueva forma de producir ciertos contenidos de la información en torno de la inseguridad. Redes sociales y cámaras de seguridad modificaron el modo de contar las noticias policiales y las historias comienzan a producirse con nuevas versiones (extraídas de las redes sociales) y con nuevas imágenes (relevadas tanto de las redes como de las cámaras de seguridad).

Para ubicar este análisis nos proponemos trabajar en torno de un caso paradigmático ocurrido en 2013 en la Ciudad de Buenos Aires, el caso de la muerte de la joven Ángeles Rawson, una adolescente asesinada presuntamente por el encargado del edificio en el que vivía. A través de un corpus de noticias de medios gráficos y audiovisuales, así como un seguimiento de publicaciones en las redes sociales y testimonios de algunos protagonistas del armado de la noticia, realizamos un minucioso análisis de los cambios del último período en el modo de narrar la inseguridad y de conformar los perfiles de víctimas y victimarios.

Palabras clave: Inseguridad – Construcción de la noticia – Información policial – Redes sociales – Videovigilancia

LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN CIENTÍFICA A TRAVÉS DE LOS SITIOS WEB Y SU USO EN LA ENSEÑANZA UNIVERSITARIA DE CTI

AUTOR

Benjamín Camacho Vega

Universidad Federal da Bahia (Brasil) y Universidad Autónoma de Querétaro (México)

bennev_23@hotmail.com

La transición de los medios de comunicación tradicionales a los nuevos medios de comunicación digitales es una característica de los primeros años del siglo XXI, todo gracias al vertiginoso desarrollo en las tecnologías de información y comunicación (TIC) y a la influencia que ejerce internet en los individuos. En este esquema mediático, los sitios noticiosos producen una cantidad inmensa de información en la red al alcance de cualquier persona, de ahí la importancia que tienen en nuestros días y, en gran parte, la popularización del concepto de “sociedad de la información” que proviene del trabajo que ellos realizan; sin embargo es por todos conocido que en este tipo de medios prevalecen las noticias de poca trascendencia sobre la información científica a pesar de la relevancia que este campo representa para el avance de la sociedad.

A pesar de esto, los temas de ciencia, tecnología e innovación (CTI), despiertan un interés particular en la ciudadanía por la oportunidad que les ofrece de estar bien informados al momento de tomar decisiones en su vida diaria y permitir que los individuos estén conscientes tanto de los avances, como de las mudanzas que acontecen a su alrededor.

La importancia que tiene la divulgación científica a través de los medios de comunicación se debe a la dinámica que se genera para crear una mayor producción, ya que no solo permite que los propios científicos estén enterados de las últimas noticias en su campo y continúen trabajando en nuevos proyectos, sino que además hace llegar esta información a los profesores para que la conozcan y la transmitan a los estudiantes que están instruyendo, y con ello formar toda una cultura de enseñanza para la ciencia tanto en los diversos niveles académicos como profesionales y periodísticos, lo cual finalmente beneficiará en una masificación de las áreas científicas.

Una de las piezas clave dentro de esta “dinámica de la cultura científica”, son los profesores universitarios, ya que ellos son los encargados de despertar el interés en las nuevas generaciones, por lo cual es necesario que estén informados sobre los más recientes avances científicos en diversas áreas, no solo en aquella en la que son especialistas, y que se mantengan actualizados constantemente para guiar de manera adecuada a los alumnos en sus investigaciones.

El papel que desempeñan los sitios noticiosos en este sentido es relevante debido al alcance que tienen dentro de la comunidad académica, ya que gracias al potencial de internet, son una de las principales fuentes informativas para los profesores, y para la sociedad en general, por ello muchos departamentos universitarios, museos, centros de investigación e instituciones ligadas a la ciencia, exponen sus resultados a través de este tipo de sitios.

Por lo tanto, los medios electrónicos de comunicación, y en especial los sitios noticiosos, son un excelente formato para diseminar rápida y masivamente la información científica, lo que propicia una alfabetización cultural de la población y colabora en la enseñanza formal e informal de los nuevos investigadores.

Palabras clave: Información científica – Sitios noticiosos – Difusión

LA UTILIZACIÓN DE LAS TIC COMO PARTE DE LA ESTRATEGIA: ANÁLISIS DE LA CAMPAÑA DE AHORA MADRID EN LAS MUNICIPALES DE 2015

AUTORA

Laura Candón Gautier
Universidad de Málaga (España)
laura.c.gautier@gmail.com

En los últimos años, la utilización de herramientas digitales dentro del proceso de comunicación política ha generado una corriente de investigación académica ya consolidada y centrada en analizar el nivel de enriquecimiento del espacio público que éstas suscitan, así como el incremento de la participación de la ciudadanía en el debate político. (Valera, 2014). En este sentido la discusión académica se encuentra dividida entre la corriente que considera que se ha producido una adaptación de la estrategia offline dentro de las plataformas digitales y la que se decanta por un modelo de innovación con un sistema más horizontal, con más espacio para la participación y que se decanta por una reducción del negativismo, la personalización, etc. (Dader, Cheng, Campos, Quintana y Vizcaíno-Laorga, 2014)

En cualquier caso, los partidos políticos no son ajenos a estos cambios y ya desde la campaña de Barack Obama de 2008 y la británica de 2010, consideradas como las primeras campañas 2.0, la renovación es constante dentro de las estrategias electorales (Lira, 2013). Como señalara McLuhan (1967), "el medio es el mensaje", y los partidos se esfuerzan por seguir técnicas de marketing 2.0 y adaptar sus contenidos para cubrir las necesidades de un nuevo público que consume un gran volumen de información política ("*news junkies*") y que también se configura como fuente de contenidos ("*prosumidor*"), lo que implica, necesariamente, un cambio en las reglas de un juego en el que se buscan entornos más colaborativos. (Valera, 2014) y (Toffer, A.1980).

Así, el **objetivo** del presente estudio consiste en analizar la estrategia seguida en las plataformas digitales de Ahora Madrid durante la campaña electoral de las municipales de 2015 para identificar y clasificar la actividad generada en las mismas así como el nivel de bidireccionalidad y participación ciudadana que suscitaron.

La **hipótesis** desde la que partimos es que este partido ha seguido una estrategia eminentemente digital, basada en contenidos con capacidad para convertirse en virales y con capacidad de aprovechar los generados por los usuarios, creando así una estrategia que se retroalimenta desde ambas fuentes.

Para descartar o verificar esta idea, llevaremos a cabo un análisis cuantitativo y cualitativo de las fuentes y contenidos de las plataformas digitales utilizadas por Ahora Madrid (Facebook y su propia web) durante el periodo de campaña electoral de 2015.

Entre los resultados esperados, se espera cuantificar y analizar la presencia de recursos y secciones que susciten la participación en el caso de la web y determinar la bidireccionalidad y el carácter de los contenidos en Facebook.

Palabras clave: Comunicación política - TIC - Participación ciudadana

IDENTIDAD DIGITAL Y PRODUCCIÓN ACADÉMICA DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS: ¿VIDAS PARALELAS O CONVERGENTES?

AUTORAS

Montserrat Casanovas Català y Yolanda Capdevila Tomàs
 Universidad de Lleida (España)
m.casanovas@didesp.udl.cat y y.capdevila@didesp.udl.cat

La presente contribución tiene como objetivo analizar algunos de los datos recogidos en el proyecto “Identidades y culturas digitales en la educación lingüística” (EDU2014-57677-C2-2-R), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España, que se ocupa de la identidad digital de los estudiantes universitarios y su relación con la integración de las herramientas digitales en su producción académica.

A partir de una muestra de estudiantes universitarios, se pretende documentar de qué manera estos estudiantes manejan la tecnología, tanto en su vida diaria como en sus quehaceres académicos. Para examinar esta situación, se ha elaborado una herramienta, el cuestionario *NLits 2.0*, en la que se recogen 52 preguntas sobre, entre otras cuestiones, de qué manera los estudiantes se acercan a la tecnología en su ámbito privado y cómo emplean algunas de las herramientas, aplicaciones, etc., en las tareas académicas.

El cuestionario, validado por diferentes expertos del ámbito de la lingüística, la tecnología y la didáctica de la lengua y pilotado con diversos grupos de estudiantes de la Universidad de Lleida y de la Universidad de Murcia, indica, por un lado, que los estudiantes no son tan expertos en el aprovechamiento práctico de la tecnología en la esfera académica, pese a lo que ellos puedan pensar. Estos datos son coherentes con otros estudios realizados que apuntan que la denominada *Google Generation* —los jóvenes en la franja de edad de nuestros universitarios— necesita orientación para encontrar fuentes de información relevantes y de calidad que apoyen su aprendizaje, ya que navegan por Internet de manera ingenua sin tomar en consideración los autores o procedencia y validez de la información y no disponen de herramientas para explotar las posibilidades que ofrecen los buscadores, aunque puedan tener ciertas competencias específicas relacionadas con el ámbito privado (juegos en línea, mensajería instantánea, etc.). Actualmente se está preparando la versión 2.0 del cuestionario, además de diseñar varios grupos de discusión para obtener datos cualitativos que se puedan triangular con los resultados del cuestionario.

Por otro lado, se recogen indicios sobre los cambios que provoca la red en las prácticas de lectura y escritura en línea aporta, sobre todo por lo que se refiere a la importancia de la red como fuente de información casi única o el papel de la lectura digital enfocada a la resolución de problemas o a la recopilación de datos.

El análisis cuantitativo de los resultados del cuestionario nos lleva a definir, como conclusión, una serie de perfiles, tanto tecnológicos como relacionados con la escritura académica, que dan cuenta de la forma en la que los estudiantes usan la tecnología en su vida diaria y de qué manera la integran en el ámbito académico.

Palabras clave: Identidad digital – Escritura académica – Nuevas alfabetizaciones – Perfil tecnológico – Perfil productor académico

CIBERCIUDADANÍA: COMPROMISO RESPONSABLE

AUTORES

María de la Luz Casas Pérez, Carlos Mendiola Hernández, Imelda Hernández Morales, María del Pilar Elías Salazar, Mayte Barba Abad, Magdalena Buenfil Mata y Alejandra Elvia Caballero Ramos

Tecnológico de Monterrey (México)

marilu.casas@itesm.mx, carlos.mendiola@itesm.mx, imelda.hernandez@itesm.mx,
pilar.elias@itesm.mx, mayte.barba@itesm.mx, magdalena.buenfil@itesm.mx y
alejandra.caballero@itesm.mx

La participación ciudadana en la actualidad encuentra un marco de acción diferente a causa del impacto que han tenido redes sociales en la política contemporánea, razón por la cual es importante formar a los estudiantes no sólo en su comportamiento ciudadano, en un contexto real, sino también en los espacios de la virtualidad. La estancia de los estudiantes en ambientes formativos debe ser aprovechada para promover la reflexión en torno a actitudes ciudadanas en el mundo real y el virtual.

Una ciudadanía responsable, que aprovecha las tecnologías de información y comunicación de manera responsable garantiza la participación ciudadana para hacer llegar a las autoridades y a los gobernantes aquellos asuntos de interés público que es necesario atender, solucionar problemáticas que requieran de la participación directa, la organización de grupos que hagan efectiva la democracia y el respeto de los derechos de los ciudadanos, la transparencia y la gestión de gobierno (Anaya et al, 2004).

En su faceta electrónica, la ciudadanía digital, e-ciudadanía o Ciberciudadania, supone la comprensión de asuntos humanos, culturales y sociales relacionados con el uso de las tecnologías de información y comunicación, así como de la aplicación de conductas pertinentes relacionadas con la ética, la seguridad y responsabilidad en el uso del Internet, las redes sociales y las tecnologías disponibles (Rovira Sancho, 2012).

Desde hace aproximadamente quince años ha sido gran preocupación del Tecnológico de Monterrey fomentar, tanto de manera directa a través de cursos específicos como de forma transversal, las competencias ciudadanas dentro y fuera del salón de clase. Sobre este último punto no se puede dejar de lado el papel protagónico que la tecnología y en especial las redes sociales han tomado para la sociedad, en especial para los jóvenes, quienes redactan mensajes, que en muchas ocasiones no expresarían de manera presencial, contraviniendo con esto el bienestar de la ciudadanía. En los cursos del Tecnológico de Monterrey se promueven actividades para la formación de buenos ciudadanos que, de manera transversal, se insertan de manera directa en el apoyo a las comunidades y la solución de problemas. Muchas de estas actividades utilizan tecnologías de información y comunicación. No obstante, fuera de las actividades que se ponen en marcha durante las actividades académicas, no existe un registro u observación directa del uso de las tecnologías de información y comunicación que llevan a cabo los alumnos y si los utilizan de manera responsable para la participación ciudadana (Rodríguez Gordo, 2009).

Es por ello importante que, como parte de la formación ciudadana, se asegure que los alumnos hagan un uso responsable de las tecnologías de información ciudadana.

Palabras clave: Ciudadanía – ambientes virtuales – redes sociales – tecnologías de información - Ciberciudadania

LOS MOOC DESDE EL MODELO EDUCATIVO DE *UNIMET EN LÍNEA*

AUTORAS

Natalia Castañón Octavio y María Magdalena Ziegler
Universidad Metropolitana de Caracas (Venezuela)
ncastanon@unimet.edu.ve y mziegler@unimet.edu.ve

El presente artículo tiene como objetivo reflexionar sobre la naturaleza de los *Massive Open Online Courses* (Mooc) a través de la revisión de la misma desde su aparición en 2008, en términos de las corrientes educativas que les han dado cuerpo y sentido, como los xMoocs y los cMoocs, teniendo en cuenta al Conectivismo como la corriente más influyente.

Asimismo se analizará el potencial de los Moocs en el marco de estos dos modelos principales. Se expondrá además la concepción que desde *Unimet en Línea*, la plataforma de educación en línea de la Universidad Metropolitana (Caracas, Venezuela), se ha asumido en torno a los Moocs que por ella son producidos, se describirá el proceso de producción de los mismos.

Como parte de la reflexión final sobre el futuro de los Moocs se planteará el tipo de certificación ofrecida a partir de ellos por *Unimet en Línea*, completando así el proceso descriptivo de la metodología de investigación de este estudio.

Palabras clave: Mooc - *eLearning* - Cursos en línea

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y REDES SOCIALES. ANÁLISIS DEL USO DE LA COMUNICACIÓN 2.0 DE LOS *THINK TANKS* ESPAÑOLES

AUTORES

Antonio Castillo Esparcia y Emilia Smolak Lozano

Universidad de Málaga (España)

acastilloe@uma.es y emilia.smolak@gmail.com

Se persigue estudiar cómo se están aplicando estrategias 2.0 por uno de los actores políticos más desconocidos en España pero cuya influencia ha aumentando considerablemente en los últimos años, los *think tanks*. Este tipo de organizaciones poseen como principal finalidad una influencia sobre las políticas públicas a partir de sus informes, encuentros científicos e investigaciones. Y más allá de su actividad más o menos cercana a los poderes públicos y a los partidos políticos, planifican, desarrollan, ejecutan y evalúan planes de comunicación para que sus propuestas sean conocidas, debatidas, interiorizadas y asumidas por ciudadanos y organizaciones sociales.

Por ello, se hará un estudio sobre el papel que desempeña la comunicación en los principales *think tanks* de España y qué estrategias de comunicación 2.0 desarrollan para difundir sus actividades y propuestas. Así, se analizarán los siguientes *think tanks*: Real Instituto Elcano, CIDOB, Fundación Alternativas, FAES, FRIDE, FUNCAS e Instituto Juan de Mariana. Para ello, se van a desarrollar unas dimensiones de análisis de las principales redes sociales existentes en España como Facebook, Twitter y Youtube que permitirán conocer el grado de presencia, la actividad y la involucración de seguidores. Las dimensiones y sus variables serán las siguientes:

- Exposición: visibilidad en Social Media, Alcance (número de fans, de los espectadores, seguidores, suscriptores), visionados
- Influencia: influenciadores claves, influencia en Twitter (RetweetRank), ratio de seguidores en Twitter, Alcance, retuits, menciones
- Popularidad (*feedback*): nº de “me gusta”, listas *Twitter* “me gusta” y ratios en Youtube.
- Interactividad con el público: Nivel de interactividad de la organización en general, nº de respuestas en Twitter, nº de comentarios (Youtube, Facebook, *blog*), tipos de interacción (comentarios, me gusta, *retweets*, compartir, etc.) e interacción dominante en cada Red.
- Involucración del público: índice de involucración, el contenido que involucre más (formato, tema, tipo), usuarios y/o audiencias claves e influenciadores
- Actividad: tipo de actividad (tipo de publicaciones) y nivel de actividad (nº de publicaciones), Fuentes de conversaciones -sitios de social media donde aparecen-, tendencias en conversaciones y hashtags, presencia de los embajadores (los contribuidores más activos), las herramientas de comunicación interactivas, hashtags principales, número de comentarios, volumen de tuits y retuits, número de videos publicados, el mejor contenido y número y tipo de posts/ contenido publicado
- Calidad de contenido y publicaciones: formato (enlace, texto, video, foto, podcast, chat online), temas dominantes, palabras claves dominantes (en general y para cada red), frecuencia (por día y semana), idioma, media de interacción por post, el contenido con mayor impacto (mayor número de me gusta/más comentado/más visto/ más retuiteado/con mejor ranking), el objetivo de mensaje (donación, anuncio, información, análisis experta, etc.) y género del contenido (noticias, análisis, artículo científico, artículo periodístico, entrada de blog, entrevista, comunicado, evento, conferencia/congreso, rueda de prensa).

A partir de los datos comprobaremos el grado de producción documental de los *think tanks* en las Redes sociales y qué procesos de consumo, asimilación e involucración tienen con sus públicos.

Palabras clave: Comunicación 2.0 – Think tanks – Comunicación Política – Redes Sociales

EXPERIENCIA EDUCATIVA SOBRE UNA RED SOCIAL PILOTO PARA EL REGISTRO DE DATA Y CONCIENTIZACIÓN CLIMATOLÓGICA EN LA ALDEA UNIVERSITARIA DE LA GUAJIRA: ASPECTOS LINGÜÍSTICOS

AUTORES

Jesús Cendrés Guasch y Pavel Cendrés Parra

U. del Zulia y U. Dr. Rafael Beloso Chacín y Centro de Investigación y Desarrollo Tecnológico e Ingeniería (Venezuela)

jcendros@urbe.edu y pcendros@urbe.edu.ve

En este trabajo se presenta los resultados del proyecto: Red Social Piloto para el Registro de data y Concientización climatológica en la Aldea Universitaria de la Guajira. (Proyecto No 2011001297 financiado por el FONACIT), tomando como principal componente el aspecto lingüístico.

Se estudia el impacto a nivel global del uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la incorporación de ciudadanos a las actividades de recolección y procesamiento de las variables meteorológicas, en este trabajo se muestra una investigación sobre el manejo lingüístico bilingüe con Wuayúunaiki en el desarrollo de material didáctico, así como de la importancia de incorporar a los miembros de la comunidad en la elaboración de material educativo sobre cambio climatológico para generar conciencia y participación activa en la protección del medio ambiente.

Los resultados muestran que las consideraciones lingüísticas son relevantes y la incorporación de miembros de la comunidad como traductores coadyuva a facilitar la participación.

Palabras clave: Red social – Climatología – Meteorología – Ambiente - Tecnología – Lingüística

HACIA LA COMPRENSIÓN DE LA PRODUCCIÓN ABIERTA DE CONTENIDOS EDUCATIVOS DIGITALES: UN PROCESO COMPLEJO

AUTORES

Andrés Chiappe y Mónica Herrera

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

andres.chiappe@unisabana.edu.co y monicahea@unisabana.edu.co

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es una de las tendencias educativas de mayor crecimiento y representa uno de los grandes retos para las instituciones educativas actuales y para los maestros y aprendices de estos tiempos. Siendo éste un fenómeno complejo, se manifiesta de múltiples maneras: como apoyo a procesos educativos presenciales, mediante modalidades híbridas o mixtas, como procesos online, mediados por dispositivos móviles, a través del uso de redes sociales, entre otras.

Cada una de estas manifestaciones tiene unas implicaciones prácticas distintas y sus propias particularidades teóricas. No obstante tales diferencias, todas tienen al menos un aspecto en común: se requiere la creación de contenidos educativos digitales ajustados a las exigencias de su contexto. Al respecto cabe mencionar que de todos los procesos involucrados en la incorporación educativa de las TIC, uno de los que tradicionalmente se convierte en cuello de botella es precisamente el de la creación de tales contenidos.

Para abordar este proceso, las instituciones educativas han surtido tradicionalmente tres estrategias distintas: la capacitación docente para la creación de contenido, la contratación externa y la consolidación de equipos especializados de producción. Una cuarta opción emerge para subsanar las limitaciones de estas estrategias: la producción de contenidos en red. Cabe anotar que esta cuarta opción ha sido muy poco explorada tanto desde la investigación como desde la experiencia y debido a esto hay poco conocimiento disponible acerca de sus limitaciones y aportes como práctica educativa mediada por TIC. Esta práctica es equiparable conceptualmente a lo que se conoce como *Producción Abierta de Contenidos Educativos*, la cual es una de varias Prácticas Educativas Abiertas.

En este artículo se describe un proceso investigativo de naturaleza cualitativa desarrollado como un estudio de caso cuyo propósito se enfocó en identificar alcances y limitaciones de esta práctica educativa abierta. Este estudio se llevó a cabo durante dos años, período en el cual se adelantaron procesos de caracterización y revisión de literatura y de implementación de una experiencia abierta de producción de contenidos educativos digitales para la enseñanza del inglés como segunda lengua. La información recolectada en esta investigación se abordó de acuerdo a 3 categorías de análisis correspondientes a 3 atributos de “lo abierto”, a saber: libre acceso, colaboración y adaptación.

Los resultados del estudio mostraron, entre otras cosas, la importancia de la creación de sentido de comunidad como un factor de éxito para esta práctica educativa abierta. Igualmente se encontró que la visibilidad y comunicación en redes sociales y la experiencia o la experticia de los colaboradores en materia del manejo de software de acceso libre para adaptar contenidos, son también factores clave para el adecuado desenvolvimiento de este tipo de procesos productivos.

Palabras clave: Prácticas educativas abiertas – Producción de contenidos educativos – Educación abierta – Educación y TIC – Recursos educativos abiertos

COMUNICACIÓN 2.0 Y VACUNAS: EL CASO DE YOUTUBE.

AUTORES

Ubaldo Cuesta Cambra, Victoria Cuesta Díaz y Sandra Gaspar Herrero
Universidad Complutense de Madrid y Hospital Quirón de Madrid (España)
ucuestac@ucm.es, victoria.cuesta.diaz@gmail.com y sgasparherrero@ucm.es

La búsqueda en internet sobre temas de salud, en concreto acerca de la vacunación o no, ha supuesto un gran cambio en el paradigma comunicacional (Chanel, Luchini, Massoni, Vergnaud 2011). En la actualidad la decisión de vacunar o no a los niños ha establecido un polémico debate social.

Muchos padres y posibles receptores de vacunas utilizan internet y las redes sociales para informarse acerca de los posibles riesgos de la vacunación (Witterman y Zikmund-Fisher, 2011). La información que en muchos casos se encuentra en la red se ve distorsionada por el movimiento antivacunas (Gangarosa, Galazka, Wolfe, Phillips, Miller, Chen, 1998).

Se han transformado los procesos de comunicación incorporándose nuevos canales y redes sociales (Facebook, Twitter o Youtube) a los cuales acuden tanto profesionales como pacientes para aportar o buscar información.

El objetivo de este estudio consiste en el análisis del canal de comunicación Youtube en relación con la temática de las vacunas. Se realizó un estudio observacional de videos de Youtube en idioma español utilizando las palabras clave: “vacuna”, “vacunas”, “anti vacunas” y “no vacunación”. Se empleó una metodología similar a la empleada en trabajos previos (Tuells, et al, 2015). Se analizó el número de visualizaciones, duración del vídeo, fecha, opinión vertida sobre vacunas en el vídeo (positiva o negativa), tipo de vídeo (creación propia, documental, conferencia, noticia local o anuncio), país de procedencia, canal, número de “me gusta”, número de “no me gusta”, comentarios y actividad del canal (activo o no).

Una vez tabulados dichos datos, se realizó un ranking con los “canales top” que aportan información sobre vacunas en función del número de suscriptores, total de vídeos, total reproducciones del canal y fecha de creación del canal.

Los resultados indican que existe un menor número de vídeos con opinión negativa sobre las vacunas, pero con una duración mayor que los vídeos con opiniones positivas. Los países de procedencia de los videos son en mayoría su mayoría latinoamericanos (especialmente México) y España.

Los resultados del ranking de “canales top” colocan en los primeros puestos a canales informativos de noticias puesto que poseen un mayor número de noticias, suscriptores y visualizaciones.

El estudio refleja la actividad en redes sociales sobre vacunas y la aparición de argumentos a favor de las vacunas frente a otros vídeos que ofrecen resistencia hacia las mismas. Se consideran las posibilidades del canal Youtube para ofrecer información científica y consensada sobre las vacunas. Se valoran las características y funcionalidades del canal para ofrecer mensajes de educación para la salud para la población empleando las redes sociales en línea con lo propuesto por Rao et al, (2007) y T. Tuells et al (2015).

Palabras clave: Vacunas – Youtube – Comunicación y salud - Antivacunas

ESTUDIO DEL GRADO DE IMPLANTACIÓN Y DESARROLLO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS

AUTOR

César Fidalgo Díez
Universidad de Burgos (España)
cfidalgo@ubu.es

El desarrollo de la Sociedad de la Información constituye un fenómeno nodal en la Historia. Su etapa de consolidación y desarrollo, extremadamente breve, ha provocado que muchos ámbitos sociales hayan debido adaptarse de forma rápida y en ocasiones incluso precipitada a este nuevo canal de información y comunicación que es la Red.

Por otro lado, la propia evolución de las distintas plataformas de comunicación social – ya sea por criterios económicos o por la evolución derivada de la forma de actuar de sus usuarios- ha generado la necesidad de adaptarse de forma permanente a un escenario en continua evolución donde es la propia marca (ya sea ésta una empresa, asociación o una organización pública) la que ha de migrar hacia las plataformas donde se encuentra su público potencial.

Ante este escenario, las universidades, como cualquier otro agente social o económico, han realizado un esfuerzo importante para generar una presencia propia en los distintos medios de comunicación social, presencia que se ha visto condicionada tanto por la imposibilidad en algunos casos de evolucionar de forma suficientemente rápida como por la incapacidad - o falta de interés – para ofrecer un contenido adaptado a las características propias de cada una de las plataformas de comunicación social surgidas en la última década.

Así, el panorama actual que presenta el conjunto de la Universidad española en cuanto al grado implantación de las distintas plataformas de comunicación social es sumamente heterogéneo. Su análisis, así como la confrontación de este análisis con los usos del público actual es un primer paso obligado y fundamental para entender la integración de nuestras universidades en la nueva Sociedad de la Información.

Palabras clave: Redes Sociales – Internet – Social Media – Universidad

REPUTACIÓN EN MEDIOS SOCIALES: PROPUESTAS MÉTRICAS COMPARATIVAS

AUTORES

Joan Francesc Fondevila Gascón, Josep Rom Rodríguez, Eva Santana López y Jordi Botey López

U. Pompeu Fabra, Escola Universitària Mediterrani de la U. de Girona y U. Ramon Llull (España)
fondevila@upf.edu, josepr@blanquerna.edu, evasl1@blanquerna.url.edu y
jordibl@blanquerna.url.edu

El creciente peso de Internet y de los medios sociales (web, *blog*, redes sociales) está conduciendo a las empresas a invertir una porción de sus recursos en comunicación y de márketing en ellos. La presencia en la red es esencial si una marca pretende posicionarse en el entorno competitivo. Al tratarse de un ecosistema relativamente reciente, desde los órganos gestores de la empresa se buscan parámetros que permitan evaluar el rendimiento de la inversión en Internet al efecto de tomar decisiones. En la presente investigación se comparan los diversos matices, las similitudes y las diferencias entre las métricas empleadas en los medios sociales. Igualmente, se trata de asociar las diferentes métricas al tipo de objetivo que se pretende alcanzar con ellas.

El artículo profundiza en el análisis de sentimiento, una fórmula metodológica cualitativa cada vez más utilizada para calibrar la percepción de marca por parte de los consumidores potenciales. Se observa que medir la polaridad de los comentarios insertados en los medios sociales ayuda a la empresa a buscar soluciones más precisas y a mejorar la experiencia del consumidor mediante el diálogo con éste. Las fórmulas de interactividad son las más determinantes a la hora de fidelizar al usuario y de crear, de esta manera, una imagen de marca más sólida.

Palabras clave: Comunicación - Medios sociales - Reputación - Análisis de sentimiento - Medición

MEDIOS DE PROXIMIDAD: LAS EMISORAS MUNICIPALES DE ANDALUCÍA ANTE EL RETO DE INTERNET

AUTORA

Victoria Gabilondo

Universidad de Málaga (España)

taquile@uma.es

Las Emisoras Municipales de Andalucía constituyen hoy en día como una plataforma esencial de las dinámicas de la información y de la comunicación de proximidad, promoviendo un servicio público y dinamización de la ciudadanía. En especial en el fortalecimiento del tejido social en aquellas zonas históricamente aisladas o débilmente integradas de la región. Esta experiencia ha configurado el Mapa de las Emisoras Municipales en Andalucía (2015) convirtiéndola en una de las experiencias más importantes de radios públicas locales en el país. Analizaremos el estado de las 314 licencias otorgadas a municipios y su incidencia en Internet.

En la actualidad, es evidente el progreso y transformación social que ha experimentado la sociedad andaluza y también las acertadas medidas democráticas que incidieron en una más eficiente articulación de su territorio e integración a nuevos mercados. Lo que ha permitido la adopción de políticas más eficientes encaminadas al equilibrio y la vertebración territorial. No cabe duda que las múltiples iniciativas políticas puestas en marcha en estos años han contribuido a transformar la realidad cumpliendo muchos de los objetivos marcados.

El reto de las telecomunicaciones es primordial en las zonas rurales, donde se encuentran casi el cincuenta por ciento de las emisoras municipales en la región. Disminuir la brecha digital es clave en el contexto de los medios de proximidad y en la sociedad en general.

El reto de internet

La investigación realizada evidenció el interés creciente en el uso de las nuevas tecnologías, en la mejora de la interacción con sus usuarios, incorporando a nuevos públicos, en particular a una población joven usuaria de este medio, fomentando así una mayor participación activa en apoyo de la vertebración comunicacional y fortalecimiento democrático en la región.

Internet y las redes sociales on-line amplían el contacto y la retroalimentación de las emisoras municipales con sus públicos, a través de las diferentes herramientas que permiten incorporar video, imágenes, chats, foros, etc. El medio permite que su incidencia vaya más allá de lo local, globaliza su comunicación. Una globalización de interés para estos medios de proximidad, según las valoraciones recogidas en el trabajo.

Presentamos el uso que se hace de Internet por las E.M., centrándonos en las Web/blogs, Facebook y Twitter. Incidiendo en la identidad visual, frecuencia y tipologías de contenidos y participación e interacción con los usuarios.

Investigación realizada en el Laboratorio de Comunicación y Cultura, grupo de investigación COMandalucía de la Universidad de Málaga. Proyecto de Excelencia de la Junta de Andalucía P118100, concluido en Junio 2015.

Palabras clave: Emisoras municipales- Radios públicas- locales - Medios proximidad- Internet- Redes sociales online

ANÁLISIS DE LAS CUENTAS DE TWITTER DE LOS PRINCIPALES CANDIDATOS A LA PRESIDENCIA DE ARAGÓN DURANTE LA CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS DE 2015

AUTORA

Carmela García Ortega
Universidad San Jorge de Zaragoza (España)
cgarcia@usj.es

La presente investigación forma parte de la actividad del grupo de investigación “Comunicación, Periodismo, Política y Ciudadanía”, reconocido como consolidado por el Gobierno de Aragón y financiado por éste (código S-101).

El trabajo propuesto se enmarca en el ámbito de la comunicación política y, más concretamente, en la línea de las investigaciones que pretenden conocer el uso que los políticos hacen de Twitter en campaña electoral. La investigación se centra en el ámbito aragonés y analiza las cuentas de los cabeza de lista de los partidos más votados en las pasadas elecciones autonómicas del 24 de mayo de 2015: Luisa Fernanda Rudi (Partido Popular), Javier Lambán (PSOE) y Pablo Echenique (Podemos).

La metodología utilizada en la investigación es el análisis de contenido cuantitativo. Mediante la aplicación de un código de análisis a todos los tweets publicados por los tres candidatos entre el 8 y el 24 de mayo de 2015 se pretende descubrir, por un lado, si Rudi, Lambán y Echenique utilizaron Twitter para dialogar con otros usuarios de esta red social y, por otro lado, cuáles fueron los temas más presentes en las cuentas de los tres políticos. Es decir, interesa descubrir si los candidatos objeto de estudio utilizaron Twitter como “tablón de anuncios” de sus actos de campaña o si, por el contrario, aprovecharon la capacidad dialógica de esta red social. Asimismo, se pretende averiguar cuáles fueron las cuestiones de las que más se ocupó en Twitter cada uno de los candidatos durante la campaña y si esos temas coinciden, o no, con los asuntos que, según las encuestas de opinión, más preocupan a los ciudadanos.

Palabras clave: Comunicación política – *Twitter* – Elecciones autonómicas 2015 – Aragón

ANÁLISIS DE LA INTERACTIVIDAD EN LAS NUEVAS PLATAFORMAS DE LAS TELEVISIONES AUTONÓMICAS DE NUEVA GENERACIÓN

AUTOR

Manuel García Torre
Universidade da Coruña (España)
manuel.garcia.torre@udc.es

Los medios de comunicación tradicional se han tenido que adaptar, por un lado, a los caminos a la hora de difundir sus contenidos y por otro, a la transformación de la audiencia. Con la aparición de Internet y los dispositivos móviles, se ha pasado de una pantalla a la multipantalla, de una audiencia pasiva a una audiencia activa y de ver lo que la tv emite en un momento concreto, a elegir lo que se quiere ver, donde y cuando el usuario quiera.

En esta investigación se plasman las herramientas interactivas que se le ofrecen a la audiencia en las nuevas plataformas, esto es, páginas web y aplicaciones móviles de las televisiones autonómicas de nueva generación, que son las que se han puesto en marcha durante el año 2000 y a partir de este: Televisión de Castilla-La Mancha, IB3 Televisió, Aragón Televisión, Televisión del Principado de Asturias, Televisión Región de Murcia y Canal Extremadura. Todas ellas forman parte de Forta (Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos) a excepción de Canal Extremadura que firma acuerdos puntuales con esta Entidad.

La metodología desarrollada utiliza técnicas cuantitativas realizando un análisis formal de las páginas web y aplicaciones móviles objeto de estudio, utilizando una ficha diseñada por el autor donde se profundiza sobre las opciones de interactividad en las nuevas plataformas. Dicha ficha está compuesta por ítems como “Comunidad virtual”, “Disponibilidad de blogs”, “Posibilidad de hacer comentarios”, “Valorar”, “Compartir noticias, vídeos,...”, “Encuestas” o “Formulario de contacto”.

Las televisiones analizadas cuentan en sus páginas web y aplicaciones móviles con herramientas interactivas, pero son pocas las que hacen una apuesta clara por el nuevo papel de la audiencia. En los portales web, todas ofrecen forma de contacto con la Corporación pero son escasas las que permiten que el usuario envíe contenido como textos, fotografías o vídeos.

Las televisiones autonómicas de nueva generación, tienen por delante el reto de adaptarse a las demandas de los usuarios en las nuevas plataformas.

Palabras clave: Páginas web – Aplicaciones móviles – Televisiones autonómicas – Interactividad

PERFIL DE LOS PERIODISTAS DIGITALES EN ECUADOR. ESTUDIO DE SEIS DIARIOS NACIONALES DE INFORMACIÓN GENERAL EN SU VERSIÓN DIGITAL

AUTORA

Mayra Paola Gonzales Córdova
Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)
mpgonzales@utpl.edu.ec

El presente trabajo tiene como objetivo conocer el perfil del periodista digital en Ecuador, su rol, características, formación, conocimientos, manejo de contenido y uso de herramientas Web 2.0; para ello se ha estudiado como referencia el caso de seis diarios de circulación nacional de Ecuador que cuentan con una versión digital: *El Universo*; *El Comercio*; *La Hora Nacional* y *Regional*, *El Telégrafo*, *Expreso* y *Extra*.

La investigación es de tipo cuantitativa y cualitativa, la técnica que se utilizó para recoger los datos fue la encuesta estructurada, que permitió conocer a profundidad el perfil del periodista: conocer datos sobre perfil socio laboral, características ocupacionales, ocupación y autonomía, valoración de las metas organizativas, y capacidades deseables o recomendaciones.

Además, se utilizó la técnica de revisión bibliográfica y la entrevista en profundidad, dirigida a periodistas, líderes de opinión en el manejo de las nuevas tecnologías y docentes universitarios.

De los periodistas encuestados de los medios de comunicación en su versión digital, *El Universo*, *El Comercio*, *La Hora Nacional* y *Regional*, *El Telégrafo* y *Expreso* y *Extra*, el 96% afirman haber estudiado Comunicación Social y un 4% No.

Sobre su formación de cuarto nivel todavía sigue siendo un tema pendiente en entre los periodistas digitales encuestados, así lo refleja los resultados que muestra un 84% que no ha realizado un postgrado y el 16% que está realizando sus estudios de nivel de postgrado.

Los motivos por los que los periodistas hoy trabajan en el área digital, según lo confirman los resultados de los medios investigados: el 41% está por aspiraciones propias, seguido muy de cerca de un 33% que afirma porque los designaron a estas tareas, el 14% para ingresar en la empresa, un 8% porque dominaba la materia y el 4% afirma que por necesidad de aceptar el trabajo.

Existe una equidad de género en el ejercicio del periodismo digital un 53% de los profesionales son de género masculino y el 47% es femenino.

Palabras Clave: Periodismo digital -Tecnologías - Perfil - Convergencia - Perfil profesional

APORTES TEÓRICOS QUE CONCEPTUALIZAN A LAS REDES SOCIALES DE CONOCIMIENTO Y A LAS REDES SOCIALES INTERORGANIZACIONALES COMO ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES INNOVADORAS

AUTORA

Lorena Beatriz Gutiérrez González
Universidad del Zulia (Venezuela)
ggutierrez@fec.luz.edu.ve

Frente a la conceptualización vaga de las redes sociales, en esta investigación, se procuró analizar los aportes teóricos que conceptualizan a las redes sociales de conocimiento y a las redes sociales interorganizacionales como estructuras organizacionales innovadoras. Para ello, se recurrió al método hermenéutico y a la técnica de análisis cualitativo de contenido.

Con base en lo antes expuesto, se señaló que las *redes sociales de conocimiento*, se revelaron como aquellas sustentadas en la confianza y en la existencia de intereses comunes para el mejoramiento de la implementación de soluciones, en los procesos productivos que se desplegaron entre la academia y los sectores empresariales e industriales, a los fines de transmitir un conocimiento que se encontraba en una fase previa a la innovación. Pudo inferirse, que en sí mismas, representaron el modo natural en que los actores latinoamericanos, se asociaron para optimizar la implementación de soluciones a partir de conocimientos que no fueron necesariamente innovadores, y además, sin que ocurriese la transferencia de tecnología (Casas, 2001). Por ello, las redes sociales de conocimiento, se distinguieron como una innovación social que persiguió el intercambio de conocimiento en fase previa a la innovación, a través de la vía tácita de asociación entre actores, para auspiciar, en fases posteriores a su origen y desarrollo, la implementación de soluciones tecnológicas, en contextos socioproductivos desestructurados.

Del mismo modo, se derivó que las *redes sociales interorganizacionales*, constituyeron una forma institucional de gobernanza de las relaciones recurrentes de intercambio económico entre actores (Ebers, 2002). Dichas relaciones, sustentadas en la confianza, implicaron una coordinación bilateral de planes y actividades. Según el estudio, la naturaleza de esta red, varió en función de su solapamiento con los otros mecanismos de gobernanza, a saber, el mercado y la empresa. Dicho solapamiento, se determinó por la elección que hicieron los actores de los contenidos que se intercambiaron y de la naturaleza de los vínculos que se establecieron. Lo anterior, convirtió a la red social interorganizacional en una estructura singular, cuya naturaleza varió según la elección que hicieron los actores de los contenidos que se intercambiaron y del tipo de vínculos que se establecieron para la transferencia tecnológica, necesaria en la etapa de implementación de la solución tecnológica. De esta forma, este segundo tipo de red social, se reveló como una innovación organizacional que persiguió agilizar la innovación tecnológica en contextos socioproductivos estructurados.

Para concluir, se afirmó que en contextos desarticulados, las redes funcionaron desde lo tácito e informal, mientras que en contextos estructurados, lo explícito y formal tomó cuerpo. Por ello, se consideró que la perspectiva sociológica de las redes sociales de conocimiento, privó como andamiaje teórico para el abordaje de los vínculos entre la academia, la empresa y la industria en nuestra realidad, pues, la forma desestructurada de dichas redes, se adecuó a las desarticuladas realidades socioproductivas latinoamericanas.

Palabras Clave: Redes sociales – Sociología - Teoría Económica - Administrativa - Países Latinoamericanos - Países desarrollados

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA ELABORACIÓN DE UN ARTÍCULO CIENTÍFICO ATRAVÉS DE PÍLDORAS DEL CONOCIMIENTO

AUTORAS

Begoña Gutiérrez San Miguel y M^a Isabel Rodríguez Fidalgo

Universidad de Salamanca (España)

bgsm@usal.es y mrfidalgo@usal.es

Las revistas de investigación científica se han constituido en uno de los elementos determinantes en el proceso de transferencia de resultados en la investigación, a la par que medidores de la producción científica. La forma y manera de transferir los citados resultados está sujeta a unas normas de publicación que en ocasiones los investigadores o desconocen o les resultan de difícil plasmación. En la actual investigación se presenta el proceso de realización de “píldoras del conocimiento”, con el fin de ilustrar las fases de un artículo científico en la búsqueda de la transferencia de los resultados de manera correcta y aceptable.

La incorporación de los materiales resultantes se alojó en diversos portales institucionales y en redes sociales. La integración en ellos tenía como finalidad la visibilidad de la tarea universitaria a la par que el fomento de su función como fuente de información creadora del conocimiento y divulgadora académica, científica y cultural. Se unen, por tanto, la institución de enseñanza superior y los contenidos que genera, mediante la aplicación iTunes U un portal que mantiene la identidad corporativa de cada una de las Universidades, convirtiéndose en un espacio de búsqueda preferente de información y de fuentes especializadas, investigadoras y profesionales; las revista de investigación científica, Fonseca Journal of Communication, vinculada a la Universidad de Salamanca, como vehículo de transferencia de resultados de la investigación; y las redes sociales de uso común por parte de usuarios e investigadores.

Los objetivos específicos perseguidos han sido varios tales como; planificar, diseñar y poner en práctica herramientas que permitan desarrollar contenidos activos, analizar la influencia que tiene el desarrollo de este tipo de instrumentos y herramientas de evaluación en el incremento del aprendizaje del alumnado universitario y en la mejora de su rendimiento académico. La búsqueda de nuevas capacitaciones de los docentes con la utilización de diferentes métodos y técnicas de aprendizaje de acuerdo a sus áreas. Enseñar a los alumnos el uso de diferentes métodos y técnicas de aprendizaje de acuerdo con los conceptos de investigación acción. O dotar de herramientas y habilidades en la transferencia de resultados en el proceso de investigación para llevar a cabo un buen artículo de investigación científica, a la comunidad académica. La metodología utilizada de índole cualitativa se basó en el modelo de investigación acción, con la participación colaborativa entre alumnos y profesores compartiendo información y generando contenidos para la mejora docente e investigadora.

Los resultados obtenidos arrojan indicios que potencian la continuidad en el aumento de píldoras del conocimiento que ahonden más en el proceso de creación de un artículo científico. Es el resultado de un proyecto financiado de Innovación, incluido en el Plan Estratégico General 2013-2018 de la Universidad de Salamanca.

Palabras clave: Píldoras del conocimiento - Investigación- Innovación - Redes - Revista científica

LA INTERACCIÓN COMO FACTOR DE ÉXITO DE UN CIBERMEDIO: EL CASO DE SEGRE.COM

AUTORES

Francisco José Hernández Soriano y Eduard Cristóbal Fransi

Universidad de Lleida (España)

paco.hernandez@udl.cat y ecristobal@aegern.udl.cat

El estudio de la calidad percibida, tanto en negocios tradicionales como en negocios virtuales, ha tenido un gran recorrido y se ha aplicado en campos muy diversos. Parasuraman et al. (1988) desarrollaron un modelo original de estudio de la calidad percibida llamado SERVQUAL. Estos mismos autores desarrollaron posteriormente E-S-QUAL, una escala de medida que utiliza una serie predeterminada de ítems para determinar la calidad percibida por los servicios realizados en negocios online mediante sitios web (Parasuraman et al., 2005). A lo largo del tiempo, dicho modelo se ha ido complementando y ampliando su horizonte de posibilidades con el objetivo de mejorar el establecimiento virtual y conseguir un mayor número de ventas. Autores como Yang y Tsai (2007), Flavián y Gurrea (2006; 2009), Cristóbal et al., (2007), o Petnji et al. (2012) llevan a cabo el desarrollo de diferentes modelos en base al uso de la escala E-S-QUAL para determinar factores influyentes en la calidad percibida.

Si nos centramos en los estudios sobre la calidad percibida del servicio prestado por un cibermedio, encontramos los trabajos de Codina (2006), Rodríguez et al., (2010 y 2012) o Hernández-Soriano y Cristóbal, (2013) que parten de un primer análisis de los recursos digitales en línea donde comienza a identificar una serie de términos y características como futuros indicadores para determinar la calidad del diario online que se pretende estudiar.

A partir de las investigaciones realizadas en el campo del periodismo digital por autores como, Massey y Levy (1999), Kawamoto (2003), Salaverría (2005), Flavián y Gurrea (2008), Cebrián (2009) y Brockhuzen y Hoffman (2012), entre otros, obtenemos una nueva dimensión a la hora de tener en cuenta la calidad percibida por los internautas que consultan portales de información: la interacción, donde el cliente deja de ser un sujeto pasivo que se limita únicamente a comprar e incluso puede participar en el desarrollo del producto final.

Así pues, el principal objetivo de nuestra ponencia es el desarrollo de una escala de medición de la calidad percibida en Cibermedios (e-SQ-MEDIA), donde se introduce como novedad la dimensión de interacción. Para el planteamiento del modelo se parte de una extensa revisión de la literatura existente en las dos áreas de conocimiento. A continuación se realizó un trabajo de campo a una muestra de conveniencia donde se obtuvieron 211 respuestas a través de un cuestionario online aplicado a un diario online: SEGRE.COM. El modelo resultante sugiere que la calidad del servicio en un cibermedio se define por un constructo formado por cuatro dimensiones: eficiencia; disponibilidad del sistema; fiabilidad y privacidad; e interacción. Posteriormente, y después de los análisis factoriales y los índices de ajuste pertinentes validados a través de ecuaciones estructurales, se concluye que la interacción no sólo influye en la calidad percibida sino que, además guarda una alta relación con los ámbitos de eficiencia, fiabilidad y privacidad.

Palabras clave: Comunicación 2.0 - Cibermedio - Periodismo digital - Calidad percibida - Portal de información

COMUNICACIÓN DE RIESGO Y REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE TWITTER EN LA CRISIS DEL ÉBOLA

AUTORA

Nahia Idoiaga Mondragón

Universidad del País Vasco (España)

nahia.idoiaga@ehu.es

En la “sociedad del riesgo” de U. Beck, crece la investigación sobre la comunicación de riesgo en crisis. Aumenta en revistas referenciales como *Risk Analysis* (JCR) y revistas como *Journal off Communication in Healthcare* (diciembre 2014 sobre el Ebola) ganan influencia (Scopus). La comunicación ocupa ya un lugar central en la investigación sobre la percepción social y la gestión pública de los riesgos, y la comunicación digital de la misma es un hecho de relevancia sin igual que debe de ser investigado.

El objetivo principal de esta investigación es estudiar la comunicación de la crisis sanitaria del Ebola 2014-2015 en las redes sociales. Se quiere hacer especial hincapié en analizar la credibilidad y confianza en los medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales. También se analizará la transformación de las representaciones sociales creadas por la comunicación de crisis en las nuevas redes sociales y sus implicaciones.

Como hipótesis, se espera que el discurso de redes sociales (Twitter), gracias a su naturaleza interactiva, cree una comunicación directiva y crítica. Entre las ideas críticas destacarán los procesos de falta de credibilidad hacia gobiernos y medios de comunicación tradicionales. Se tenderá a culpabilizarlos por la mala gestión informativa en las crisis sanitarias. Además se espera que los hábitos de consumo y opinión sobre los medios también realcen esta falta de confianza.

Para ello se analizarán 28.760 tweets escritos en España sobre el Ebola desde el 1 de agosto hasta el 15 de Noviembre del 2014. El contenido se analizará mediante el software para el análisis lexical Alceste. También se preguntará a 294 personas (76.2 % mujeres, $M_{edad} = 32.38$; $DT = 15.75$) sobre sus hábitos para informarse en las crisis sanitarias.

Los resultados indican para empezar que hubo una fuerte concordancia en la cantidad informativa entre los medios tradicionales y las nuevas redes sociales. Aún así las nuevas redes sociales presentan una forma de comunicación mucho más directiva y por ello las opiniones críticas fueron más abundantes. Entre estas opiniones críticas cabe destacar la falta de credibilidad y confianza y reproches hacia los medios tradicionales en la cobertura de las epidemias sanitarias, acusándolos de hacer un uso interesado del miedo de la gente. Las encuestas sobre hábitos de consumo también revelan que la gente cree que en el caso de las epidemias sanitarias los medios tradicionales exageran y sensacionalizan la información, aun así los medios tradicionales siguen siendo la fuente principal de información, ya que la falta de credibilidad y las sospechas hacia los medios digitales también son abundantes. Finalmente se discuten las implicaciones sociales de los resultados y la importancia de la nueva era de comunicación digital en futuras crisis sanitarias.

Palabras clave: Comunicación de riesgo - Ébola – Redes Sociales – Twitter – Mass Media

LAS IMÁGENES DE TWITTER EN LA COBERTURA PERIODÍSTICA. EL CASO DE #ARDEVALENCIA

AUTORA

Amparo López Meri

Universitat Jaume I de Castellón (España)

meri@uji.es

Los periodistas han incorporado el uso de Twitter a sus rutinas profesionales, tanto para promocionar sus contenidos, como para buscar información y localizar fuentes. Por otra parte, los usuarios recurren a esta red social para comentar la actualidad periodística. En este afán por aportar su punto de vista, los usuarios también publican datos, fotografías y vídeos relacionados con las noticias. Esta ponencia trata de evaluar si las imágenes y contenidos multimedia asociados a un *hashtag* de interés periodístico resultan útiles para el periodista encargado de la cobertura de un suceso imprevisto. Para abordar este propósito, mediante las técnicas del análisis de contenido cuantitativo y cualitativo, se analizan las fotografías y vídeos vinculados a #ArdeValencia, etiqueta que alude a los incendios forestales que en 2012 arrasaron 50.000 hectáreas en Valencia (España).

Entre las principales conclusiones, se detecta que las fotografías suelen resultar informativas, aunque se publican sin contexto suficiente, lo que implica la necesidad de contactar con los usuarios que las difunden, para verificar su origen y valorar su importancia. En menor medida, las fotografías también acuñan memes negativos sobre el presidente del Gobierno Mariano Rajoy, muy criticado en Twitter por no visitar los terrenos quemados. En este sentido, las fotografías pueden contribuir a la construcción de estados de opinión y la localización de tendencias, en consonancia con el concepto de periodismo ambiental.

Por otro lado, se constata el potencial de Twitter como altavoz para colectivos ciudadanos. En concreto, se aprecia que los damnificados por los incendios, organizados en una plataforma, recurren a Twitter para la difusión en vídeo de sus asambleas, que también retransmiten en *streaming*. Los vecinos afectados por el fuego utilizan muy activamente el *hashtag* #ArdeValencia para plantear sus demandas y cuestionar los recortes en prevención de incendios acometidos por el Gobierno valenciano, entonces presidido por el Partido Popular.

Palabras clave: Twitter - Periodismo Ambiental - Fotografía - Vídeo - #ArdeValencia

RECLUTAMIENTO 3.0: EL USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL PROCESO DE CAPTACIÓN, RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN DE LAS PERSONAS

AUTOR

Richard Mababu Mukiur

Universidad a Distancia de Madrid (España)

richard.mababu@udima.es

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC) están posibilitando a las empresas utilizar las redes sociales para encontrar a los candidatos que necesitan; pero al mismo tiempo, las TIC les están ayudando también a identificar potenciales personas con talento que podrían interesarla empresa en el futuro. En este sentido, el **reclutamiento 3.0** considera que cualquier persona es un potencial candidato que puede convertirse en el empleado de la empresa en el futuro; y se centra en construir las comunidades en red para identificar y reclutar a los candidatos y a construir al mismo tiempo una reputación corporativa de la empresa.

Las redes sociales como *LinkedIn, Facebook, Twitter, Xing, Hi5, Myspace, Orkut, Bebo,...* están ganando popularidad en las empresas como fuentes para mejorar su reputación corporativa y para facilitar el reclutamiento y captación de los mejores candidatos. Además, las empresas están incrementando su presencia en las principales redes sociales, así como en el uso de vídeo en Youtube, en blogs, websites para buscar candidatos con talento y mejorar la imagen de la empresa. Este estudio analiza las actitudes de los 416 directivos y de profesionales de recursos humanos en España que utilizan las aplicaciones asociadas a Internet y las redes sociales para el reclutamiento y selección de los trabajadores, así como para crear la reputación corporativa de la empresa. El 57% de los participantes son hombres y el 43% son mujeres. La edad media de los participantes ha sido de 33 años (la edad oscila entre 26 y 65 años). Los participantes proceden de diferentes sectores como comunicación, marketing, tecnología, turismo, banca, transporte, etc. Un cuestionario 26 *items* sobre reclutamiento, selección y reputación corporativa en las redes sociales ha sido utilizado como principal herramienta para la recogida de datos. Las frecuencias y porcentajes y técnicas de *ranking* han sido empleados como técnicas para el análisis de datos.

Los resultados muestran que la mayoría de participantes (91%) afirman que sus respectivas empresas están utilizando activamente las redes sociales no solamente para identificar, captar y reclutar a los candidatos que necesitan sino también las están utilizando para crear o reforzar la reputación corporativa de sus empresas. Las redes sociales se han convertido en un "escaparate" tanto para las empresas como para los buscadores de empleo. El 76% de los encuestados afirman que sus empresas utilizan *LinkedIn, Xing and Facebook* como las principales redes sociales para el reclutamiento, selección y también para construir la reputación corporativa.

Además de las formas tradicionales de reclutamiento y selección de los candidatos, las empresas han encontrado en las redes sociales un fuente potencial para construir la reputación corporativa y para captar, reclutar y seleccionar los candidatos que necesitan. Algunas reflexiones sobre el uso de las redes sociales en las empresas han sido abordadas; asimismo, este trabajo propone algunas líneas futuras de investigación sobre este tema de este estudio.

Palabras clave: Reclutamiento 3.0 - Redes sociales - Internet - Reclutamiento - Selección - Reputación

¿HAN ADOPTADO LAS PYMES LA WEB 2.0? UN ESTUDIO DE LA INTERACTIVIDAD DE LA WEB CORPORATIVA EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS

AUTOR

Pedro Pablo Marín Dueñas, Carmen Lasso de la Vega y Juan José Mier Terán
Universidad de Cádiz (España)
pablo.marin@uca.es, carmen.lasso@uca.es, juanjose.mier-teran@uca.es

Las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTICS), como Internet, con la Web como máximo exponente, han transformado las formas de comunicación entre las empresas y sus públicos, proporcionando beneficios y ofreciendo nuevos modos, nuevos caminos y nuevas e innovadoras formas de interacción e intercambio de mensajes (Milojevic, Kleut & Ninkovic, 2013) para todos los sujetos implicados en el proceso comunicativo.

Este notable desarrollo de la tecnología Web ha hecho plantearse a los directivos, gerentes y propietarios de las pequeñas y medianas empresas, la necesidad de comunicar sus negocios a través del portal corporativo. Y esta importancia ha llevado a la proliferación, lenta pero constante, de PYMES que cuentan con página Web.

Debe tenerse en cuenta, que, en general, la pequeña empresa española no contemplaba la necesidad de la inversión en Comunicación. Una percepción que ha cambiado de manera casi radical y en muy poco tiempo, con la consolidación del medio Internet como el más importante y rentable recurso de Comunicación persuasiva, informativa y de ocio, que debe ser entendido desde esta vertiente tripartita con el fin de operar una gestión comunicativa eficaz y rentable para las PYMES.

De ahí que, ante la relevancia que este medio está adquiriendo para la Comunicación de las PYMES, se ha fijado como objetivo de esta investigación el análisis de portales web de pequeñas y medianas empresas, desde el punto de vista de la interactividad que las mismas ofrecen a la hora de facilitar las relaciones de estas organizaciones con sus públicos de interés. Tal y como apuntan Díaz et al. (2008) la interactividad se configura como un elemento básico, determinando la eficacia de la página Web, y facilitando a la organización y al usuario el acceso y suministro de la información.

Se han estudiado, a partir de la metodología del análisis de contenido, la presencia de las principales variables que hacen de las Webs sitios interactivos que fomenten unas mejores relaciones entre las PYMES y sus públicos. Además, se ha elaborado un índice para medir la eficacia de dichas Webs desde la perspectiva de la interactividad como aspecto estratégico en el diseño de la Comunicación empresarial digital de manera que se pueda definir si las Webs de las PYMES se han adaptado, o no, al entorno 2.0.

Palabras clave: Internet – Web – Interactividad - PYMES – Comunicación Empresarial

GENERACIÓN DE REPUTACIÓN EN LA WEB: UNA REFLEXIÓN SOBRE ESTRATEGIAS DE LIDERAZGO

AUTOR

Alberto Marques

Universidad Católica de Brasília (Brasil)

alberto.marques@gmail.com

El desarrollo de Internet y el aumento de la capacidad de acceder a múltiples tecnologías permitieron a un gran número de personas que produjesen y compartiesen información de su interés. Ellas han encontrado en Internet, concretamente en los servicios Web 2.0 (O'Reilly, 2005), una manera de compartir sus experiencias y conocimientos. Muchos de estos usuarios escriben todos los días "sobre nichos de conocimiento, muchas veces muy pequeños, sobre los que se enamoran y sobre los cuales se desarrolla un nivel de especialización difícil de ser igualado por muchos profesionales" (ALONSO, 2011, p. 8). Muchos de estos perfiles han desarrollado un alto nivel y reputación. En este contexto, nuestro artículo tiene como objetivo reflexionar y señalar aspectos de la dinámica adoptada por los líderes de la red. Más específicamente, por medio de una extensa revisión de la literatura, se argumenta que ciertas personas/perfiles alcanzan altos niveles de reputación mediante rutinas y prácticas sistemáticas en las comunidades a las que pertenecen. Partimos de la idea rectora de que la reputación es generada por factores internos para la operación de los servicios web, externos de carácter técnico- mercadológicos y externos coyunturales.

Proponemos y problematizamos esta tipología, así como discutimos el concepto de reputación. Otro aspecto que se reflexiona en este trabajo son las métricas de medición de esta reputación. A continuación, ofrecemos herramientas para que los investigadores desarrollen estudios empíricos y métodos para construcción de muestras, la identificación de los usuarios y sus prácticas, así como evalúen el funcionamiento de estas dinámicas en diferentes servicios, principalmente porque creemos que son fácilmente observables en todo Medio social.

Palabras clave: Reputación – Web 2.0 – líderes – Internet

EL ROL DE LOS USUARIOS ADOLESCENTES Y JÓVENES EN LOS PERFILES DE MARCA EN REDES SOCIALES. EL CASO *COCA-COLA*

AUTORAS

Estrella Martínez Rodrigo y Lourdes Sánchez Martín

Universidad de Granada (España)

lourdessanchez@ugr.es

Los adolescentes y jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales. En estos entornos comparten contenidos, dialogan, interactúan y también siguen activamente a marcas de su interés. Por ello, el ámbito publicitario ha encontrado en dichas plataformas un entorno propicio en el que aproximarse más que nunca a sus públicos y, al mismo tiempo, humanizarse. No obstante, las reacciones de los más jóvenes a estos contenidos publicitarios son diversas: mientras que algunos las aceptan actuando como embajadores de marca, por el contrario, otros asumen una actitud más crítica. Por esta razón, el presente estudio tiene por objetivo clarificar los diferentes roles que asumen los usuarios españoles más jóvenes en los perfiles de marca en las redes sociales. Para ello, se realiza en primer lugar un recorrido por la literatura con la finalidad de profundizar en las actitudes y comportamientos de estos usuarios en las redes sociales. Al mismo tiempo, se analizan los diferentes roles que asumen dichos sujetos en estos entornos.

El posterior estudio empírico se centra en el perfil de marca de *Coca-Cola* en *Tuenti*, puesto que se trata de uno de los primeros perfiles españoles dirigido a los más jóvenes. A través del análisis de los comentarios se pretende establecer una categorización de los roles asumidos por estos usuarios en función de su comportamiento y actitud ante la marca. De manera añadida, se analizarán las posibles diferencias que se producen entre chicos y chicas, así como la actitud e influencia que ejerce el grupo, especialmente ante los usuarios más críticos.

Palabras clave: Redes sociales – Publicidad – Jóvenes – *Coca-Cola* – Roles

CONVERSACIÓN SOCIAL EN TWITTER Y EL PRINCIPIO DE PARETO. ¿PUBLICA EL 20% DE LOS USUARIOS EL 80% DE LOS MENSAJES?

AUTOR

Xabier Martínez Rolán
Universidad de Vigo (España)
xabier.rolan@uvigo.es

El principio de Pareto, también conocido como regla del 80-20, toma el nombre del economista que lo acuñó: Vilfredo Pareto. En sus estudios, estableció que el 80% de las propiedades en Italia eran poseídas por el 20% de los italianos. Se aplica a la economía, a los negocios y a la industria del software con éxito, donde es posible hallar esta proporción distributiva entre dos atributos relacionados.

Este artículo aplica el principio de Pareto a la conversación social en Twitter a través del uso de hashtag, elemento aglutinador de la relación social y elemento indisociable a los temas de interés en la red de microblogging, un lugar donde pueden participar usuarios sin aparente relación entre sí.

Para ello, se ha efectuado una captura de la conversación social alrededor de los principales hashtags promovidos por los principales partidos políticos en Galicia durante las elecciones municipales, acotando la muestra temporalmente a mayo de 2015.

Mediante un estudio empírico cuantitativo se tratará de comprobar si el 20% de los usuarios genera el 80% de la conversación alrededor de un tema de interés en Twitter, pudiendo emplear de este modo el principio de Pareto como un primer filtro para la identificación de influenciadores en redes sociales.

Palabras claves: Principio de Pareto - Twitter - Hashtags - Influenciadores

FACTORES DE INFLUENCIA EN LA INTERACCIÓN CON LOS *BLOGS* DE MODA

AUTORA

Mónica Matellanes Lazo

Universidad Europea Miguel de Cervantes (España)

mmatellanes@uemc.es

Con el nacimiento de la Web 2.0, todo el mundo de la comunicación e internet ha cambiado sustancialmente. Lo mismo sucede en el campo de la moda. Hace tan sólo escasos años, la única forma de encontrar información sobre las últimas tendencias era a través de reportajes en revistas especializadas de moda, programas de televisión o en la propia pasarela. Sin embargo, en la actualidad, han surgido un gran número de nuevos soportes que nos ofrecen información casi instantánea sobre las novedades del mundo textil.

En este ámbito destacan especialmente el surgimiento de los blogs de moda. Su ventaja fundamental es el *feedback* y la interacción existente entre el creador de contenidos y el lector, lo que propicia un intercambio de conocimientos entre ambos. Actualmente, cualquier persona puede ser dueño de un blog y relatar sus experiencias personales, ya no es necesario ser una persona popular para influir sobre otras personas.

Tanto es así, que son muchas las empresas que utilizan estas herramientas para estar en contacto continuo con sus clientes e informar y vender sus productos. Todo esto ha supuesto una revolución comunicativa y publicitaria, pues permite un feedback directo y continuo, tanto con los clientes actuales como los potenciales (Fernández Crespo, 2007). De esta forma, los usuarios se han convertido en una parte fundamental de internet, ya que no sólo se limitan a recibir información sino que también proporcionan contenidos.

Según Martínez Caballero y Vázquez Casco (2006) la red puede desempeñar diversas funciones al servicio de una firma de moda. Puede servir para tres funciones principales: difundir el sector, vender productos, y generar opinión y consumo. Actualmente, se detecta una situación extraordinaria al que muchos expertos ya denominan el sexto poder. Para muchas empresas los blogs son herramientas simples de implementar y leer, son dinámicos y al mismo tiempo usan un lenguaje fresco que permite llegar a audiencias muy segmentadas, manteniendo el contacto real con los consumidores (Mayordomo, 2001).

Es importante tener en cuenta un principio básico que es que la moda está hecha para pasar de moda (Chanel, 1947), o lo que es lo mismo, no se puede concebir la moda sin cambios. La moda es un proceso temporal que está sujeto a los diversos cambios que puedan darse en la sociedad, la cultura, la economía, la política. Estos cambios pueden ser más o menos lentos, pero todos ellos influyen en la moda, por lo tanto, se considera la moda como un proceso dinámico que está en constante evolución. En este sentido, la moda también puede consumirse y seguirse a través de las nuevas plataformas digitales y además participar en Blogs reconocidos que en la presente investigación se someterán al análisis por parte de varios internautas en la red, y así conocer los factores de influencia para sentirse integrante de una comunidad bloguera.

Palabras clave: Interacción Digital – Web 2.0 – *Blog* – Comunicación – Marketing – Contenidos

EQUIDAD DE GÉNERO Y TICS: NUEVAS DINÁMICAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA GLOBALIZACIÓN. LOS CASOS DE “MUJERES CON PODER” Y “MAMAQUILLA”

AUTORA

Carmen Rosa Mendívil Calderón

Universidad del Zulia (Venezuela)

cmendivil@atlantico.gov.co y kamo.mendivil@gmail.com

Como fenómeno que deviene de la Globalización, las interacciones que generan las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicaciones -TIC-, van marcando tendencias sobre las formas de relación entre las personas, con el alcance de éstas en diferentes territorios que van configurando nuevas sociedades y ciudadanías. Dentro de estas tendencias, se demarcan nuevas experiencias sociales que se impulsan a través de las redes sociales y la internet, para generar impacto y movilización social a partir de prioridades poblacionales, como por ejemplo, las cuestiones sobre la defensa y promoción de los derechos de las mujeres y la equidad entre los géneros. El presente documento, analiza el caso de dos iniciativas desde las redes sociales: “Mujeres con Poder” que trabaja contra el acoso callejero hacia las mujeres y “Mamaquilla” que impulsa la lactancia materna y el poder dar pecho en el espacio público sin vergüenza, ambos movimientos iniciados en la ciudad de Barranquilla, Colombia, y que desde hace un año, vienen generando movilización de la ciudadanía con eventos emblemáticos en la ciudad.

Podría pasar desapercibido el hecho de que mujeres y hombres se organicen desde una plataforma web para trabajar en conjunto por una preocupación que les rodea, pero las implicaciones de este hecho demarca sin lugar a dudas, unas nuevas dinámicas de ejercicio de ciudadanía, de control social y de posicionamiento de agendas públicas y mediáticas en una ciudad. Es decir, podría decirse que este fenómeno permite evidenciar un nuevo concepto incluso de ciudadanía, en la que se establecen puntos de encuentro desde el plano virtual animado por una necesidad de universalización de formas de ejercer la ciudadanía por fuera de los mismos Estados-nación. Por ello, una pregunta guía este documento: ¿Cómo podrían generar impactos en la reconfiguración de estereotipos de género, las iniciativas a través de las redes sociales para dialogar de forma global sobre la situación de las mujeres y la equidad entre los géneros?, ¿estamos invitados/as a presenciar el surgimiento de nuevas ciudadanías digitales con propósitos reivindicativos a favor de la justicia y equidad social?.

En este sentido, este documento analiza los casos de Mamaquilla y Mujeres con Poder, para hilvanar los temas de las TIC como producto de la Globalización, identidades y ciudadanías emergentes a partir de las nuevas dinámicas sociales, y un hecho vinculante, el tema de la equidad de género y la promoción y defensa de los derechos de las mujeres, como punto de inflexión de la sociedad, que decide replantear los roles sociales de género que tradicionalmente han permeado las relaciones sociales entre hombres y mujeres especialmente en el Caribe Colombiano.

Palabras Clave: TIC - Equidad entre los géneros - Globalización – Identidades - Ciudadanías

**LA UNIVERSIDAD COMO INSTITUCIÓN DE FRONTERA:
PROSUMIDORES, FANSUMIDORES Y PROAMS. ESTUDIO DE CASO:
FANDOBLADORES, FANSUBTITULADORES Y FANJUGADORES**

AUTOR

Joan Miquel Vergés
Universidad de Vigo (España)
jmv@uvigo.es

En determinadas ocasiones el mundo científico es visto como un mundo aparte. Un mundo en el que el trabajo científico se elabora al margen de la vida real y de sus actores. Esta concepción de la ciencia dista mucho de la relación que se establece actualmente en nuestra sociedad entre productores, consumidores, profesionales y amateurs (aficionados o fans). Las nuevas tecnologías propician y fomentan el diálogo entre ellos, haciendo que el consumidor pase de pasivo a activo; llegando incluso, a veces, a equipararse los unos con los otros. Ello ha dado lugar a la aparición de nuevas figuras de relevancia para todos los actores involucrados, como son los “prosumidores” (consumidores que se comportan como *productores* y/o *profesionales*) o los “fansumidores” (consumidores que se comportan como *fans* del producto). En este contexto, los prosumidores y fansumidores no requieren legitimización social, académica y/o económica para “publicar y aplicar” sus ideas; y, de alguna manera, se han convertido en los nuevos “jueces” del mercado. Esta interacción entre entidades diferentes se hace posible teniendo como intermediario las redes sociales, las comunidades virtuales, los foros digitales, etc.; los media digitales, en definitiva. El consumidor utiliza y necesita estos medios para implicarse en su manera de consumir, en la mejora de productos y servicios; y también para desarrollar un sentimiento de pertenencia a su comunidad, a su red social, entre otros.

Si el siglo XX estuvo marcado por el acceso de “profesionales certificados” producidos por universidades y escuelas técnicas, todo hace pensar que el siglo XXI estará marcado por el surgimiento de aquellos que sienten que no necesitan un sello oficial de una institución acreditada para proclamar su competencia y deseo de crear “algo bueno y útil” en sus vidas. El conocimiento es cada vez más asequible gracias a Internet; y, estos nuevos “amateurs profesionales”, los “proams”, están resolviendo una escasez histórica de recursos profesionales en todos los ámbitos. Estos amateurs apasionados, fanáticos, potencializados por la tecnología y conectados entre sí, están remodelando los negocios, la política, la ciencia y la cultura.

De la misma manera que productor y consumidor se están aliando para mejorar productos y servicios, la ciencia actual debería poseer también una habilidad intrínseca para poder responder a los problemas del mundo y no separada ni del mundo ni de sus actores. Debería ser una ciencia responsable. Para ello quizás sería necesario repensar la universidad como una “institución de frontera”, mediando entre diversos mundos del conocimiento y co-creando espacios de aprendizaje y acción. Una institución que fomente y permita el diálogo y cohesión entre “el mundo de la ciencia” y “el mundo que no es ciencia”. Una universidad donde la ciencia, los intereses sociales y los intereses individuales se cogenen y coproduzcan.

A modo de ejemplo llevaremos a cabo un estudio de caso dentro del ámbito de la traducción multimedia, centrándonos en los dobladores, subtituladores y localizadores de videojuegos amateurs (conocidos normalmente como fandobladores, fansubtituladores y fanjugadores, respectivamente).

Palabras clave: *Prosumidor - Fansumidor - Proam - Institución de frontera - Traducción multimedia*

NUEVOS MODELOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA UNIVERSITARIA

AUTORES

Mariela del Valle Miranda y Susana Gladys Lahoz

Universidad Nacional de San Juan y Universidad Católica de Cuyo (Argentina)

marielamiranda@argentina.com y sulahoz@yahoo.com

La omnipresencia de las tecnologías de información y comunicación, en particular de internet, sumado al auge de las redes sociales, cambió la relación entre públicos y organizaciones. Las universidades, definidas en varias oportunidades como las organizaciones menos permeables a los cambios y más rigidizadas en sus prácticas internas, fueron atravesadas en su modelo comunicacional (e institucional) por usuarios que tienen el poder de conversar, interactuar e influir sobre otros usuarios y sobre la propia universidad.

El presente trabajo expone el surgimiento de una universidad virtual, no desde los campus destinados a tal fin, sino de las prácticas cotidianas; como una realidad paralela que refleja discursos y prácticas en no pocas veces desconocidas por la institucionalidad tradicional.

Cabe entonces repensar la función de la comunicación dentro de una organización universitaria para que resulte inclusiva de una doble vía de gestión: la real y la virtual. Este proceso disruptivo hace que convivan hoy en nuestras casas de altos estudios, por un lado, lo más tradicional y conocido en cuanto a formas y modelos para gestionar las relaciones con sus públicos a largo plazo y para contribuir al logro de sus objetivos; y por otro, la irrupción del entorno virtual en el interior universitario, junto al enorme desafío que representa la inclusión de todos los actores de la comunidad en este nuevo escenario.

Palabras clave: Comunicación universitaria – Gestión institucional – Modelos de comunicación

EXPERIENCIAS DIDÁCTICAS Y APLICACIONES DE LA TECNOLOGÍA BEACON EN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

AUTOR

Próspero Manuel Morán López
Universidad de Oviedo (España)
moranprospero@gmail.com

La presente década constituye el refrendo de las principales aportaciones que está haciendo la era educativa que **Weller** (2011) ha calificado "de la abundancia", por la profusión de recursos que ponen las TIC a nuestra disposición. Unos recursos que son evidentes, pero que aún presentan dificultades de uso por las incompatibilidades que señalan **Collins** y **Halverson** (2010) y que van surgiendo entre los colectivos que aprenden con las nuevas tecnologías y quienes lo hacen con estilos tradicionales. El uso de los entornos personales de aprendizaje (PLE) son un ejemplo de ello. Pero los avances tecnológicos van permitiendo, incluso, la adaptación de los docentes más conservadores al uso fluido de esos nuevos recursos, que muchas veces les son tan ajenos.

Una de las tecnologías de aparición más reciente y mayores capacidades de empleo en contextos educativos es la tecnología *Beacon*. Un *beacon* es un dispositivo con un tamaño semejante al de una moneda, que se alimenta con una batería tan diminuta como longeva (dos años de vida), que puede emitir por *Bluetooth*, hasta 50 y más metros de distancia, lo que lo convierte en un instrumento enormemente eficaz en un aula, aunque sus primeras aplicaciones se han diseñado en el área del marketing y sus desarrollos en el ámbito comercial.

Si nuestro alumnado instala en su *smartphone* un aplicación para Android o iOS, capaz de rastrear señales *beacon*, con el *bluetooth* de su móvil activado, sólo tiene que entrar en el aula para poder comenzar a recibir en su móvil, mensajes con información complementaria sobre la clase magistral a la que asista, previamente recopilada y organizada por el docente. Ese material didáctico puede además ser usado en contextos de debate y otros instrumentos didácticos previstos para impartir la docencia de que se trate.

Nuestra comunicación describe el proceso investigador y de diseño, así como las pruebas realizadas, para validar un modelo de uso de *beacons* en contextos académicos, empleado tanto para facilitar material de estudio para el alumnado, relacionado con la clase impartida o el taller desarrollado, como para gestionar la clase sin esfuerzo para el profesor. En nuestro modelo, el uso de *beacons* permite tanto confirmar la asistencia presencial al aula como gestionar la participación de cada alumno en las tareas propuestas durante el desarrollo de la actividad académica.

El modelo descrito consiste en una aplicación desarrollada para teléfonos Android, con implementación en otros sistemas operativos móviles, como el IOS de Macintosh, que usada en el aula permite las gestiones académicas referidas y una herramienta online que permite la gestión del sistema de forma sencilla y transparente para el docente, sin requerir ningún tipo de aprendizaje específico más allá del uso de la navegación web y del correo electrónico.

Palabras clave: Organización Académica – Comunicación digital – Humanidades digitales – Entornos Personales de Aprendizaje – Ecosistema educativo

JÓVENES, SMARTPHONES E INFORMACIÓN DIGITAL. PERCEPCIÓN SOBRE LOS DATOS PERSONALES A LOS QUE ACCEDEN, GESTIONAN Y CREAN CON SUS DISPOSITIVOS MÓVILES

AUTORES

Héctor Navarro Güere y Eulàlia Massana Molera

Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)

hector.navarro@uvic.cat y eulalia.massana@uvic.cat

El uso de dispositivos móviles permite estar constantemente conectados y disponibles. Estas dinámicas conforman nuevas dimensiones individuales, sociales, legales, etc. De esta interacción se generan datos digitales aparentemente aislados que conforman perfiles de personalidad y comportamiento. El uso masivo de los *smartphones* y tabletas, y las redes digitales por los cuales circulan tienen un efecto multiplicador sobre el alcance de su potencial uso. Los usuarios, en general, tienen poca idea sobre los datos que se están recopilando y mucho menos compartiendo.

Para algunos teóricos, la gestión de la protección de la privacidad no es suficiente cuando los usos de los datos masivos por terceros pueden revertir en la ingeniería del pasado, el presente e incluso futuras violaciones de la intimidad, la confidencialidad y la identidad (Cortes, Richards y King, Brown). En este contexto, la comunicación parte de la premisa que los usuarios jóvenes conocen y comparten información digital, y tienen familiaridad (conocimiento y comprensión) sobre la privacidad cuando usan sus teléfonos inteligentes y tabletas, principalmente; y en este sentido nos interesa:

1. Conocer el uso que hacen y el consumo de la comunicación móvil en la que se registran datos personales;
2. Cómo es su participación, sus prácticas y su confianza en las interacciones con sus dispositivos móviles y aplicaciones; y
3. Conocer el grado de concienciación sobre lo que terceros hacen con su información personal.

Las metodologías de investigación empleadas han sido dos: por una parte, una encuesta *online* sobre la percepción de los jóvenes acerca de la información personal a la que acceden, gestionan y crean con sus dispositivos móviles; y por otra parte, tres grupos de discusión para ahondar y matizar las opiniones de los jóvenes. En ambos casos el público de objeto de estudio fue: jóvenes de entre 18 y 32 años, residentes en Cataluña (España).

Entre las principales conclusiones destacan que la comunicación móvil genera una cantidad incalculable de información y causan un impacto cultural, económico, legal y social difícil de controlar y a menudo no percibido por los jóvenes. Existen una serie de cuestiones genéricas que afectan a la privacidad de los usuarios y que cobran especial relevancia entre los jóvenes como la preocupación de cómo ellos mismos y otros usan sus datos, su constante participación activa sin pensar en las consecuencias, cuyas cuestiones sólo afectan relativamente a su comportamiento frente a esta situación y no a su activa participación *online*.

Palabras clave: Datos – Información digital – Teléfonos móviles – Jóvenes – Privacidad

GESTIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO PARA LA INNOVACIÓN EN UNIVERSIDADES: APRENDIZAJE UBICUO COMO ESTRATEGIA

AUTORES

Adán Enrique Oberto Blanco y Grecia del Pilar Oberto Villalobos

Universidad del Zulia y Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza Armada Bolivariana (Venezuela)

aoberto20@gmail.com y aoberto@cantv.net

El objetivo de la investigación es reflexionar sobre el aprendizaje ubicuo como una estrategia de gestión social del conocimiento (GSC) para la innovación en instituciones universitarias en áreas de fronteras. El trabajo identifica referentes teóricos sobre la GSC e innovación social (IS) y describir algunas experiencias de aprendizaje ubicuo.

La sociedad del siglo XXI dinámica y compleja, exige un nuevo contrato social entre las instituciones productoras de conocimiento entre ellas las universidades (Gibbons, 1998), (Gibbons, y col., 2003) y Echeverrya (2003), siendo la GSC una apropiada estrategia (Carrizo, Año) (Rodríguez y col. 2013) (Oberto, 2012) (Ramos, 2011); en correspondencia con la innovación social, desde una perspectiva de desarrollo (Gabor,1970), de política (Dagnino,2004) y territorialidad (Gutiérrez, 2004).

Se diría que estas aseveraciones son validos también para todo los actores que hacen vida al interior de la universidad, para lo cual el uso de los medios de comunicación, las tecnologías de información y comunicación (TIC) y las redes sociales resultan impostergables en la metamorfosis constante profesor-estudiante-aprendizaje.

El trabajo plantea ¿En qué medida el aprendizaje ubicuo se convierte en una estrategia validad de gestión social del conocimiento para la innovación desde las universidades? Para ello, se siguió una investigación descriptiva (Hernández, Fernández y Batista, 2010), de campo en el cual se requiere la observación directa (Bavaresco, 1997) (Martínez, 2006) y documental (Finol y Nava, 1996), con estudio caso (Stake, 1999; Martínez, 2006), considerando la técnica de análisis de contenido de Van Dijk 1995 (Peña y Pirela, 2007) para la fase documental y el enfoque sistémico de Miller y Huberman 1984 mediante análisis matricial (Coffey y Atkinson (2003) para el análisis de todos los datos. Se encontró preliminarmente que la gestión social del conocimiento para la innovación (GSCI) en instituciones universitarias comprende la capacidad de generar innovación social y aprendizaje ubicuo.

Esto pareciera orientado por una dinámica propia en la era del conocimiento (Castells, 2008) y del aprendizaje ubicuo (Burbules, 2012) individual y cooperativo y fuerte soporte de las TIC en usuarios informados, como forma de innovación (Dagnino, 2004), tanto en lo organizacional (Oberto, 2007) como social (Sao Pedro Filho, 2013): desde la universidad se amplía la base de participación de los ciudadanos en la sociedad del conocimiento incluyendo personas con discapacidad (Ferrer, 2014) y en áreas fronteras vulnerables.

Estas innovaciones asociadas con la accesibilidad de la información y el conocimiento para el individuo y el desarrollo local, exige el apoyado de políticas públicas de democratización del acceso a los sistemas en red; capacidad para desarrollar contenidos, desde las universidades; y usuarios expertos con necesidades identificas.

Palabras clave: Gestión social del conocimiento - Innovación social - Aprendizaje ubicuo

SEO: EL POSICIONAMIENTO EN INTERNET COMO CLAVE PARA LAS PYMES

AUTORA

Eglée Ortega Fernández

Universidad Complutense de Madrid (España)

egleeort@ucm.es y eglee17@gmail.com

El crecimiento constante de internet y su uso en el mundo contempla miles de millones de personas y se espera que a finales del año 2015, el número roce los 3.000 millones de usuarios. Así lo plantea Internet World Stats, en su web www.inerttetworldstas.com, que detalla en los resultados de sus más recientes estudios que, para junio de 2014, España contaba con un total de 35.705.141 usuarios de internet, y que la red tiene una penetración en toda Europa del 70,5%. Estas cifras hablan de un mundo conectado, de un mundo que cada vez más tiene acceso a millones de productos, servicios e información, gracias a Internet.

El Consumer Barometer 2015, herramienta impulsada por Google, refiere que en España Internet se utilizó en el 57% de las compras para buscar y comparar precios, encontrar la dirección de un negocio o averiguar la disponibilidad de un producto. Lo que demuestra que cada vez es más rentable la inversión en el medio online.

El Informe de la Sociedad de la Información (2014), publicado anualmente por Telefónica, resalta que las edades de los usuarios que se conectan a diario en internet van desde los 16 a los 24 años, y son considerados como el porcentaje de usuarios intensivos de la red, sumando el 96,2% del total. Telefónica agrega que más del 74,4% de la población mundial se conecta a internet y más de la mitad de los españoles la utiliza a diario. Estas cifras no pueden dejarse de lado al pensar en una estrategia de comunicación y mercadeo, por muy pequeña que sea la empresa. Al pensar en las múltiples posibilidades que puede tener una Pyme dentro del mundo digital, el posicionamiento orgánico o SEO se presenta como una de las opciones con más ventajas por su coste moderado, resultados en el tiempo y retribución en reconocimiento de la marca o servicio.

El SEO, Search Engine Optimization (por sus siglas en inglés), se traduce como la Optimización de Motores de Búsqueda o Posicionamiento en Buscadores, y tiene como principal objetivo la visibilidad de una web, en un área específica, sin inversión monetaria, por eso es llamado posicionamiento orgánico y por eso suele resultar un recurso clave para las pequeñas y medianas empresas, definidas por el número de empleados que tienen, y deben ser entre 0 y 249 asalariados.

Según el informe elaborado por la Dirección General de la Industria y de la Pyme del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, llamado Retratos de las Pymes 2014, al 1 de enero del 2013 existían en España 3.142.928 empresas, de las cuales el 99,88% son calificadas como pymes.

Por su parte, Sisco De Andrés (2010) señala que, según un estudio realizado por Netcraft, en enero del año 2008 ya existían 155.583.825 páginas en toda la red, por lo que es fundamental que cada empresa, bien sea de productos o de servicios, se ocupe de su posicionamiento y cuide la visibilidad que tiene en los buscadores.

Cuando sabemos que nuestro público objetivo está utilizando como medio de información y búsqueda internet, es allí hacia donde debemos dirigir el esfuerzo, teniendo siempre unos objetivos claros que se adapten a la realidad del presupuesto y tiempo a invertir.

Palabras clave: Posicionamiento – Público objetivo – Internet – Pymes – Comunicación digital

EL ÉXITO DE TWITTER PARA ACERCARSE A LA CIUDADANÍA: ESTUDIO DE @GUARDACIVIL Y @POLICIA

AUTORA

Graciela Padilla Castillo

Universidad Complutense de Madrid (España)

gracielp@ucm.es

Esta investigación se acerca a la historia y a la presencia actual en la red social Twitter de los dos organismos españoles más importantes de los Cuerpos y Fuerzas de Seguridad del Estado: Guardia Civil y Cuerpo Nacional de Policía. Explicaremos su evolución, el porqué de sus cuentas, @Guardiacivil y @policia; así como las nuevas y mejores estrategias para acercarse al ciudadano-consumidor-cibernauta del siglo XXI.

El último Estudio General de Medios de abril 2014 a marzo 2015 (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC) fijó que los y las españoles consumen una media de 239 minutos de televisión cada día. Por otro lado, el 65,4 por ciento navegó por Internet. Los datos de penetración del primer medio no han variado mucho entre las oleadas de 1997 y 2015. Los porcentajes siempre han fluctuado entre los 90 y los 87 puntos, como el máximo y el mínimo valor, respectivamente. Sin embargo, Internet ha vivido un crecimiento exponencial, que apenas partió de cero. Un 0,9 por ciento en 1997 y un 65,4 por ciento en la última oleada. La televisión podría estar tranquila al ver que sus porcentajes han variado poco con la aparición y el desarrollo de la gran red cibernética. Los puntos que ganaba Internet no han salido, en España, de los puntos de la televisión; aunque muchos expertos digan lo contrario.

Internet se convierte en el gran reto y a la vez, mejor compinche de los demás medios tradicionales. El mundo de la comunicación convencional se ve obligado a reinventarse, cuando el mundo de Internet crece tan vertiginosamente. De cero a sesenta y cinco puntos, en poco menos de dos décadas. Este crecimiento sin precedentes, incomparable al nacimiento y expansión de cualquier otro medio de comunicación de masas, hace que la comunicación tradicional deba reinventarse. Para evitar debacles más que posibles a la luz de los datos y del comportamiento del consumidor. Son nuevos paradigmas de la comunicación. El ciudadano-consumidor-espectador cambia porque ahora, también es cibernauta. Y quizás, es cibernauta antes que todo lo demás. Quiere mantener todos sus roles unidos y de ahí, esa complicidad obligada, pero enriquecedora, entre los medios anteriores e Internet.

Por ello, es necesario pensar en redes sociales. Las presencias del Cuerpo Nacional de Policía y de la Guardia Civil en Twitter son un excelente ejemplo de ese cambio radical de los paradigmas de comunicación, que citábamos anteriormente. La ciudadanía ya no demanda la información y la comunicación de antaño. Tampoco le basta con tener una Web accesible, donde ver notas de prensa, teléfonos de información y archivos históricos. Necesita sentirse parte, saberse escuchado por los funcionarios que le protegen y entender que las instituciones se acercan a la ciudadanía. Además, @Guardiacivil y @Policia lo hacen respeto y con humor; y su éxito es digno de estudio y de imitación para otras cuentas institucionales.

Palabras clave: *Twitter* – Policía – Guardia Civil – Comunicación Institucional – Humor

REDES SOCIALES PARA LA PROMOCIÓN DEL CULTIVO DE STEVIA COMO SUPLEMENTO NUTRITIVO

AUTORES

Yeirika Victoria Parra Barboza y Henry Alberto Rodríguez Urdaneta

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

yeirika26@gmail.com y henryalbertorodriguez@gmail.com

En Venezuela, así como en el resto del planeta la diabetes es considerada una enfermedad crónica, según cifras del Ministerio de la Salud en el país se calcula que el 6% de la población padece esta enfermedad. Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) en 2011 fallecieron 9.537 personas, de las cuales 1.712 son del estado Zulia. Actualmente, 320 mil zulianos padecen la enfermedad, de acuerdo a cifras del Instituto Zuliano de Diabetes.

Partiendo de estos datos, en el Centro de Investigaciones para la Promoción del Desarrollo Endógeno (CIPDE) perteneciente a la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (UNERMB) se propone desarrollar un proyecto que contribuya a una mejor nutrición de los venezolanos, haciendo un llamado de atención para el consumo de suplementos naturales, que vayan en su beneficio, como es la Stevia.

Martínez, T. (2002), señala que la planta ha sido sometida a una especie de “secuestro informativo” que no se sabe a quién beneficia, pero que evidentemente perjudica a todos los consumidores que por alguna razón no deben o no quieren consumir azúcares refinados.

Desde hace un año se trabaja en un proyecto para el cultivo de la planta que sirve como endulzante natural, lo que se traduciría en un aporte para que las comunidades puedan emprender su siembra, y de esta manera beneficiarse de sus bondades. En este sentido, las redes sociales juegan un papel protagónico, pues forman parte de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), que en el planeta, se emplean como herramientas de interacción para que todos los interesados en participar en el proyecto de cultivo de la Stevia puedan despejar dudas, realizar sugerencias, estar al tanto de los detalles en el proceso de plantación de la misma.

En el área comunicacional, valerse de estas redes sociales, sería poner en acción lo planteado por Castells (2009), quien exhorta a las comunidades usar estas tecnologías, para hacer de ellas medios de comunicación, de interacción y participación ciudadana. Es por ello, que mediante la Investigación Acción Participativa (IAP) se promueve desde las redes sociales del CIPDE la interacción necesaria para que las comunidades organizadas alcancen grandes resultados.

En relación con lo anterior, la promoción de este cultivo a través de las redes sociales permite crear mayor conciencia sobre los problemas de salud por el consumo de azúcares, con lo que se persigue que las comunidades se incentiven a producir la planta natural, y que busquen por medio de estas redes el apoyo de entes gubernamentales, generar diversas propuestas y proyectos relacionados a este tema.

Palabras clave: Redes sociales – Cultivo de Stevia – Comunidades organizadas

FORTALECIMIENTO DE LAS TÉCNICAS DE CREATIVIDAD A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS WEB 2.0

AUTORA

Julia Andrea Pineda Acero

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

julia.pineda@unisabana.edu.co

La creatividad, entendida como la capacidad de idear y diseñar innovadoras soluciones a un problema, ha sido considerada como una de las 16 habilidades que requieren los estudiantes para el siglo 21. Dentro de los retos a los que se enfrenta el docente está el cómo lograr que sus estudiantes desarrollen o fortalezcan dicha capacidad, y aún más, la utilicen al abordar desafíos complejos formulados desde el ámbito académico pero bajo la premisa que éstos estarán presentes en la vida tanto personal como profesional. Es por ello, y dado el surgimiento y la propagación de la era digital, que la articulación de la Web 2.0 con el proceso creativo es una posibilidad que se debe explorar.

Específicamente, las fases creativas son cuatro: la lógica, donde se concreta y analiza el problema; la intuitiva, que incluye la generación y formulación de ideas; la crítica, a través de la cual se validan las opciones y se define la solución; y la de valoración, que pretende la aceptación de lo planteado dentro del contexto. En este artículo, se describe un estudio que aborda la fase intuitiva, donde se utilizan técnicas aleatorias, que pretenden relaciones forzadas o al azar entre lo que se conoce y lo que no; analógicas, que exploran semejanzas entre el conocimiento previo y la situación problema; y antitéticas, que descomponen el problema y sondean a través de antítesis o deformaciones.

El objetivo, a partir de la sistematización de la experiencia docente realizada en el ámbito de la asignatura “Competencias Básicas Digitales” en la Universidad de La Sabana -donde se trabaja Aprendizaje por Proyectos y los estudiantes deben solucionar un problema dado-, es dar a conocer el aporte de las herramientas 2.0 a la ejecución de algunas técnicas de creatividad para la innovación; y a modo propositivo, presentar una guía que incluye los pasos a seguir por cada técnica y la mediación tecnológica sugerida para el rol docente y estudiante, así como unas recomendaciones para evitar situaciones distractoras o que no encaminen a la generación de ideas novedosas, originales, viables y valiosas.

Los resultados obtenidos en la investigación arrojan una valoración positiva de la estimulación de ideas mediada por la Web 2.0 por parte de los estudiantes y docentes. De igual forma, se evidencia una contribución frente al clima motivacional, al enfoque hacia un logro innovador y con posibilidad emprendedora, y a la gestión del conocimiento propia de la búsqueda, aplicación y reutilización de conceptos. Por último, se concluye a modo reflexión, que el factor crítico de éxito es preparar y orientar el uso de la tecnología como herramienta pedagógica y didáctica dentro del proceso creativo.

Palabras clave: Creatividad - Técnicas de creatividad - Web 2.0 - Herramientas 2.0 - Innovación

**DUALIDAD TERRITORIAL EN LA COMUNIDAD DE MEDIA LUNA EN EL
RESGUARDO INDÍGENA WAYYU DE LA ALTA Y MEDIA
GUAJIRA COLOMBIANA**

AUTOR

Esliber de Jesús Pinedo Soto
Universidad del Zulia (Venezuela)
esliberpi@gmail.com

A partir del escaso sustento teórico develado al indagar sobre la variable *dualidad territorial*, en esta investigación, se intentó analizar los aportes teóricos que soportan la dualidad territorial en la comunidad de media luna en el resguardo indígena wayuu de la alta y media Guajira Colombiana. Para ello, se recurrió al método hermenéutico y a la técnica de análisis cualitativo de contenido.

Con base en lo anterior, se infirió que la dualidad territorial, constituyó una variable que describió aquellos territorios donde el esfuerzo innovador empresarial tuvo escaso impacto sobre el sistema productivo en su conjunto, o en donde la mejora competitiva no se trasladó de forma automática a otras dimensiones del desarrollo territorial integrado, lo que se evidenció, entre otras cosas, en: disociaciones entre una alta competitividad económica y conflictos socio- ambientales y una deficiente ordenación de los recursos o un muy escaso efecto multiplicador. Lo anterior, devino en acentuadas contradicciones asociadas a la innovación, las cuales, se manifestaron, simultáneamente, en un mismo territorio (Méndez, 2002).

Lo arriba referido, se derivó a partir de los recursos teóricos que ofreció el enfoque de la Dimensión Espacial de la Innovación (Gutiérrez, 2014), cuya argumentación residió en situar a la innovación y sus relaciones con el territorio como elemento medular, considerándolo como un robusto actor social, dinamizador del desarrollo socio productivo, por cuanto fue el depositario de recursos, no sólo de carácter material, sino, sobre todo intangible, relacionados con la generación de ventajas competitivas localizadas, tales como el saber hacer acumulado a través del tiempo en un espacio específico, recursos humanos con altos niveles de profesionalización asentados en una localidad determinada, capacidad de acceso a la información en el ámbito seleccionado y un espíritu empresarial que tiñó la atmosfera industrial del entorno, entre otros (Marshall, 1890; Méndez, 2002; Rodríguez, 2003, Gutiérrez, 2014).

A partir de los resultados obtenidos a través de este tipo de estudio, se contribuyó a robustecer el escaso sustento teórico develado al indagar sobre la variable dualidad territorial y su relación con dinámicas socio- productivas debilitadas, haciéndose especial énfasis en los estudios sobre los conflictos sociales y ambientales que según autores europeos (Méndez, 2002; Albertos y col, 2004); genera la dualidad territorial, la cual, fue revisada, en este caso, en un territorio latinoamericano.

Palabras claves: Dualidad territorial - Innovación - Resguardo indígena Wayuu - Dimensión espacial.

LA RADIO EN *STORIFY*. FRAGMENTACIÓN, SOCIALIZACIÓN Y MULTIMEDIALIDAD NARRATIVA

AUTORA

Teresa Piñeiro Otero

Universidade da Coruña (España)

teresa.pineiro@udc.es

El proceso de transposición de los medios convencionales a Internet, que Fidler denominó *mediamorfosis* (1997), ha implicado una profunda transformación de sus contenidos. Los mensajes mediáticos se han ampliado y fragmentado, presentándose a través de diversas plataformas y lenguajes. Asimismo, dichos contenidos han pasado a integrar la interacción y participación de los usuarios, en su nuevo papel de prosumidores (Toeffler, 1980), lo que ha resultado en un mensaje más colaborativo.

En el caso concreto de la radio, el salto de la radiofonía hertziana a la Red ha derivado en nuevos espacios y oportunidades para la interacción del medio con sus públicos. Entre ellos, las redes sociales han dotado a los productores del medio de nuevos espacios para la construcción y consolidación de una comunidad de oyentes-usuarios. Una comunidad que puede participar en la conversación social de una cadena o programa radiofónico, aportando nuevas informaciones y perspectivas, lo que resulta en un contenido mejorado.

En su expansión a los *social media* el mensaje radiofónico se presenta como vivo y colaborativo. Su proceso de creación no finaliza con la publicación de los contenidos –por el medio o la cadena– sino que este paso se convierte en el punto de inicio de un nuevo mensaje, basado en la conversación de diversos oyentes-usuarios en la Red, y en el establecimiento de flujos entre los productores del medio, los comunicadores y la comunidad. Estos flujos permiten la construcción de un nuevo discurso –entre paralelo y convergente– que presenta más información, de forma enriquecida, actualizada y perfectamente contextualizada.

Ante la excesiva fragmentación de este nuevo mensaje, surgido de la interacción social en diversas plataformas, las cadenas de radio han ampliado su presencia *online* a servicios sociales como *Storify*, que permiten construir una historia social con la unión de contenidos de diversos lenguajes y plataformas. Una historia que requiere de un proceso de selección, por parte del medio, de aquellas aportaciones más relevantes para la consecución de un contenido final de valor, que el oyente-usuario recibirá como unitario y completo.

En este sentido, el objeto del presente trabajo ha sido el de conocer la presencia y el empleo que las cadenas de radio hablada españolas dan a *Storify*, así como el tipo de contenidos o de plataformas que utilizan para la construcción de sus historias sociales. Un análisis que se sitúa a medio camino entre la radio social y la transmedia.

Palabras clave: Radio – Transmedia – Redes Sociales – Storify – Mediamorfosis – Colaboración

EL USO DE LAS TIC COMO HERRAMIENTA TERRORISTA. REDES SOCIALES Y CIBERTERRORISMO

AUTORES

Miguel Ángel Poveda Criado y Begoña Torrente Barredo

U. Europea de Madrid e International Institute in Security Studies (España)

mapoveda1@yahoo.es y b.torrente@iisecuritystudies.com

Es indudable que la creciente accesibilidad a internet, así como la rápida evolución de las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han propiciado importantes progresos y ventajas para la sociedad. De hecho, a partir de la década de los noventa se suele hablar del “ciberespacio” como un mundo paralelo al real que resulta indispensable para el desarrollo de nuestra vida cotidiana. Sin embargo, este mundo virtual está repleto de nuevas amenazas que no sólo pueden perjudicarnos individualmente, también pueden llegar a ser capaces de poner en peligro la paz y seguridad internacionales, como es el caso del ciberterrorismo, cuya interpretación se resume en la convergencia de la informática y la acción terrorista. En la actualidad, la prevención del ciberterrorismo o terrorismo electrónico constituye uno de los mayores retos para la preservación de la seguridad tanto nacional como internacional ya que los terroristas comienzan a ver el “ciberespacio” como un lugar idóneo para expandir su influencia, desarrollar sus capacidades o generar nuevos medios de financiación. Además, el creciente vínculo entre las tecnologías informáticas y aspectos esenciales como el control y mantenimiento de infraestructuras básicas, bases de datos, sistemas administrativos o manejo de instrumentos militares entre otros, hace que el ciberterrorismo sea tratado con gran suspicacia puesto que no es improbable la idea de que se puedan provocar atentados o sabotajes devastadores a través de un ordenador.

Todo ello explica por qué en los últimos años la seguridad de la red se ha convertido en una prioridad para muchos gobiernos y organismos internacionales. Aunque la amenaza que supone el ciberterrorismo es real e inminente, lo cierto es que es un concepto que todavía suscita controversia y sobre todo confusión, ya que no existe una interpretación unánime del fenómeno y mientras unos consideran que es una quimera otros piensa que es un peligro verificable. En este sentido, el ciberterrorismo es una opción tan alarmante para la comunidad internacional como atractiva para las organizaciones terroristas. Las ventajas del uso de cibercapacidades son obvias: asequibilidad, anonimato, potenciales daños masivos, gran impacto mediático y, consiguientemente, psicológico.

El libre acceso a información (open source) sobre planos, mapas u horarios conlleva una preocupación lógica por la seguridad de infraestructuras críticas, y dada la naturaleza asimétrica del empleo de la violencia por parte de grupos y organizaciones terroristas, el uso de medios no convencionales como Internet resulta altamente atractivo. El uso de internet y las redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, etc.) por parte de grupos terroristas para llevar a cabo propósitos como financiación, propaganda, reclutamiento, etc., ha de ser considerado como una forma de ciberterrorismo. Este trabajo no sólo pretende ampliar y actualizar el conocimiento existente sobre el ciberterrorismo, también busca reducir la confusión que le envuelve a través del análisis objetivo de las diferentes definiciones y características que se le han atribuido, la distinción de los tipos de ataque que se han registrado hasta ahora, la observación de su origen y evolución, el estudio de casos reales y finalmente la investigación sobre las medidas que se han tomado a nivel internacional como a nivel regional para combatir esta amenaza que parece cada día más real.

Palabras clave: TIC – Ciberterrorismo – Redes sociales – Terrorismo electrónico – *Open source*

REDES SOCIALES ACADÉMICAS: PRINCIPALES INDICADORES, USOS E IMPACTO

AUTORA

Natalia Quintas Froufe
Universidade da Coruña (España)
n.quintas.froufe@udc.es

La emergencia de las Redes sociales para académicos es un fenómeno con millones de usuarios en el contexto académico. Estas redes sociales ofrecen un nuevo modo de publicar y difundir el trabajo de la Academia a la comunidad científica. Además, introducen nuevas métricas que pueden llegar a ser utilizadas en la evaluación científica.

Academia.edu y *Researchgate* son las dos redes académicas principales en el entorno europeo. Esta propuesta de comunicación explica el uso de estas dos redes sociales, sus principales indicadores (sociales, de uso y bibliométricos) y el impacto académico de sus publicaciones.

Además, esta investigación parte con un doble objetivo:

- En primer lugar, explorar las posibilidades de uso de estas redes sociales, haciendo especial hincapié en los indicadores que ofrecen y que pueden ser utilizados para valorar el impacto y su repercusión académica y científica. Se pretende aportar un conocimiento nuevo esta realidad poniendo énfasis en los indicadores online propios de estas redes sociales.
- En segundo lugar, valorar si las publicaciones alojadas en estas redes académicas sirven como referencia y fuentes de investigación en trabajos posteriores. Para responder a esta cuestión se tomó como referencia la base de datos SCOPUS. El periodo temporal seleccionado abarca desde el año 2009 (el año posterior al lanzamiento de ambas redes sociales) al año 2014 (año completo más reciente).

Los resultados muestran como *Academia.edu* se posiciona mejor que *Researchgate* en relación al impacto académico.

Palabras clave: Redes Sociales – Academia – *Researchgate*

LOS NUEVOS MODELOS DE RADIO UNIVERSITARIA: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD DE GRANADA

AUTOR

Álvaro Ramos Ruiz
Universidad de Granada (España)
alamosruiz@gmail.com

La Universidad de Granada es una de las universidades más prestigiosas de España. La avalan casi 500 años de antigüedad y una larga y fructífera trayectoria investigadora y cultural. Estas características favorecen la creación de un medio universitario de información que sirva para divulgar y transferir el conocimiento investigador y docente que se realiza dentro de esta universidad, ya que en la sociedad del conocimiento, todo ese potencial requiere ser divulgado y transferido a la sociedad.

Las radios universitarias son un caso particular dentro de las emisoras de radio en general, y la labor que han estado realizando, tradicionalmente, ha pasado desapercibida fuera de los límites de la universidad. Sin embargo, esa tendencia está cambiando gracias al salto que estas emisoras están dando hacia Internet. Del mismo modo, los cambios sociales y culturales están permitiendo el desarrollo de nuevas formas de hacer radio.

En el ámbito de las radios universitarias, hay dos aspectos relevantes, como son: las posibilidades comunicativas que ofrece este tipo de radios, especialmente a través de la Red (Espino y Martín, 2012) y las particulares que presentan las emisoras universitarias, como su programación, sus contenidos, su participación por parte del usuario-oyente (De Lorenzo, 2012). Asimismo, cabe señalar que las radios universitarias llevan a cabo una gran labor divulgadora de la Ciencia, lo que supone un aspecto muy importante en la sociedad del conocimiento (Segura, 2014).

En el trabajo que aquí presentamos, ante la inexistencia de una emisora propia en la Universidad de Granada, realizamos una propuesta de radio universitaria. Gracias al desarrollo de las nuevas tecnologías, nuestra propuesta pasa por la creación de una radio *on-line*, ya que ofrece un espectro de posibilidades más amplio que la radio tradicional. Se emitiría pues a través de estándares digitales. Por otro lado, se plantean contenidos multimedia, lo que permite que los usuarios los descarguen a través de la sindicación de contenidos o el *podcasting*. Del mismo modo y gracias a las redes sociales, se propone una radio con un mayor grado de interactividad, lo que convierte a los oyentes en la parte fundamental de la emisora.

Palabras claves: Radios universitarias - Innovación - Creación radio *on-line* - Universidad de Granada

USO DE APPS EN LA CREACIÓN DE ESTRATEGIA DE SOCIAL MEDIA. MARCAS EN TWITTER

AUTORES

Fray Lina Rodríguez, Marián de la Morena y Aylin Morcelo

Universidad Camilo José de Madrid (España)

flrodriguez@ucjc.edu, mmorena@ucjc.edu y aylin.morcelo@alumno.ucjc.edu

Semejante a la revolución que causó Gutenberg con la invención de la imprenta las TIC han convertido el mundo en una Aldea Global, cada día estamos más interconectados con el resto de la humanidad (Mattelart, 2002). Prueba de ello es la penetración de Twitter con 1.856 billones de usuarios activos (2014), su transversalidad radica en que no se limita a un tema, sino que confluyen distintas ideas y pensamientos convirtiéndola en una herramienta imprescindible de estudio y un lugar de consulta e inspiración en las acciones de marketing y estrategia de comunicación (De la Morena y Rodríguez, 2014).

Para aprovechar los datos que se generan en Twitter, las marcas optan por aplicaciones Web de monitorización (*apps*) en Twitter. El objetivo es identificar las oportunidades de estas apps para la creación de una estrategia de Social Media (SM). No pretendemos demostrar que son una especie de quimera pero defendemos su uso como herramientas de gran valor en la gestión de estrategias de comunicación.

Esta comunicación presenta un estudio cualitativo, primero se ha analizado el marco teórico sobre las métricas de SM para crear un modelo *ad hoc* que permita validar el funcionamiento de las *apps* y en segundo lugar con ayuda de este diseño se observó y se recopilaron los datos para alcanzar los objetivos. La construcción del modelo *ad hoc* es una aportación que permite organizar los indicadores sobre el estado de una marca en Twitter y crea pautas para una estrategia de SM.

Al diseccionar las aplicaciones podemos entender los parámetros con los que operan y en consecuencia comprender mucho mejor los datos que analizan. Esto es vital para sacarle el mayor provecho según la estrategia de SM que se quiera realizar. En este proceso de análisis se hace un balance sobre la usabilidad de cada *app* y se identifican los indicadores más efectivos de cada una de ellas y sus debilidades.

El objetivo general de este trabajo es aportar una base teórica de carácter metodológico sobre un área relativamente nueva pero que a todas luces está cambiando la forma de comunicación, máxime a raíz del éxito constante de Twitter y el impacto en el mundo offline. Proponemos una metodología original, realizando aportaciones nuevas e interesantes a un tema que lo requiere.

Los resultados aunque analizados mediante un modelo *ad hoc* están basados en los informes de softwares (*apps*) que son utilizados por varias marcas en todo el mundo. En este estudio no se ha indagado a profundidad sobre los algoritmos con los que estas operan. De esta manera se pone de manifiesto el uso cada vez más extendido de estas apps que representará un interesante nicho de estudio académico, dado su fácil acceso y coste cero para las marcas.

Palabras clave: Twitter – Apps – Social media – @policia – @policiaRD

LA DIPLOMACIA DIGITAL: HERRAMIENTA O CONSECUENCIA

AUTOR

Alfredo A. Rodríguez Gómez

Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)

agomez@ucjc.edu

La diplomacia ha sufrido una evolución en las dos últimas décadas acorde con las tendencias actuales. Así, la diplomacia tradicional tiene nuevos cauces; la diplomacia directa es cada día más directa y más frecuente, más abierta y transparente, las diplomacias pública y económica encuentran nuevas herramientas de trabajo y acercamiento a la sociedad.

Los efectos de la globalización y del avance tecnológico en materia de comunicaciones, principalmente en lo que se refiere a computación y telefonía móviles y a redes sociales, han hecho que los actores tradicionales de las relaciones internacionales avancen en proximidad al ciudadano y en transparencia; es decir, en la oferta de un mejor servicio al ciudadano y a la sociedad.

Pero también han dado lugar, por una parte, a la consolidación de actores emergentes en ese espacio, como las empresas o las ONG, y a la aparición de otros nuevos que, en esencia, somos los ciudadanos en diversas facetas.

Una buena prueba de estos cambios los podemos observar en las cumbres del G-20, a las que se incorporan de forma notable representantes de campos diversos en el ámbito social, como son los de la sociedad civil (C20), de los negocios (B20), de los jóvenes (Y20), de grupos de pensamiento (T20) o del mundo laboral (L20), en una clara muestra de que las relaciones internacionales, y la diplomacia en concreto, avanza a unos modelos emergentes y más acordes con los tiempos.

Este avance se produce, en gran medida, por esa evolución revolución, según Castells de la comunicación que resulta en la inmediatez de la transmisión de la información de la posibilidad de cualquier ciudadano de usar la tecnología para recibir y emitir información desde cualquier lugar del mundo y en cualquier momento.

El objeto de este trabajo es estudiar en función de ese conjunto de actores antiguos y nuevos, y de las nuevas formas de entender las relaciones internacionales y de comunicarse la diplomacia actual en sus varias facetas: tradicional, directa, pública y económica, entre otras, para comprobar si la llamada diplomacia digital es un mero apellido que se da tras el uso de las TIC actuales o es una verdadera consecuencia lógica de la evolución y del deseo de llegar de forma directa a los ciudadanos y, en consecuencia de usar las herramientas que emplea la sociedad hoy para englobar todas las facetas de la diplomacia en una sola conocida como diplomacia digital.

Palabras clave: Diplomacia – Relaciones internacionales – Redes Sociales – Sociedad – Nuevos actores

LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN EL CONTEXTO SOCIOPOLÍTICO VENEZOLANO

AUTORES

Manuel Luis Rojas Fuenmayor y Jennifer Liseth Quintero Medina

Universidad del Zulia. Maracaibo (Venezuela)

manro28@gmail.com y jenniferlisethq@hotmail.com

La incorporación de la TIC en la sociedad ha traído consigo cambio significativo en todos los ámbitos de la sociedad, transformando paradigmáticamente como “la sociedad de la información”, siendo el internet el medio de comunicación que está actualmente conectando a gran parte de la población mundial, en numerosos países, es por ello cada vez más de forma creciente empiezan la interacción de los ciudadanos por el ciberespacio a través del uso de lo que se conocen como Redes Sociales, las cuales hoy en día constituye un entorno virtual que permite tener a la ciudadana al tanto de las noticias más relevantes, así como también la obtención y transacciones de bienes y servicios, e algunos casos como un medio educativo, recreativo, para compartir entre las partes que participan activamente en las mismas, teniendo diversas opciones según las necesidades de las personas que conviven entorno a estas comunidades virtuales. Este fenómeno de las redes sociales ha crecido paulatinamente durante los últimos años, constituyéndose en una herramienta indispensable de comunicación a todos los niveles, tanto en la esfera pública como la privada. Actualmente, se consolidó a través de la plataforma Web 2.0 como uno de los medios de comunicación más utilizados en este mundo globalizado.

Ahora bien, de acuerdo al contexto antes indicado, y aunado a la tendencia de la participación ciudadana como parte del modelo de Democracia participativa imperante, se puede señalar que estas redes sociales constituyen en un mecanismo que permitirá consolidar el sistema de participación de las comunidades con la Administración pública, y de estas entre sí. Es importante destacar, que en Latinoamérica se evidencia uno de los más altos porcentaje en el uso de las redes en todo el mundo. Así mismo, el éxito que ha tenido esas redes sociales en países como que ya ha aplicado con éxito en Estados Unidos, Inglaterra y Japón; en el caso de Venezuela, se ha destacado como uno de los países latinoamericanos con más presencia y uso de redes sociales.

Por ello, la presente investigación aborda el alcance de la implementación de estas redes sociales como estrategias de comunicación en el ámbito sociopolítico venezolano. Metodológicamente, el estudio está enmarcado en el Paradigma de la Postmodernidad, bajo un enfoque cualitativo, aplicando métodos y técnicas de revisión documental. De los resultados obtenidos se puede evidenciar que el uso de estas redes sociales en sistema venezolano permite establecer un escenario propicio para la transición hacia un infogobierno, debido a la avasallante proyección que han tenido las mismas, donde se consideraría a estas como comunidades de participación comunitaria, por lo que se podrían constituir en una herramienta de integración e interacción entre los ciudadanos y la Administración pública, garantizando con ello lo retroalimentación necesaria para garantizar el modelo democracia participativa, consolidando el acercamiento del Estado a los ciudadanos; teniendo a los recursos tecnológicos como los intermediarios entre el gobierno y las comunidades hacia una gestión gubernamental unificada, constituyéndose como una estrategia comunicacional para la participación ciudadana y contraloría social en el sistema sociopolítico venezolano.

Palabras clave: Redes Sociales – Estrategia- Comunicación - Contexto- Sociopolítico

EL PATRIMONIO CULTURAL Y LAS TECNOLOGÍAS DEL APRENDIZAJE Y LA COMUNICACIÓN (TAC). UNA CONJUNCIÓN NECESARIA EN EL SIGLO XXI

AUTORA

Guadalupe Romero Sánchez
Universidad de Granada (España)
guadalupers@ugr.es

Es un hecho manifiesto que los contenidos patrimonialistas, ya sean de carácter cultural, artístico o natural, están cada vez más presentes en la escuela y particularmente en los últimos cursos de la educación primaria. Los valores que aporta su conocimiento están cada vez más reconocidos por la comunidad académica y su versatilidad para poder utilizarlos a la vez como recursos y como fuente primaria para el tratamiento de los marcos espacio-temporales están ya fuera de toda duda. No obstante, su presencia en la legislación en materia de educación no tiene aún el reflejo que merece y apenas si pueden subrayarse contenidos propios en la LOE o en la LOMCE, aunque en la legislación autonómica de Andalucía sí se contemple como bloque propio. Los itinerarios artísticos y el trabajo didáctico en los monumentos y museos han avanzado mucho en este aspecto y son muy solicitados como salidas extraescolares en los centros, si bien, en el espacio físico del aula, aunque se ha mejorado, aún queda mucho por hacer, pues sin el apoyo de las instituciones y la concienciación de las entidades educativas sobre este aspecto, la enseñanza-aprendizaje del patrimonio casi queda relegado a las voluntades de los maestros. No obstante, sí debemos remarcar la importancia que a nuestro juicio tendría la implantación efectiva del Plan Nacional de Patrimonio y Educación, que consideramos como un gran avance.

Atendiendo al aula, la totalidad de las competencias que figuran en la LOMCE pueden trabajarse desde el patrimonio ayudando a alcanzar los objetivos propios de la etapa y ciclos, además, muchos de los contenidos de bloques temáticos como las Ciencias Sociales pueden abordarse de manera íntegra, siendo transversales en el resto. Hoy día la tecnología ha avanzado significativamente, ayudando al alumnado a adquirir otro tipo de habilidades en una sociedad dominada por las tecnologías de la información y la comunicación, algunas de las cuales han ido perfilándose hasta convertirse en herramientas propias de aprendizaje, haciendo el proceso de enseñanza cada vez más atractivo, lúdico, eficaz y significativo y esta es una realidad a la que no podemos dar la espalda.

En este estudio realizamos un análisis de algunas de estas TAC y de sus posibilidades al servicio y como complemento de contenidos propios del patrimonio cultural en el aula, haciéndolo más comprensible y atractivo para el alumnado. La conjunción entre la tecnología y el conocimiento científico es fundamental en la sociedad del presente y la innovación a la hora de unificarlos una necesidad que irá en beneficio de una mejora en la calidad de la enseñanza y en los resultados del aprendizaje.

Palabras clave: TAC – Patrimonio Cultural – Educación Primaria – Innovación Educativa – Escuela

RELACIÓN ENTRE LAS AUDIENCIAS DE LAS SERIES DE TELEVISIÓN Y LA ACTIVIDAD DE SU PERFIL EN FACEBOOK

AUTORES

Soledad Ruano López, Rosario Fernández Falero y Indhira Garcés Botacio

Universidad de Extremadura (España)

srualop@alcazaba.unex.es, rferfal@unex.es y indhira@unex.es

La presente ponencia deriva del homónimo proyecto financiado por Gobierno de Extremadura y Fondos Feder.

La ficción, junto con los informativos, es lo que más identifica a una cadena, esto hace que la ficción narrativa, en sus diferentes formatos, constituya *el género estrella* de las programaciones televisivas, pese a sus elevados costes. Las telenovelas, telecomedias, series y largometrajes, convocan grandes audiencias y motivan que los programadores los sitúen en *prime time*.

De entre los géneros que componen la parrilla de cualquier cadena de televisión, sin duda alguna la ficción, en todas sus modalidades, es la que más horas de programación abarca. Las series de ficción es uno de los formatos que mayores condicionamientos estratégicos comportan. Al programador y al equipo ejecutivo de una cadena les interesa encontrar programas que no sólo consigan amortizarse de por sí, sino que también creen unas señas de identidad reconocibles por los espectadores para la emisora. El objetivo es que los televidentes asocien *Cuéntame a TVE...*, *Aquí no hay quien viva* a Antena 3 o *Los Serranos* de Tele 5, sin olvidar *Farmacia de Guardia* con una audiencia media del 48% (Noxvo, 2004) que comenzó a emitirse en septiembre de 1991 y acabó en diciembre de 1995.

El objetivo de este estudio es establecer una relación entre la audiencia de las series de televisión y la actividad de su perfil de Facebook, para ello partimos de estudios anteriores (Tur-Viñes, 2014) que consideran Facebook como un recurso para estimular el *engagement* del espectador y establece que el *community manager* (administrador) planifica estratégicamente las entradas del Facebook. Para realizar este estudio se escogen series de televisión, que se han emitido, en el *prime time* de las cadenas generalistas españolas: La 1, La 2, Antena 3, Cuatro, Telecinco y La Sexta, y con gran éxito de audiencias. Para que las series sean lo más homogéneas posible y se pueda realizar un análisis comparativo adecuado, se decide que sean series de reciente emisión y que los perfiles de Facebook sean oficiales y específicos de la serie.

La metodología se basa en el análisis de una serie de parámetros que aparecen en los perfiles de Facebook y nos va a permitir establecer conclusiones válidas. Por ello se definen las siguientes variables de estudio:

1. Proporción de Audiencias por semanas de las series escogidas.
2. Personas a las que les gusta el perfil (Facebook, 2015): para ello se localiza el total de Me gusta (*likes*) del perfil, que muestra el número de personas que han revelado su gusto por la página.
3. Número de publicaciones del *community manager*.
4. *People talking about this* (Vega, 2011): indica el número de personas que han escrito comentarios en el perfil que siguen, de manera que responden a los contenidos (*post*) que incluye el *community manager* y se genera la historia.
5. Nº de seguidores totales. Son los fans de la serie que siguen su perfil de Facebook.

Palabras Clave: Series de televisión – Facebook – Segmentación de públicos en Redes sociales

REDES SOCIALES Y ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS ESPAÑOLES: USOS SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DEL SÍ-MISMO

AUTORES

Sebastián Sánchez Castillo y Rosanna Mestre Pérez

Universidad de Valencia (España)

sebastian.sanchez@uv.es y rosanna.mestre@uv.es

Las Redes sociales son utilizadas cada vez más por los jóvenes tanto para socializar como para compartir ideas y distintas fuentes de información. Esta investigación analiza los usos habituales de diversas redes y explora la hipótesis de que el concepto que estos jóvenes tienen sobre ellos mismos condiciona uso de estas redes, en una muestra representativa de estudiantes universitarios españoles. Los resultados apuntan a que el concepto de identidad personal en el entorno digital tiene una correlación significativa con alguno de los usos habituales y con el género del usuario.

El concepto de identidad (sí-mismo) ha tenido a lo largo del tiempo numerosas definiciones a partir de profundas investigaciones dentro de la disciplina de la psicología social (Bauman, 2001; Bauman & Vecchi, 2004; Berger, & Kellner, 1974; Berger & Luckmann, 1966; Castells, 1997; Dubar, 2002; Elias, 1991; Erikson, 1968; Escobar, 2011; Gergen, 1991; Giddens, 1991; Goffman, 1959, 1963; Jenkins, 2004; Lash & Friedman, 1992; Mead, 1934; Melucci, 1996; Taylor, 1986; Wagner, 2001).

Según Escobar (2011), pueden concebirse tres formas distintas de considerar la identidad: como un sentimiento de singularidad personal (unicidad), como un reconocimiento de permanencia a lo largo del tiempo (estabilidad) y como un vínculo de asimilación de uno con los otros. La identidad personal es el sentimiento de ser uno mismo, una forma individualizada desde la creación del propio ser. Pero es posible considerar la identidad como colectivo, para lo cual asumiremos conceptos de identidad social como semejanza a ciertos grupos humanos con unos rasgos diferenciados.

Por ello, podría entenderse la identidad como “asimilación, en la medida en que una persona desarrolla una tendencia de progresivo acercamiento a algo –objeto, individuo o grupo– con el fin de equipararse con él o emularle” (Escobar, 2011: 145-146), y nos identificaremos con ese grupo en la medida de nuestras posibilidades. También la identidad como sentimiento, pero en lugar de en términos conductuales, nos encontramos aquí con un “estado emotivo por el que nos reconocemos como iguales tanto con nosotros mismos en el pasado o en el futuro, como con otras personas o grupos con los que nos identificamos” (Escobar, 2011:146).

En definitiva, esta investigación tiene como objeto de estudio la identidad como definición de uno mismo en torno al uso cotidiano de las redes sociales como portal de identidad, entendido este como aquella realidad que posibilita una relación de usuarios, construir la identidad en el ciberespacio y compartir contenidos que modificarán la visión sobre sí-mismo frente a otros cibernavegantes, es decir, como se identifican las personas a través de la red.

Palabras clave: Redes Sociales - Jóvenes universitarios - Usos- Concepto de sí mismo - Identidad digital

DISEÑO FLEXIBLE DE APRENDIZAJE EN REDES SOCIALES: VALORACIÓN DE UNA EXPERIENCIA DE FORMACIÓN DE PROFESORADO

AUTORA

Sonia Santoveña Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

ssantoveña@edu.uned.es

Dentro de la **formación de profesorado** se hace evidente la necesidad de fomentar nuevas formas de enseñar, más ágiles y abiertas, adaptadas a las características de la Sociedad del conocimiento, ofertas innovadoras que puedan dar respuesta a demandas concretas. El curso "Diseño, Gestión e Integración de Redes Sociales en el aula" se ha basado en estos principios. Se ha fundamentado en un **diseño flexible** del proceso de aprendizaje, donde los contenidos tratados y espacios de interacción han sido tan amplios como el estudiante ha decidido. Con el objetivo de mostrar de manera práctica aquello que los estudiantes iban a aprender, la propuesta formativa ha presentado una metodología innovadora de formación en su totalidad a distancia, fundamentada en el uso de diferentes recursos de aprendizaje virtuales, gratuitos y espacios abiertos de comunicación, como son las redes sociales. El principal objetivo del curso ha sido la formación teórico-práctica del profesorado en la comprensión y aplicación de los nuevos alfabetismos, desarrollados a través de las redes sociales, en sus aulas.

En definitiva, en estas líneas, se describe la **experiencia didáctica en redes sociales**, desarrollada dentro del marco del programa de formación de profesorado, durante el curso académico 2014-2015, en el que participaron 10 estudiantes. La experiencia se describe desde tres perspectivas principales. En primer lugar, se detalla la metodología didáctica desarrollada en el curso. En segundo lugar, se analizan los resultados obtenidos de la valoración de cada una de las actividades didácticas propuestas, así como la valoración global realizada por parte de los estudiantes. Y, en tercer lugar, se presentan un conjunto de conclusiones y reflexiones personales de mejora para la enseñanza relativa a redes sociales. El valor añadido de este estudio no es la representatividad de la muestra, sino la profundidad del análisis realizado, así como la descripción del diseño metodológico.

Los **resultados** indican que los estudiantes consideran una propuesta de alta utilidad a nivel personal y laboral, aunque sugieren fomentar en un mayor grado la interacción entre los estudiantes, por medio del debate en foros y por propuestas de trabajo colaborativo.

Se **concluye** que en la Sociedad del conocimiento, se está imponiendo el desarrollo de nuevos diseños didácticos, más flexibles que se puedan actualizar de manera constante en función de la propia experiencia en la relación estudiante-profesor. Esta es la principal aportación que realizan las redes sociales, nos facilitan modificar, no solo nuestra forma de comunicarnos, la metodología utilizada, sino también los contenidos del programa. Evidentemente, dentro de los límites que establece las diferentes reglamentos y legislaciones.

Palabras clave: Redes sociales – Diseño flexible – Metodología didáctica – Formación de profesorado

LA COMUNICACIÓN DIGITAL DE LA IDENTIDAD: EL CASO DE LOS MUSEOS ESPECIALIZADOS

AUTORAS

Mónica Viñarás Abad y Raquel Careols Mateo
CEU San Pablo de Madrid y Universidad Nebrija (España)
monica.vinarasabad@ceu.es y rcaerols@nebrija.es

1. Introducción

La comunicación digital ha revolucionado la relación que establecen las organizaciones con sus públicos. En el caso de los museos ha abierto la posibilidad de hacer llegar la cultura y el patrimonio a personas que no visitan físicamente el museo. Sin embargo, no se trata solo –o mucho- de disfrutar y aprender de las obras de arte y de las colecciones. El reto está en difundir y comunicar la identidad del museo como institución a través de las nuevas tecnologías, transmitir intangibles y hacer llegar una forma de ser y entender el arte y la cultura. Los museos de menor tamaño, muchos de ellos museos especializados, casas museo o colecciones particulares, tienen más dificultades que las grandes pinacotecas o museos de ciencias en comunicarse con sus públicos. Esto es debido, no solo a sus recursos, sino también a la competencia que entre ellos se produce, relegando a estos museos a segundas o terceras visitas turísticas. Sin embargo, estos museos poseen colecciones de grandísimo valor, y sobre todo, ofrecen una experiencia a sus visitantes, imposible para esas grandes colecciones. Por ello, su identidad, adquiere un valor diferencial, se convierte en su punto fuerte y por lo tanto, en su reclamo.

2. Metodología

Este trabajo es la culminación a un proyecto anterior. En dicha fase, se analizó, a través de entrevistas en profundidad, la identidad corporativa de los museos de la muestra: cinco museos madrileños de pequeño tamaño o especializados. El resultado fue la identificación de aspectos comunes a estos museos y su valor diferencial en la oferta cultural y turística. En esta segunda fase se propone analizar la campaña digital que han llevado a cabo los museos para materializar su identidad. A través del análisis de contenido, comparado con los resultados de las entrevistas, se podrá comprobar cómo estos museos han trasladado y comunicado a través de las redes sociales su identidad común.

Los objetivos son pues analizar la campaña de comunicación digital realizada por estos cinco museos para comprobar cómo han comunicado su identidad común, además, identificar los recursos utilizados, tanto técnicos como estratégicos y tácticos, así como en el código. Por último, comprobar si esta campaña ha permitido transmitir esta identidad a través de Internet.

3. Resultados previstos

Con este trabajo se pretende conocer cómo los museos transmiten su identidad a través de las nuevas tecnologías, concretamente, las redes sociales. Es especialmente importante en este caso, pues son museos pequeños, lejanos a la oferta tradicional, pero con una fuerte identidad, precisamente, lo más difícil de transmitir a través de las pantallas. Por ello, este trabajo será de gran interés para conocer las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen a los museos más pequeños y su comunicación.

Palabras clave: Identidad - Comunicación - Museos - Digital



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INNOVACIÓN 3: Nuevos contenidos en comunicación: Historia, evolución y sociedad

LA COMUNICACIÓN DE CRISIS DE SALUD: ANÁLISIS Y UTILIDAD EN EL CASO DEL VIRUS DEL ÉBOLA EN ESPAÑA

AUTORES

Rafael Barberá González y Ubaldo Cuesta Cambra

Universidad Complutense de Madrid (España)

rafaenny@hotmail.com y ucuestac@ucm.es

La comunicación sobre crisis siempre resulta de interés a diferentes públicos. Las alteraciones anómalas que amenazan el funcionamiento normal de una entidad provocan efectos que, en ocasiones, resultan difícilmente controlables. Si estas crisis afectan al medioambiente, al consumo o a la salud, la atención sobre ellas aumenta.

Nos centramos en un hecho que tuvo una notable repercusión internacional y que, en Europa, afectó especialmente a España: el brote de fiebre hemorrágica por el virus ébola.

Las herramientas empleadas para solucionar conflictos de salud no siempre resultan útiles en todos los casos porque las mismas causas que dan origen a una crisis no tienen por qué producir efectos iguales. Comunicar estas crisis es complejo y National Research Council lo evidencia al indicar que: “La comunicación de riesgo es un proceso interactivo de intercambio de información y opinión entre los individuos, grupos e instituciones. Esto incluye múltiples mensajes acerca de la naturaleza de los riesgos y otros que no tratan directamente sobre el riesgo pero expresan algún tipo de preocupación, opinión o reacción a los contenidos sobre los riesgos o a los arreglos legales e institucionales de la gestión de los riesgos”.

Se analiza en este trabajo el tratamiento informativo de tres de los principales periódicos españoles, de tirada nacional, (‘El País’, ‘ABC’ y ‘El Mundo’) sobre el virus del ébola surgido en España en la segunda mitad de 2014.

Después del fallecimiento de dos religiosos procedentes de Liberia y Sierra Leona, se produce el primer caso de contagio de ébola fuera de África. Un episodio que surge el 6 de octubre con el ingreso hospitalario de una auxiliar de enfermería y que llega hasta el 6 de noviembre cuando se le da el alta. Es este mes el que se estudia pormenorizadamente a través de las noticias, los artículos de opinión, los editoriales, las columnas de expertos, viñetas, etc., aparecidos en los diarios citados.

La magnitud de este hecho informativo hizo que los tres diarios le dedicaran una amplia cobertura como quedó demostrado con la gran cantidad de recursos que pusieron a disposición de los lectores. También lo corrobora la frecuencia empleada por cada uno de ellos al publicar las noticias, la cantidad de redactores dedicados, las secciones en las que aparecieron las informaciones o los géneros periodísticos utilizados.

Asimismo se examina cuál fue la utilidad de todo lo publicado para los diferentes lectores, porque como afirma Giovanni Cesareo “cuando se sobrepasa un cierto umbral en la oferta informativa, no se favorece la libertad de elección, sino que ésta se vuelve cada vez más impracticable”.

Palabras clave: Comunicación – Crisis – Salud – Ébola – Información

EL IMPACTO MEDIO AMBIENTAL Y EL RENDIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS

AUTORES

Jose Daniel Barquero Cabrero y Manuel Medina Elizondo

ESERP, Escuela Superior en Barcelona (España) y Universidad Autónoma de Coahuila (México)

Jd.barquero@esep.com y drmanuelmedina@yahoo.com.mx

La idea central de este artículo es mostrar algunos aspectos relacionados con el problema del medio ambiente y la sostenibilidad, las cuales están siendo debatidas por dos instituciones Mejicanas: El Instituto Mejicano para la Competitividad A.C. (IMCO) y el Instituto para la Promoción de la Calidad Total, como también el estándar internacional ISO.

También quiere incentivar la conciencia de que proteger el medio ambiente no es una pérdida de dinero, sino que de hecho es una perspectiva de negocio que contribuye a alcanzar beneficios a las compañías. Este artículo muestra algunas etapas de la iniciativa GRECO aplicadas en el área del Mediterráneo, las cuales facilitan la incorporación del SMEs hacia una mejor gestión medioambiental, el cual también se traduciría en un incremento del beneficio.

La competitividad ciudadana de IMCO General Index calcula la habilidad de la ciudad en atraer y retener inversión y talento. En general, esto se consigue cuando los países, regiones, entidades o ciudades ofrecen condiciones integrales para maximizar el potencial socio-económico de las compañías y la gente. Uno de los indicadores que calibran las relaciones con el medio ambiente.

El IFCT es responsable de diseñar y evaluar el modelo nacional de competitividad del 2009, el cual mide la responsabilidad social corporativa, el cual incluye el medio ambiente en su proponente.

La ley 14000 de la ISO se centra en la organización para proveer unas leyes basadas en procedimientos y guías para que una compañía pueda construir y mantener un sistema de gestión del medio ambiente.

Palabras clave: Medio Ambiente - Sostenibilidad - Sociedad - Responsabilidad - Beneficio

¿ES IBIZA UNA MARCA? LA COMUNICACIÓN COMO INSTRUMENTO DE FOMENTO DE LA MARCA DE DESTINO TURÍSTICO

AUTOR

Arturo Berrozpe Martínez

Universidad Autónoma de Madrid y Universidad Carlos III (España)

aberrozpe@yahoo.es

A la hora de analizar un destino turístico surge, en ocasiones, el interrogante de si tal localización tiene la suficiente entidad como para constituir o no una marca de destino turístico. No todos los emplazamientos tienen la sustantividad y potencia suficiente como para poseer una identidad de marca coherente, única y fuerte a través de la que se pueda producir un posicionamiento de marca ventajoso frente a la competencia.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el caso de estudio de la isla mediterránea de Ibiza (España) para investigar si la misma constituye o no una marca de destino turístico.

Las conclusiones obtenidas corroboran que Ibiza es una marca turística de primer orden con unas connotaciones adicionales que van mucho más allá de lo que su propio término y ámbito territorial pueden indicar. Para finalizar, se ofrecen caminos creativos y fórmulas de comunicación para aumentar la identificación de los turistas con la marca de destino.

A través de este proceso de identificación con la marca se conseguirá un amplio abanico de efectos positivos para los gestores del destino turístico. Entre otros destacarán una mayor tasa de revisita, una mayor recomendación a terceros, o la compra de productos y servicios relacionados con la isla.

Palabras clave: Ibiza – Marca de destino – Comunicación – Caminos creativos – Identificación con la marca

LOS EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE MARKETING EXPERIENCIAL. ANÁLISIS DE CASO: PREMIOS EVENTO PLUS (2010-2015)

AUTORAS

Concepción Campillo Alhama y Laura Herrero Ruiz

Universidad de Alicante (España)

concepcion.campillo@ua.es y lhr8@alu.ua.es

En el actual contexto social y económico, el marketing experiencial ha adquirido una gran relevancia para las organizaciones y las marcas empresariales. Las nuevas demandas sociales y el nuevo perfil del consumidor ponen de manifiesto la necesidad de contar con este nuevo tipo de iniciativas para potenciar el *engagement* con los públicos. El marketing experiencial surge como respuesta a las nuevas necesidades de los consumidores que reclaman contenidos de calidad y relaciones emocionales con las organizaciones empresariales.

El consumidor se encuentra saturado de los impactos de los medios convencionales y reclama acciones creativas e innovadoras que generen vínculos con las marcas. En este sentido, los eventos se han convertido en una verdadera experiencia donde los públicos se identifican con la propia marca generadora del evento y obtienen una imagen positiva o negativa de la misma. Tal es así, que los eventos se erigen en el ámbito de la comunicación como verdaderas herramientas de marketing experiencial, ya que generan en el público sensaciones y emociones que a medio y largo plazo supondrán el recuerdo del mismo y, por tanto, de los valores que identifican la personalidad de la marca. Los eventos experienciales son un elemento diferenciador que las organizaciones utilizan para crear, generar y potenciar la relación entre marcas y públicos.

En este artículo se analizan los eventos premiados entre los años 2010 y 2015, en uno de los acontecimientos de reconocimiento más importantes a nivel nacional en el sector de la organización de eventos: los Premios Evento Plus. El objetivo es identificar y analizar los eventos que han sido premiados en la categoría Gran Premio del Jurado, detectando los sectores y las características principales que definen el formato y los objetivos de dichos eventos como instrumentos fundamentales en la estrategia relacional de las organizaciones empresariales.

Palabras clave: Marketing experiencial - Eventos - Consumidor - Experiencia - Marca

LAS PRODUCCIONES ESPECIALES DE FICCIÓN EN SOPORTE ELECTRÓNICO DE TVE ENTRE 1965-1969: EVOLUCIÓN HISTÓRICA Y ESTILO

AUTORES

Elvira Canós Cerdá, José Martínez Sáez y Gemma Sanchís Roca
Universidad CEU Cardenal Herrera de Valencia (España)
elcanos@uch.ceu.es, pemartinez@uch.ceu.es y gemma@uch.ceu.es

En el momento de consolidación de TVE, y por tanto del medio televisivo en España, tras la inauguración del Centro de Producción de Programas de Prado del Rey, momento que algunos llegan a calificar como la “edad de oro” de los espacios de ficción o dramáticos, surgen las primeras producciones de ficción realizadas con unos criterios de producción y realización peculiares. Hablamos del período comprendido entre 1965 y 1969 y se trata de los programas destinados a los Festivales Internacionales de Televisión. Son producciones de prestigio ideadas para conseguir el reconocimiento exterior de TVE.

Con la presente comunicación se realizará un aproximación a su nacimiento y evolución así como un estudio de sus características diferenciales de producción y estilo de realización. La hipótesis de partida es que tanto las temáticas como el estilo visual están condicionados por el contexto socio histórico y tecnológico de la época. La investigación se adscribe dentro del paradigma fenomenológico y se sitúa dentro de los estudios sobre televisión concretamente en el enfoque *textual historicism* (Ellis (2007)), en el cual, se estudia el texto en relación con su contexto histórico teniendo en cuenta la influencia del período en el que se realizó el programa a la hora de estudiar su significado. Se recurrirá para ello al uso de un pluralismo metodológico participando del método cualitativo y del método histórico. La técnica principal a emplear es la observación documental sobre fuentes primarias audiovisuales, los programas de la época, así como sobre fuentes escritas.

Palabras clave: Ficción televisiva – Historia – TVE – Estilo visual

CONTENIDOS PARA INCREMENTAR LA FIABILIDAD Y EL TRÁFICO DE LAS WEBS B2C: EL CASO DE LAS MARCAS DE COSMÉTICA SELECTIVA MASCULINA

AUTORES

Sonia Carcelén, Mónica Díaz Bustamante y María Puelles
Universidad Complutense de Madrid (España)
sonialca@ucm.es, mdiaz-bu@ucm.es, y mpuelles@ucm.es

La tasa actual de penetración de Internet entre la población mundial y la población española es del 39% y del 72% respectivamente. Teniendo en cuenta que en 1995 no llegaba al 1% en ninguno de los casos (Meeker, 2015), resulta evidente que Internet se ha convertido en un canal esencial para que empresas e individuos se comuniquen, busquen información y realicen transacciones comerciales.

En este contexto, se ha constatado que la principal ventaja para el usuario de la Web *Business to Consumer* (B2C) es la posibilidad de acceder a una información de alta calidad y bajo coste que atienda a sus necesidades en las diferentes etapas de su proceso de decisión de compra (Hasley & Gregg, 2010; Blanco, Sarasa & SanClemente, 2010). Por ejemplo, casi el 40% de los hombres estadounidenses entre 18 y 50 años utiliza Internet para buscar información sobre productos cosméticos (Statista, 2015).

Internet es hoy un medio indispensable de acceso a la información, por lo que resulta fundamental que las empresas trabajen en desarrollar contenidos que incrementen el tráfico hacia sus Webs y aseguren el éxito de éstas (Saeed, Grover & Hwang, 2005; Hasley & Gregg, 2010; Hoekstra, Huizingh, Bijmolt & Krawczyk, 2015). Sin embargo, la mayoría de los consumidores acude principalmente a las Webs de los distribuidores (y no de los fabricantes) para buscar información sobre los productos cuya compra está considerando (Edelman, 2010). Estas Webs limitan la capacidad de las marcas para diferenciarse entre sí y proyectar adecuadamente su identidad.

Por ello es preciso que las marcas reformulen los contenidos de sus Webs para asegurar su fiabilidad, adecuarlos a las verdaderas necesidades de información de los consumidores, mejorar la experiencia de éstos y el tráfico en la propia Web y, en definitiva, incrementar la satisfacción y la lealtad con la marca y sus productos.

Este trabajo presenta los resultados de un estudio centrado en analizar la fiabilidad de las distintas fuentes de información consultadas por los consumidores de productos de cosmética selectiva masculina en su proceso de decisión de compra, sus actitudes hacia la compra de dichos productos en Internet, y los contenidos demandados en las Webs de las marcas correspondientes para responder a sus necesidades de información.

Precisamente la literatura sobre la comunicación con el consumidor en general y la comunicación on-line en particular es, en dicho sector, muy reducida, a pesar del fuerte crecimiento de las ventas en los últimos años, de la creciente incorporación de nuevas marcas en la oferta comercial y del continuo desarrollo de Webs especializadas en la distribución de cosméticos. De hecho, un tercio de los hombres en USA dedica ya más de 30 minutos diarios a su cuidado personal, y se espera que este mercado continúe creciendo hasta el 2018 (Elani, 2013).

Palabras clave: Comunicación en Internet - Contenidos Web - Fiabilidad de Webs B2C - Cosmética Masculina

LA ADAPTACIÓN A LOS STAKEHOLDERS DE LAS EMPRESAS PORTUGUESAS DEL SECTOR DE LA MODA. EL CASO DE LAS WEBS CORPORATIVAS

AUTORAS

Ana Castillo Díaz y Ana Sofía André Bentes Marcelo

Universidad de Extremadura (España) e Instituto Politécnico de Castelo Branco (Portugal)

acasdia@alcazaba.unex.es y ana.marcelo@ipcb.pt

Proyecto financiado por el Gobierno de Extremadura y Fondos Feder de la UE

Justificación: Las estrategias de gestión de las empresas de moda son un tema de gran interés por el impacto que ejerce este sector en la economía mundial. A través de la utilización de las tecnologías de información y comunicación, las empresas del sector de la moda, siguiendo el ejemplo de otros sectores de actividad, buscan obtener una posición ventajosa en el actual contexto de la economía digital.

Los cambios acontecidos en el ámbito empresarial por la influencia de Internet y la WWW exigen una nueva postura a las empresas, en particular a aquellas que compiten en un mercado tan globalizado como es el de la moda. Estas organizaciones se encuentran ante el reto de enfocar de manera precisa las estrategias que articulen la comunicación digital con cada uno de sus interlocutores, llegando a plantearse la necesidad de establecer una comunicación realmente segmentada en función de las demandas e intereses particulares de sus *stakeholders*.

Objetivo: El presente trabajo trata de analizar el estado actual de la utilización de las web corporativas, y otros soportes de comunicación *online* oficiales de los diseñadores de moda portugueses, como instrumento estratégico de comunicación adaptado a sus diferentes públicos estratégicos.

Metodología: La investigación presenta una metodología que aúna el carácter cualitativo y cuantitativo. En un primer momento, se parte de una búsqueda bibliográfica y su respectiva revisión crítica con el objetivo de conocer el estado actual y la evolución de la investigación sobre el tema de estudio. En un segundo momento, tras la definición de una serie de parámetros e indicadores a observar, se procedió a la realización de un estudio empírico, empleando la técnica del análisis de contenidos. El estudio se centró en los datos obtenidos a través de la revisión de las páginas corporativas de veinticuatro (24) diseñadores de moda portugueses.

Resultados: A través del análisis efectuado ha sido posible determinar que los diseñadores de moda portugueses están atentos a los intereses y a las necesidades de sus públicos estratégicos, buscando establecer un diálogo con cada perfil de usuario. Esto se posibilita gracias a la presencia en las páginas webs de herramientas de contacto con el diseñador, así como de un conjunto de plataformas que permiten que la gestión de las marcas de los diseñadores de moda resulte de un proceso colaborativo, basado en una relación dialógica con los diferentes usuarios. Aunque este hecho contribuye de forma decisiva a estrechar la relación con la marca, se aprecian también indicios de que no existe un pleno aprovechamiento de las posibilidades reales que ofrece el entorno digital.

Palabras claves: Marca – Moda – Sede web – Portugal

EL MERCANTILISMO Y LA EMPRESA PERIODÍSTICA

AUTORA

Nereida Cea Esteruelas

Universitat Oberta de Catalunya (España)

nereidacea@gmail.com

Los medios de comunicación están cada vez más ligados económica y organizativamente a intereses industriales, comerciales y, en mayor medida, financieros (Almiron, 2011; Almirón & Segovia, 2012). La mayor parte de los cambios que viene experimentando la industria de los medios vienen a añadir tensión entre las dos tendencias o modelos que representan los medios de comunicación: el modelo de mercado y el modelo de esfera pública (Croteau&Hoynes, 2001).

En el artículo, a partir de varios estudios, se describe ese proceso de degradación de la esfera pública y reemplazo por un mercantilismo globalizador. Como contrapeso a los cambios que experimenta la industria de los medios, describe el contexto actual que caracteriza los mercados de la comunicación y se propone una revisión del concepto de empresa de comunicación.

El primer reto al que se enfrentan las empresas es de índole económica. Por otra parte, el nuevo contexto del sector, impulsado por los cambios que introduce la digitalización y el surgimiento de nuevos modelos comunicativos, establece importantes mutaciones en el modelo competitivo y sitúa a los grupos de comunicación, y más especialmente a las empresas periodísticas ante el reto de adaptar su modelo para competir en el mercado digital. Por otra parte, el nuevo contexto del sector, que establece importantes cambios en el modelo competitivo, sitúa a los grupos de comunicación, y más especialmente a las empresas ante el reto de adaptar su modelo ante la competencia de nuevas empresas de comunicación, más cercanas a las empresas tecnológicas, tales como Google o Yahoo!.

Ante este mercantilismo arrollador que está afectando profundamente el sector de los medios de comunicación, parece pertinente proponer reflexiones y enfoques que subrayen y pongan en primer plano el fundamento de la empresa periodística y su naturaleza específica. Al respecto, la literatura académica relacionada con la teoría del desarrollo organizacional coincide en señalar que toda empresa responde al modelo de organización humana, como modelo específico dentro del conjunto de organizaciones humanas (Pérez, 2000:14). Además, la empresa de comunicación es, como no puede ser de otra manera, una institución económica. De la misma manera, las características propias de la empresa lo son a la empresa de comunicación, aunque en este segundo caso adquiriera unos rasgos específicos, ya que junto al fin natural de obtener beneficios, se rige por otro fin específico que es el de cumplir con la función social de servir como mediadora entre la realidad y su público.

El constante crecimiento de las empresas de comunicación, abarcando nuevos mercados y cruzando fronteras, ha llevado a las empresas a una mayor complejidad en su gestión y a unas necesidades de inversión que han requerido, en muchos casos, la entrada en el capital de nuevos inversores y, en otros, incluso, también mediante la financiación a través de los mercados bursátiles. Por ambos motivos, se ha ido creando a la par un equipo de gestión distanciado de la dirección, inversionistas y accionistas. Esa separación entre gestión y propiedad es el principal motivo de fricción. Mientras que criterios como la calidad periodística prevalecen en el modelo de esfera pública, estos pierden relevancia ante objetivos de beneficio lícitos y justificados, por otra parte, en toda sociedad mercantil.

Palabras clave: Empresa informativa – Empresa de comunicación – Mercantilismo – Gestión

COMPRENDIENDO LA EDUCOMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES: UN ANÁLISIS DE FACTORES CLAVE

AUTORES

Andrés Chiappe y Vivian Arias

Universidad de La Sabana en Chía (Colombia)

andres.chiappe@unisabana.edu.co y vivian.arias@unisabana.edu.co

La incorporación educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es un fenómeno complejo y ampliamente abordado por la literatura. No obstante la magnitud y diversidad de dicha literatura, es interesante reconocer el poco efecto que las TIC han tenido sobre la generación de transformaciones de fondo en los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Por otra parte, la educación es por excelencia un fenómeno comunicativo. Si bien lo anterior ha sido igualmente abordado por la literatura a partir de la formulación del término *Educomunicación*, la manera como éste término se desarrolla en el contexto de la mediación de las TIC es todavía un campo de estudio emergente, toda vez que el desarrollo tecnológico es aceleradamente cambiante y evoluciona a un ritmo que la educación no es capaz de asimilar con facilidad. En ese sentido, comprender las limitaciones y potencial de los procesos educocomunicativos en diversos entornos mediados por TIC, resulta clave para comprender igualmente la naturaleza de la enseñanza y del aprendizaje que se desarrolla en nuestros tiempos.

Teniendo en cuenta lo anterior, en este artículo se describe un estudio realizado durante dos años y medio en el cual se analizaron 247 experiencias de incorporación educativa de las TIC desde la óptica educocomunicativa. Lo anterior se complementó con un proceso de meta-síntesis de literatura especializada sobre el tema, lo cual permitió identificar diversos factores clave para su desarrollo. El análisis de la educocomunicación se realizó desde 4 categorías: intercambios de información, emociones, contenidos y relaciones entre los actores del proceso educativo. Estas categorías se aplicaron a 5 escenarios distintos de incorporación educativa de las TIC, a saber: apoyo a la presencialidad, procesos híbridos o mixtos (*blended learning*), ambientes virtuales de aprendizaje (*e-learning*), uso de dispositivos móviles (*m-learning*) y a procesos abiertos de formación (MOOC).

Los resultados del estudio mostraron que cada escenario de incorporación educativa de las TIC representa un reto distinto para el diseño y ejecución de los procesos comunicativos que subyacen y caracterizan tanto la enseñanza como el aprendizaje en entornos digitales. En ese mismo orden de ideas, se encontró que los contenidos educativos sujeto del proceso comunicativo deben ajustarse tanto en forma como en fondo dependiendo de las particularidades de cada escenario educativo mediado por TIC. Igualmente se encontró que las emociones, siendo un factor estructural en la efectividad del proceso comunicativo tal y como se menciona en la literatura especializada, resultan particularmente afectadas por el uso de instrumentos tecnológicos como mediadores del aprendizaje. Finalmente, dada la emergencia actual de los MOOC en el ámbito educativo, resulta imperativo profundizar en la manera como la comunicación se manifiesta y determina la acción educativa.

Palabras clave: Educomunicación – Contenidos educativos digitales – Interacción mediada por TIC – Educación y TIC – Comunicación educativa

LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA COMUNITARIA. REFLEXIONES EN TORNO UNA PROBLEMÁTICA DE SOCIEDAD CUBANA ACTUAL

AUTORES

Margarita Amalia Cruz Vilain y Manuel Paulino Linares Herrera
Universidad de la Habana y Academia de Ciencias de Cuba (Cuba)
amaliacruz@fcom.uh.cu y linares@academiaciencias.cu

La investigación que se presenta forma parte del proyecto de doctorado de los autores; aborda un problema poco estudiado desde la comunicación social en Cuba, relacionado con la articulación de la comunicación pública comunitaria y su gestión entre instituciones locales y los actores sociales que conviven en esos espacios.

Se concibe una mirada interdisciplinar, contemplando referentes epistemológicos de disciplinas imposibles de soslayar, como la psicología, sociología, comunicación comunitaria, la filosofía, la comunicología; que puestas en diálogo busca reflexiones integradoras que permiten asumir una concepción de la gestión de la comunicación pública comunitaria fundamentada críticamente.

Hay acercamiento a conceptos como ideología, hegemonía, participación, cultura, y gestión de la comunicación pública fundamentalmente, por ser indispensables para asomarse a una problemática pensada desde la concepción de la participación activa de sujetos implicados en el fenómeno.

Palabras claves: Participación - Gestión de Comunicación - Comunicación Pública - Cultura - Identidad - Hegemonía - Espacio Público - Comunidad

LA WEBSERIE ‘MORTAL KOMBAT LEGACY’

AUTORA

Rocío De las Muñecas San Segundo

U. del País Vasco. Directora de Bilbao Web Fest y la webserie Gifted Corporation (España)
roseofdolls@gmail.com

El universo de las series web está creciendo a un ritmo vertiginoso. La abundancia de las *series web* que se están realizando, unida a la creciente calidad de muchas de ellas, y al vasto seguimiento de la audiencia y consecuente repercusión social de las mismas, hacen de este ámbito casi inexplorado un interesante objeto de estudio. La importancia se deja notar en la inclusión de las mismas en numerosos festivales ya consolidados, así como la creación de nuevos certámenes dedicados a ellas de manera exclusiva.

Es importante reseñar que el medio audiovisual, al igual que Internet, además de ofrecer información de carácter general, está llamado a ser el instrumento básico para la educación del futuro y también del presente. De ahí el enorme interés por investigar este particular.

El principal objetivo del presente trabajo de investigación es explorar el mundo de las *series web*, enmarcándolas en el contexto histórico y social actual, revisando la historia de las mismas para entenderla en sus múltiples facetas, y poder pronosticar su futuro.

Se ha explorado a fondo el caso de la web serie ‘Mortal Kombat Legacy’, una webserie realizada con un presupuesto desahogado para los estudios de *Warner Brothers* y que ha tenido varios cambios de formato a lo largo de su historia.

Se intentará recoger todas sus particularidades, de ahí el interés por las múltiples facetas que inspiran este tipo de obra audiovisual: propiedades técnicas y estructurales, difusión, financiación y sus posibles proyecciones.

Esta *serie web* nace de un cortometraje del mismo director, aunque los personajes proceden de un videojuego anterior. Toda una trayectoria, toda una serie de cambios de formato llevada a cabo por el mismo director, Kevin Tancharoen pero con muchas similitudes tanto en el equipo con el que trabaja, como, también, en el reparto. Parte de un cortometraje con pretensiones de ser convertido en película, pero que creció para ser una *serie web*. Posteriormente, y dado el éxito que esta había cosechado, la *Warner Bothers* decidió invertir en una película que está siendo producida y cuya fecha prevista de estreno es 2013.

Palabras clave: Webserie – Serie web – *Online* – Audiovisual – Mortal Kombat

LOS DOCTORES JONES EN *INDIANA JONES AND THE LAST CRUSADE* (STEVEN SPIELBERG, 1989)

AUTOR

José Díaz Cuesta

Universidad de La Rioja (España)

jose.diaz-cuesta@unirioja.es

Esta ponencia pretende poner en valor las representaciones de masculinidades, principalmente de los dos doctores Jones, en relación tanto con el resto de personajes de este texto fílmico, como con el reflejo de masculinidades en las dos películas anteriores de la saga, ya analizadas en los artículos “Masculinidades en *Raiders of the Lost Ark* (Spielberg 1981)” (Díaz-Cuesta 2005) y “Masculinidades en *Indiana Jones and the Temple of Doom* (Spielberg 1984)” (Díaz-Cuesta 2007).

Para ello se utilizan una vez más los cuatro entornos *-sites-* en los que Pat Kirkham y Janet Thumim cifran las masculinidades en el cine: el cuerpo, la acción, el mundo externo y el mundo interno (Kirkham y Thumim 1993: 11).

El cuerpo del Dr. Henry Walton “Indiana” Jones (Junior) aparece representado en su juventud (pre-doctoral, por tanto) por un actor distinto de Harrison Ford, River Phoenix, quien llegó a esta película con varias apariciones en series de televisión, siendo por ejemplo capaz de representar a un niño disléxico. En *The Last Crusade* su personaje desvela el origen de rasgos importantes de su apariencia, como su látigo, su sombrero y su cicatriz (Díaz-Cuesta 2010: 257). Sean Connery aporta el otro cuerpo del Dr. Henry Walton Jones (Senior). Con la inclusión de este actor escocés de larga trayectoria *-el 007 original-* Spielberg colmaba en parte el deseo que le había impulsado a realizar la primera entrega de la saga, que era dirigir una película del agente James Bond. Los cuerpos de los dos doctores y sus acompañantes se localizan en acción en una variedad de registros, entre los que destacan los planos finales cabalgando, en homenaje a los hombres de John Ford en sus *westerns*.

El entorno del mundo externo gira alrededor del eje hijo-padre que une irremisiblemente a los dos doctores Jones, quienes llegan a haber compartido la misma amante. Según Susan Arostein, “Indiana’s search for his father is more than the search to find and retrieve him. It is, as he must learn, the search both to accept him and, in a very real way, to emulate or become him” (1995: 21). Esa huella del padre está presente también en el mundo interno, como señala el director: “I came up with the father-son story because the Grail is symbolic of finding the truth in one’s life — the truth we are always looking for, consciously or unconsciously. For me, that was represented by Indy and Henry meeting” (Eisenberg 1989: 47).

El final de la película pretende mostrar unas masculinidades tradicionales que combinan fuerza, habilidades y creencias místicas. Queda la duda sobre cómo se comportaría el Dr. Jones Junior con un hijo biológico, algo que se sería desvelado en *Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull* (Spielberg 2008), circunstancia que tendrá que ser analizada en una posterior investigación.

Palabras clave: Steven Spielberg – *Indiana Jones and the Last Crusade* – Masculinidades – Análisis fílmico – Análisis textual

ANÁLISIS DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN LOS CANALES DE YOUTUBE DE LAS ASOCIACIONES MÉDICAS ESPAÑOLAS

AUTORES

Joan Frigola Reig, Ana M^o Palomo Chinarro y Guillem Marca Francés

Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)

joan.frigloa@uvic.cat, anna.palomo@uvic.cat y guillem.marca@uvic.cat

La red se ha convertido en la principal fuente de búsqueda de información y cada vez con más frecuencia los usuarios consumen contenidos sobre salud. Por otro lado es un hecho que en internet cada vez más los contenidos son audiovisuales y que YouTube es la plataforma más importante teniendo en cuenta que cuenta con más de mil millones de usuarios registrados; que cada día se ven cientos de millones de horas de vídeo y se generan miles de millones de reproducciones; se suben a YouTube 300 horas de vídeo por minuto y actualmente la mitad de las reproducciones de esta plataforma se consumen en dispositivos móviles.

El mayor uso de las herramientas 2.0, como YouTube, ha empoderado a los usuarios/pacientes para que busquen y encuentren información sobre aspectos relacionados con la salud llegando a poder compartir sus contenidos y a crearlos. Por esta razón a día de hoy existe un creciente número de instituciones médicas que están creando y empezando a gestionar esta plataforma para divulgar y compartir información sobre el ámbito de la salud. Estos contenidos audiovisuales cada vez tienen más visitas y muchos usuarios recurren a ellos como fuente oficial de información. La difusión de esta información tiene muchas ventajas, como llegar a gran cantidad de usuarios y de una forma rápida, bajo coste económico en la difusión y gratuidad para el consumidor, facilidad de interacción, pero también tiene algunos inconvenientes ya que en algunos casos no se citan las fuentes, los autores no se identifican, no se fundamentan sobre hechos científicos por esta razón de ponen en duda la calidad de estos contenidos audiovisuales.

En la actualidad existen prestigiosas instituciones sanitarias a nivel mundial que gestionan sus, propios o de otros, contenidos audiovisuales en sus canales de YouTube para comunicarse con su público y gestionar la información sobre salud (eSalud). Según el Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad español en España hay 139 sociedades médicas y de estas, 69 (49,65%) de ellas están presentes en alguna plataforma de las redes sociales más relevantes (Twitter, Facebook y YouTube), pero sólo 13 (9%) tienen canal en YouTube. La presente investigación ha realizado un análisis del contenido audiovisual de los clips de vídeo de la plataforma de vídeo online (YouTube) de las asociaciones médicas españolas que disponen de este servicio 2.0. Obteniendo resultados sobre la calidad de los contenidos que almacenan, dichas sociedades en su canal y analizar posibles mejoras en el mensaje, el lenguaje y la producción audiovisual.

Palabras clave: YouTube - Contenidos audiovisuales - Usuarios - Salud - Sociedades Médicas

LA EXPANSIÓN DE LOS VÍDEOS DE 360 GRADOS EN YOUTUBE Y SU CONSUMO EN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES

AUTORES

Jorge Gallardo Camacho y Eva Lavín de las Heras

Universidad Camilo José Cela (España)

jgallardo@ucjc.edu y elavin@ucjc.edu

El lenguaje audiovisual se transforma en las pantallas secundarias (teléfonos y tabletas) a través de fenómenos como la expansión del consumo del vídeo en 360 grados. En esta comunicación analizaremos la eclosión de los vídeos esféricos que permiten modificar el punto de vista del espectador durante toda la reproducción de la obra audiovisual.

Para ello nos centraremos en la red social de vídeos Youtube que desde marzo de 2015 permite subir y visualizar este tipo de vídeos. Su principal característica es que permite la navegación del espectador dentro del montaje lineal a través del desplazamiento del ratón en el ordenador o, simplemente, a través del movimiento del dispositivo móvil para ver diferentes partes de la escena.

Analizaremos la evolución tecnológica, la difusión y el alcance de este nuevo tipo de vídeos principalmente en teléfonos móviles y tabletas digitales ya que modifican la experiencia del espectador audiovisual. El género que potencialmente parece beneficiarse a priori en el ámbito audiovisual es el videoclip ya que es un tipo de contenido que invita a ser visto en varias ocasiones asegurando nuevas experiencias visuales en función del encuadre seleccionado en 360 grados.

Además observamos que esta nueva tecnología de grabación influye directamente sobre el contenido que queda supeditado a un planteamiento narrativo audiovisual que debe tener en cuenta la posibilidad de que el espectador vea toda la escena. La forma, al menos en esta fase de eclosión, está por encima del cómo o del qué se cuenta.

Palabras clave: Vídeos esféricos – 360 grados – Teléfonos inteligentes – Tabletas – YouTube – Redes sociales

LA PARTICIPACIÓN DE LA AUDIENCIA EN LOS CIBERMEDIOS. ANÁLISIS DE LA IMAGEN DE LA MUJER EN LOS COMENTARIOS DE NOTICIAS DE EDUCACIÓN

AUTORES

Santiago Gallur Santorum y Berta García Orosa

U. de Ciudad Juárez (México) y U. de Santiago de Compostela (España)

santiagotgs@hotmail.com y bertago@gmail.com

La investigación presentada en este artículo se sitúa en los estudios sobre participación en medios y, concretamente, en los análisis sobre contenido generado por los usuarios. La literatura reciente sobre medios de comunicación destaca el potencial de la interacción en los cibermedios como elemento necesario en la democracia y muestra el desarrollo de opciones y visibilidad de esa participación (Fondevila, 2012; García de Torres, 2011; Negredo, 2013; De Kayser y Raeymachers, 2008). Pero, al mismo tiempo, advierte de la brecha establecida entre los usuarios con diferentes posibilidades de participar y cuestiona en algunos casos la libertad de intervención permitida por los medios.

En este contexto, los autores proponen un estudio sobre la imagen de la mujer creada en los cibermedios españoles a través de los comentarios realizados a las noticias del ámbito educativo. En estudios anteriores, indicamos que la presencia de la mujer en los medios de comunicación ha aumentado, todavía es menor a la de los hombres y tienen escasa visibilidad en portada (Marín, Armentia, Caminos, 2011; Aladro, Padilla, Requeijo, Semova, García, García, Viñarás, 2014; Gómez y Patiño, 2011). La figura de la mujer continúa mayoritariamente relegada a secciones blandas de los medios (Gallego, 2013; Marín, Ganzabal, 2011) y, en general, su imagen continúa siendo estereotipada y con un enfoque reducido a los roles tradicionales (Tous, Meso, Simelio, 2013). En este trabajo se realiza un análisis de contenido de los comentarios realizados por los usuarios en la noticias sobre educación de los diarios digitales: *El País*, *ABC*, *El Mundo*.

Palabras clave: Participación - Cibermedios - Género - Educación - Periodismo

LOS PERIODISTAS COMO PROTAGONISTAS DE LAS NOTICIAS DE SUCESOS EN MÉXICO. EL PROCESO DE CONSOLIDACIÓN DE UN NUEVO “GATEKEEPER”

AUTOR

Santiago Gallur Santorum

Universidad de Ciudad Juárez (México)

santiagotgs@hotmail.com

Desde 1983, fecha en la que comienzan a recogerse datos, más de 150 periodistas han sido asesinados en México. Además de las consecuencias obvias para los profesionales de la información, a la vez, en los últimos años se empiezan a percibir los primeros efectos directos sobre la profesión (Reporteros sin fronteras, 2012; Reporteros sin fronteras, 2011; Reporteros sin fronteras, 2010). Uno de los más evidentes y graves es la aparición de un nuevo “gatekeeper” en el periodismo (Centro de Periodismo y Ética Pública, 2009).

Este término normalmente hace referencia a una tarea básica para los profesionales de la información: la selección de aquellos acontecimientos que cumplen los requisitos necesarios como para convertirse en noticias según los criterios determinados por el medio y sus periodistas. El problema es que el hecho de que la violencia derivada de la guerra contra el narco en el 2006 provocase que los periodistas comenzasen a ser atacados (Article 19, 2007; Article 19, 2010; Article 19, 2012, Article 19, 2013), tiene como consecuencia que el papel de “gatekeeper” pasa a ser ocupado por personas ajenas al periodismo en algunos medios de comunicación (Centro de Periodismo y Ética Pública 2013).

Así la gravedad de esta situación a partir de 2006 ha sacado a la luz una problemática a la que los periodistas de todo el mundo se enfrentan diariamente (Human Rights Watch, 2011, p. 32-36): por realizar su bien su trabajo muchos profesionales de la información son asesinados. Concretamente, en la década del 2000 unos 141 periodistas fueron asesinados en todo el mundo a manos del crimen organizado por ejercer su profesión: investigar y sacar a la luz todo tipo de situaciones que muchos grupos de poder legal o ilegal quieren mantener ocultas (Reporteros Sin Fronteras, 2011, p.2).

Todo esto teniendo en cuenta que el periodista a veces puede llegar a convertirse, voluntaria o involuntariamente, en un actor dentro de una situación de conflicto (Borrat, 1996, p. 16), y por lo tanto de su labor ética y moral no sólo depende el derecho a la información de la sociedad sino su propia vida, aunque de forma inversamente proporcional: Cuanto más investigue el periodista (y por lo tanto más cumpla su obligación ética de garantizar el derecho a la información), más riesgo correrá de sufrir amenazas, agresiones o incluso de ver en peligro su propia vida (Human Rights Watch, 2011; Reporteros sin fronteras; 2012; Reporteros sin fronteras, 2011; Reporteros sin fronteras, 2010). Esto, que en las décadas anteriores al 2000 era algo sabido, en los últimos dos años se ha convertido en México en una realidad diaria palpable. Así, el país pasó en 2010 del puesto 136, a ocupar el puesto 149 en 2011 de la lista de Reporteros Sin Fronteras que evalúa la peligrosidad del ejercicio del periodismo, situándose así entre los 30 países de todo el mundo con menor libertad de prensa (Reporteros sin fronteras, 2010, p.58-60; Reporteros sin fronteras, 2011, p. 85-90).

Palabras clave: Noticias en México - Periodistas de sucesos - *Gatekeeper* - Ética periodística

UN NUEVO MARCO TEÓRICO: EL ESTADO DE LA CUESTIÓN EN COMUNICACIÓN Y MARKETING EXPERIENCIAL

AUTORA

María Galmés Cerezo

Universidad Internacional de La Rioja (España)

maria.galmes@unir.net

Actualmente, tanto en el ámbito académico como en el profesional, es frecuente el uso del término “experiencial” para hacer referencia a conceptos relacionados con las estrategias de comunicación y de marketing de las marcas. Es un concepto innovador que se utiliza sin precisión teórica llevando a una interpretación indeterminada del mismo.

En el presente artículo se realiza un análisis documental sobre la “comunicación experiencial”, el “marketing experiencial” y las “experiencias de marca” que identifica las principales líneas de investigación en este campo. En esta primera revisión se han consultado más de setenta recursos bibliográficos que delimitan las principales tendencias en este campo, fundamentalmente de procedencia anglosajona.

En esta labor investigadora, se percibe que los conceptos con mayor vinculación al término “experiencia” son: comunicaciones de marca, marketing digital, marketing relacional, organización de eventos, punto de venta y atención al cliente. De igual modo, se pone de manifiesto que las principales investigaciones académicas se enfocan en el diseño y evaluación de las experiencias de los clientes, así como en la relación entre la experiencia de marca y otros parámetros de la misma.

De hecho, el comienzo de la producción científica y profesional en este campo es reciente, por ello la gran parte de la documentación utilizada se ubica temporalmente a partir del año 2010. Y, los principales exponentes de esta corriente incipiente son Bernd H. Schmitt - presidente del *Center on Global Brand Leadership* de la Universidad de Columbia – y Max Lenderman – fundador de IXMA, Asociación Internacional de Marketing Experiencial.

Podemos decir, entonces, que la producción de investigaciones aplicadas en este campo es limitada, probablemente debido a una falta de consenso conceptual y a la desordenada aplicación profesional de todo lo relacionado con la experiencia del cliente.

Por esta razón, se hace necesario sentar las bases teóricas que permitan definir un estado de la cuestión con el fin de delimitar claramente la realidad del “marketing experiencial” y sus posibles ámbitos de aplicación.

Palabras clave: Experiencia - Comunicación experiencial - Marketing experiencial - Análisis documental - Marco teórico

EL FALSO DOCUMENTAL Y LA DESACTIVACIÓN DE LA SOSPECHA

AUTORES

Pedro Javier Gómez Martínez y Manuel Casal Balbuena

Universidad Francisco de Vitoria de Madrid (España)

p.gomez.prof@ufv.es y m.casal.prof@ufv.es

Financiada por la universidad Francisco de Vitoria, a través del proyecto competitivo denominado “Innovación docente en los contenidos de Narrativa Audiovisual: la enseñanza del género narrativo y sus implicaciones éticas”, esta investigación da cuenta del actual estado del “Falso documental” o *mockumentary*, poniendo especial énfasis en la definición conceptual de este género, cada vez más híbrido entre el documental y la ficción, el establecimiento de sus límites y promoviendo a la vez una reflexión sobre sus implicaciones morales a partir de la siguiente hipótesis: el falso documental prioriza hoy entre sus más claras señas de su identidad, lo insólito frente a lo verosímil.

Como consecuencia de ello tiende a provocar tres efectos en los públicos receptores: por un lado, la negación de la realidad conocida; por otro, la desafección a la verdad que se concreta en forma de escepticismo y, en tercer lugar, cuando el espectador comprueba la falsedad de la hipótesis planteada por el documental - y sólo en estos casos-, tiene lugar lo que hemos denominado en nuestra investigación la **desactivación de la sospecha**, tercer paso en la relación entre la obra y su público.

Paradójicamente y más allá de lo que se ha venido sospechando siempre de este género, que es un modo de ironizar sobre la realidad, el falso documental se genera a partir de esa sospecha, pero sin embargo puede trivializarla hasta el punto de contrarrestar su credibilidad o hacerla inverosímil lo que conduce, de algún modo, a la restitución del orden ideológico puesto en evidencia.

El trabajo se centra en dos casos paradigmáticos (Operación Luna, “*Dark Side Of The Moon*”; William Karel, 2002 y *Operación Palace*; Jordi Évole, 2014) recientemente comparados por otros autores (Quintas-Froufe, González-Neira y Díaz-González), nuestro trabajo analiza los recursos de verosimilitud utilizados en ambos casos y los posibles efectos en los públicos a los que ambos textos audiovisuales van dirigidos. Así mismo se propone una metodología cuasi-experimental para la confirmación de la hipótesis planteada, ampliamente desarrollada en la ponencia.

Palabras clave: Narrativa – Documental – Mockumentary – Comunicación Persuasiva

VIOLENCIA MACHISTA E INFORMATIVOS DE TELEVISIÓN: FALTAN VOCES ACREDITADAS

AUTORES

Elisa González Galán y Susana Moreno Pachón
Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)
egonzalez@ucjc.edu y smoreno@ucjc.edu

La violencia machista es un problema del que se vienen ocupando los poderes públicos con especial intensidad en el último quinquenio. Desde los medios de comunicación también se han llevado a cabo esfuerzos por informar mejor de esta terrible lacra, y han sido numerosos los colectivos profesionales que han publicado códigos deontológicos al respecto. Sin embargo, la violencia contra la mujer ocupa puestos muy bajos en el ranking de principales preocupaciones de los españoles, tal y como reflejan los sucesivos barómetros del Centro de Investigaciones Sociológicas. Esta baja percepción social indica que los medios de comunicación — y en especial la televisión como principal fuente de información de los ciudadanos— no logran penetrar a fondo en la conciencia social.

Si bien los informativos de las cadenas nacionales españolas han seguido unas pautas deontológicas básicas para que las noticias sobre violencia machista se alejen del perfil de noticia de sucesos, la falta de voces acreditadas provoca, a nuestro juicio, que cada muerte de una mujer por malos tratos se convierta en “una más” en el imaginario colectivo, sin llegar a provocar la repulsa popular.

La ponencia que se quiere trasladar al Congreso indaga en una línea de investigación de vanguardia: el análisis de las declaraciones en las noticias sobre violencia contra la mujer. El estudio que se pretende presentar arroja el análisis de todos los informativos de las cadenas de televisión nacionales (TVE, A3, T5, Cuatro y La Sexta) a lo largo del año 2012. ¿Cuáles son las declaraciones que suelen sucederse en este tipo de noticias? ¿Cuentan los periodistas con la opinión de voces acreditadas?. Estas son las dos grandes preguntas que nos planteamos ya que resulta fundamental en la profesión contar con periodistas que tengan una visión de conjunto de la realidad social sobre la que versa la noticia.

Las voces acreditadas en el caso de violencia machista son las de abogados, jueces, policía, políticos o miembros de asociaciones de mujeres, que conocen en profundidad este problema y cuyas opiniones ayudan a entender realmente la magnitud del mismo. Dichos expertos aparecen en menor proporción que otras voces menos acreditadas como las de vecinos, allegados o familiares, que no se ajustan a hechos objetivos sino que suelen especular — de manera inconsciente— con la relación víctima agresor, o simplemente buscan un instante de gloria frente a la cámara.

Debemos tener en cuenta que sin opiniones expertas es muy difícil trasladar el suceso aislado de una muerte por malos tratos al contexto de una realidad que afecta a miles de mujeres en el mundo. De ahí la importancia de analizar cómo se componen hoy en día las noticias —tal y como pretendemos trasladar en la ponencia—, y desde ese conocimiento poder indicar cuáles serían los mejores modo de abordar este tipo de noticias.

Palabras clave: Violencia machista – Televisión – RSC televisiva – Deontología informativa – Voces acreditadas

ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS PARA EL ESTUDIO Y DIFUSIÓN DE LOS VALORES PATRIMONIALES DEL DEPARTAMENTO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN DEL MUSEO MUNICIPAL DE GUANABACOA

AUTORES

Armando González Roca e Islenis Ravelo Massó

Museo Histórico de Guanabacoa (Cuba)

amaliacruz@fcom.uh.cu

Los antecedentes del actual Departamento de información y Documentación del Museo Municipal de Guanabacoa se remontan al siglo XVII. En esta época remota se fundó el primer archivo que tuvo el ayuntamiento de la localidad. Estudiar y organizar sí sistemáticamente estas abundantes fuentes documentales ha sido ardua labor emprendida por varias generaciones de historiadores e investigadores locales. A pesar de los frutos innegables de tan loable esfuerzo, este empeño es todavía una tarea inconclusa y una asignatura pendiente para los profesionales de hoy.

Nuestro departamento no solo ha custodiado celosamente documentos de inestimable valor patrimonial, sino que además ha implementado diversas iniciativas académicas que han contribuido a la trasmisión de la historia local y nacional. Esta estrategia comunicativa se ha concretado fundamentalmente en la realización de coloquios, simposios, exposiciones y conferencias dirigidas a docentes, alumnos y públicos en general.

Estas acciones han coadyuvado también a la adecuada valorización de nuestro patrimonio para ilustrar mejor su importancia histórico-cultural. Sin embargo, la aplicación de estas estrategias comunicativas ha resultado insuficiente para frenar el avanzado estado de deterioro de la riqueza sociocultural que atesora la villa de Pepe Antonio. De esta lamentable manera realidad no escapa el patrimonio documental, lo cual pone en peligro la conservación y difusión de parte de la memoria nacional contenida en aquellas vetustas páginas de los siglos pasados.

Palabras clave: Estrategia Comunicativa - Comunicación - Información

PRINCIPIOS INSPIRADORES DE LA AGÊNCIA DA BOA NOTÍCIA GUAJUVIRAS (BRASIL): LA CONTRIBUCIÓN DEL PERIODISMO CIUDADANO A LA DEMOCRATIZACIÓN INFORMATIVA EN SECTORES MARGINADOS

AUTORES

Guillermo Gurrutxaga, María José Cantalapiedra y Leire Iturregui

Universidad del País Vasco (España)

guillermo.gurrutxaga@lanbide.eus, mariajose.cantalapiedra@ehu.eus y leire.iturregui@ehu.eus

La Agência da Boa Notícia Guajuviras (ABNG) nace en 2010 en la ciudad de Canoas (Río Grande do Sul, Brasil). Es un proyecto de comunicación concebido para prevenir la violencia entre los jóvenes de Guajuviras, un barrio que en 2009, antes del nacimiento de la ABNG, registraba 70,8 homicidios por cada 100.000 habitantes frente a los 47,5 del conjunto de Canoas. El 21,5% de esas muertes violentas tuvieron como víctimas a personas de entre 15 y 24 años. Durante cuatro meses, la ABNG forma a jóvenes y adolescentes en los fundamentos más básicos de la comunicación y el periodismo y les dota de la autonomía necesaria para su ejercicio a través de la utilización de instrumentos y herramientas para recoger y crear noticias (el teléfono móvil, la cámara fotográfica y de vídeo...) así como para su difusión (uso de *blogs*, Youtube, Facebook...).

Este artículo desgana la aportación al proyecto de los distintos movimientos y propuestas conceptuales surgidas como respuesta a la demanda de una comunicación más democratizadora, necesidad de la que parte la ABNG en su objetivo por contribuir a rebajar los índices de violencia juvenil en Guajuviras. Para ello exprime las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías en la creación y difusión de contenidos por personas no profesionales de la comunicación, agentes activos de lo que actualmente se denomina periodismo ciudadano. No obstante, el artículo concluye también que la ABNG recoge el testigo de la comunicación popular, movimiento con arraigada tradición en América Latina y específicamente en Brasil durante la dictadura militar (1964-1985).

Ello, sin que pueda encuadrarse como medio alternativo, puesto que se trata de un proyecto nacido desde las propias instituciones. Al mismo tiempo, su visión formativa entronca con la concepción de la “pedagogía liberadora” de Paulo Freire, inspiradora de la comunicación popular. Y responde también a la necesidad de instruir a los propios comunicadores y al público, de la que el periodismo cívico hizo uno de sus principales estandartes en su surgimiento en Estados Unidos en torno a los años 90. Para ello la ABNG cuenta entre su profesorado con profesionales de la comunicación y la docencia universitaria. Pero tampoco el trabajo de la ABNG puede considerarse estrictamente como periodismo cívico, puesto que este último surgió y se desarrolla en el seno de la profesión y quienes participan en ella no son periodistas profesionales sino periodistas ciudadanos.

Palabras clave: Periodismo ciudadano - Democratización de la información - Comunicación popular - Periodismo cívico

LOS PATRONES DE NAVEGACIÓN Y LECTURA DE LOS USUARIOS DE DIARIOS ESPAÑOLES

AUTORES

Borja Gutiérrez Merelles y Lidia Maestro Espínola

Universidad Internacional de La Rioja (España)

borja.gutierrez@uni.net y lidia.maestro@unir.net

Las búsquedas realizadas en internet representan un punto de inflexión para las audiencias obtenidas por los diarios digitales. Nunca en su historia la prensa ha gozado de un número tan elevado de lectores que se conjuga con la ruptura del equilibrio económico. En este contexto, las herramientas de analítica web proporcionan una ingente cantidad de información, capaz de agregar valor transformable en resultados monetarios.

El conocimiento del lector adquiere una entidad determinante en las estrategias periodísticas y empresariales para cualquier empresa de comunicación. El *Big Data* ofrece datos carentes de sentido y significado, si el tratamiento de los mismos se realiza sin el rigor y la entidad que requieren. Es necesario un análisis profundo que impida que los media se queden en la superficialidad del dato. La obligada aplicación de técnicas innovadoras presentes en el campo de la analítica web mejora la segmentación avanzada del tráfico de búsqueda. A menudo se comete el error de realizar el tratamiento de la información como un “todo”.

Hemos asistido a las diferentes polémicas entre Google y el sector de la prensa, con un trasfondo económico proveniente de los ingresos de publicidad que proporcionan las búsquedas. Ante los diferentes dilemas, Google siempre ha defendido su sistema de búsqueda, que esté basado en dos etapas. En la primera, el buscador rastrea la web mediante las arañas que clasifican y almacenan páginas relacionadas con unas palabras clave, determinadas por los dispositivos donde el usuario navega. Posteriormente, cuando el usuario ha introducido un determinado criterio de búsqueda devuelven como resultado los sitio web que inicialmente habían sido relacionados con dichos criterios. El trasfondo de la polémica viene determinado por los ingresos provenientes de la publicidad; unos flujos económicos que necesita, más que nunca, la prensa escrita. Se hace necesaria la investigación dirigida a la optimización de resultados basados en los patrones de navegación y lectura de los usuarios de prensa digital, que mejoren además otros condicionantes: como el incremento del precio de los espacios publicitarios y la definición de modelos de negocio que proporcionen una mayor rentabilidad.

Dentro de los departamentos de desarrollo digital de las empresas periodísticas el uso de la herramienta de analítica más extendida hoy en día es *Google Analytics*, un software de medición nos permite establecer una tipología de nuestra audiencia según la búsqueda que realizan los lectores digitales. Esta investigación muestra el estudio de más de 6.700 sesiones en un sitio web de noticias, así como la catalogación de más de 500 palabras clave de acceso. Los resultados obtenidos demuestran que, dependiendo de los términos introducidos por la (nuestra) audiencia (introduce) en los buscadores se modifican los patrones de navegación y lectura dentro del medio de comunicación online. Esta realidad afecta directamente a los resultados y a la viabilidad económica del medio por su influencia en la comercialización de espacios publicitarios. De esta forma, los medios pueden utilizar esta información para segmentar, optimizar la calidad del tráfico de sus páginas y mejorar el valor de los contenidos periodísticos.

Palabras clave: Patrones de navegación - Lectores - Diarios digitales - Analítica web

IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES (SEO) PARA LOS CIBERMEDIOS

AUTORES

Mar Iglesias García y Lluís Codina

Universidad de Alicante y Universidad Pompeu Fabra (España)

mar.iglesias@ua.es y lluis.codina@upf.edu

Este trabajo forma parte del proyecto "Audiencias activas y periodismo. Interactividad, integración en la web y buscabilidad de la información periodística". CSO2012-39518-C04-02. Plan Nacional de I+D+i, Ministerio de Economía y Competitividad (España).

La forma de consumir información ha cambiado con la llegada de Internet, que es actualmente una de las fuentes más habituales para acceder a las noticias. Así, un 34,9% de los internautas españoles se conecta a diario a los medios de comunicación y más de la mitad (57,8%) lo hace al menos una vez a la semana (IAB, 2015).

Una parte del tráfico de Internet depende en gran medida de los motores de búsqueda, y muchos internautas los utilizan como una herramienta básica de navegación y de filtro para las noticias. Por ello, la visibilidad de los cybermedios y sus noticias a través de los buscadores se ha convertido en un ingrediente necesario para su supervivencia. Los principales buscadores impulsan una gran cantidad de tráfico a los cybermedios y son también un punto de entrada. Según un estudio de Guillaume Sire (2014), entre un 30% y un 40% del tráfico de los cybermedios franceses procede de los buscadores.

Esto plantea nuevos retos a los cybermedios, que deben ser conscientes de la necesidad de encontrar lectores para las noticias también a través de los motores de búsqueda y sin confiar en que todo su tráfico provenga de la navegación directa (Giomelakis, 2015). Para ello se hace necesario tener en cuenta tanto el Search Engine Optimization (SEO), es decir, aplicar técnicas de posicionamiento en buscadores a la hora de escribir y editar noticias, como la experiencia de usuario en la optimización de la navegación, porque influye en su permanencia en el sitio. Las noticias son indexadas por los buscadores y compiten entre sí, y es obvio que aparecer en la parte superior de la página de resultados es esencial (Dick, 2011), por lo que el SEO tiene un impacto significativo en el tráfico de los cybermedios (Richmond, 2008). Por otro lado, una buena experiencia de navegación reduce la tasa de rebote de los usuarios y aumenta su tiempo de permanencia, lo que influye a su vez en el SEO.

El objetivo de esta investigación es mostrar las características del SEO aplicadas a los cybermedios y la repercusión que puede tener, así como la importancia de hacer partícipes a los periodistas de las claves básicas del posicionamiento. Por un lado, las rutinas periodísticas han cambiado en algunos aspectos, y cabe destacar la importancia de etiquetar y usar metadatos y palabras clave a la hora de redactar la información. Por otro lado, la adecuada combinación de metadatos y arquitectura de la información determinan la experiencia de usuario en la navegación y, de este modo, las posibilidades de éxito global de los cybermedios en cuanto a visibilidad y posicionamiento.

Palabras clave: Cybermedios - Buscadores - Posicionamiento - SEO - Visibilidad

MUJERES Y SERIES DE FICCIÓN EN EL SIGLO XXI. EL CASO DE SEXO EN NUEVA YORK

AUTORA

Ana Lanuza Avello

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

ana.lanuzaavello@ceu.es

La enorme popularidad que alcanzó la serie *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, 1998–2004) creada por Darren Star para la HBO, nos anima a acercarnos a sus personajes protagonistas, una de las claves de su éxito. Tal y como sostiene su productor, *Sexo en Nueva York* pretende ser un proyecto feminista y trasladarnos la imagen de una mujer independiente y liberada. La trama gira en torno a las peripecias de cuatro amigas, Carrie Bradshaw, Samantha Jones, Miranda Hobbes, y Charlotte York, cuyos roles vienen a representar cuatro posibles estados de la mujer contemporánea. A través del análisis de los capítulos que conforman las 6 temporadas de la serie y de la evolución de las cuatro protagonistas comprobamos si estos personajes consiguen mantenerse fieles a la imagen que en un primer momento transmiten, la de mujeres independientes y autónomas, que han conseguido un fuerte control sobre todos los aspectos de su vida, y con ello la realización personal y la felicidad.

Para escribir este artículo, hemos realizado un importante trabajo de documentación y recurrido a diversas fuentes escritas y audiovisuales centradas en tres esferas básicas: la mujer, el mundo audiovisual y la serie *Sexo en Nueva York*. Hemos realizado un análisis de los capítulos que componen las seis temporadas, atendiendo a los temas tratados y a cómo los personajes se enfrentan a dichos temas. Posteriormente hemos seguido un patrón de análisis de los personajes a través de los siguientes aspectos: rango de edad, ocupación, aspectos que definen su personalidad, ideales y aspiraciones, visión de la amistad, postura frente al matrimonio y la maternidad, y aspectos con los que identifica el amor. Todo esto nos ha permitido comprobar qué punto los personajes son fieles a la premisa de la que parten al comienzo de la serie y si las críticas que la producción ha recibido están o no justificadas.

Nos encontramos frente a una serie que ensalza un universo femenino de fraternidad incondicional. Si repasamos detenidamente las trayectorias de las protagonistas veremos que todas y cada una de ellas ejercen un fuerte control sobre sus vidas, e invitan a las otras a una papel activo en la búsqueda de aquello que más les satisface. Pero la serie falla en su pretensión de constituirse en un alegato feminista. Pretende retratar mujeres independientes y libres para escoger, pero prácticamente limita estas opciones a la amistad y al terreno sexual, marginando la necesidad de sentirse amadas de manera exclusiva. En las cuatro protagonistas, en mayor o menor medida, y por debajo de una apariencia de fortaleza e independencia, late un anhelo profundo de ser elegidas y queridas por un hombre que les sea fiel, hecho que en última instancia les conduce a la persecución de un ideal de vida conservador.

Palabras clave: Mujer - Sexo - Nueva York - Series - Género

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN GEOPOLÍTICAS EN CONFLICTOS-BÉLICOS. LA PERCEPCIÓN JOVEN DE LOS ATENTADOS A *CHARLIE HEBDO*

AUTORES

Carmen Lasso de la Vega y Pedro Pablo Marín Dueñas

Universidad de Cádiz (España)

carmen.lasso@uca.es y pablo.marin@uca.es

Como si de una profecía se tratase, el día 7 de enero de 2015 comenzó una nueva etapa histórica, que pone en cuestión muchos, sino todos, los fundamentos del contrato social subyacente en los estados modernos de Occidente. Los atentados a la revista francesa *Charlie Hebdo* y al supermercado judío *Hyper Cacher*, tienen claros antecedentes en numerosos hechos no menos atroces, pero son éstos últimos los que parecen haber marcado una clara frontera conceptual y simbólica de incalculables consecuencias.

Este estudio exploratorio-descriptivo pretende aportar un primer acercamiento a la percepción de estos hechos en concreto, así como de su posible alcance en términos generales, con el fin de conocer la visión de los jóvenes acerca de esta situación geoestratégica e ir previendo y conformando estrategias de comunicación, capaces de paliar posibles y previsibles consecuencias socio-políticas.

Se trata, pues, de conocer y definir este proceso bélico para determinar las estrategias de comunicación que se están empleando para su difusión, así como el posicionamiento mental que tienen los jóvenes sobre él. Éste objeto y objetivos de estudio se conforman a partir de un objetivo instrumental que persigue, por el momento, realizar un diagnóstico previo acerca de la percepción de esta realidad emergente para, posteriormente, analizar la situación y buscar medidas y estrategias discursivas, entendidas como la mejor y única forma de garantizar la paz y el desarrollo social.

Cabe subrayar, en este sentido, que aunque se vayan a tratar contenidos de carácter ideológico, tanto desde una perspectiva política como religiosa, el análisis gira en torno a las estrategias de comunicación empleadas y la percepción que éstas generan en un público joven, en tanto en cuanto más vulnerable, teniendo en cuenta que la ideología, política y/o religiosa, forma parte de la estructura profunda de la personalidad de un sujeto, por lo que difícilmente va a cambiar a lo largo de su vida, mientras que la población joven puede ir moldeando sus percepciones hasta la fase adulta.

Los bloques de análisis van a contemplar la perspectiva del emisor de la comunicación, recogida por los medios, a través de las siguientes unidades de análisis: televisión, con el fin de determinar la estrategia comunicativa en el medio de carácter más masivo; revista *Charlie Hebdo* de la que se han seleccionado tres portadas; y una encuesta semiestructurada a una muestra de universitarios. El análisis de los mensajes se abordará mediante la teoría del encuadre noticioso o *framing*, a partir del análisis de los juegos de lenguaje y su posible evolución en los medios de comunicación de masas.

Palabras clave: Revista – *Framing* – Discurso – Estrategias Comunicativas – Política

FUENTES TRADICIONALES Y NUEVAS EN EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR

Juan Luis López-Galiacho Perona
Universidad Rey Juan Carlos (España)
jl galiacho@yahoo.es

Herbert Gans es el autor que ha ofrecido una teoría más completa sobre las relaciones de los periodistas con las fuentes. Ofreció un gran armazón de conceptos y proposiciones que consolidaron la alternativa perspectivística. Aplicó su teoría a dos cadenas de televisión y a dos revistas impresas. Ahora podemos ampliar la teoría de Gans sobre periodistas y fuentes a diarios digitales, acentuando los aspectos de la negociación entre aquéllos y éstas. También los diarios digitales amplían el acceso a las audiencias. Sobre todo, hacen posible pasar de una audiencia no interesada a una audiencia interesada. Dejamos este último aspecto para un estudio posterior.

Las fuentes pueden dividirse en dispuestas, amables y recalcitrantes. El trabajo del periodista consiste en lograr que las fuentes le faciliten el trabajo al máximo. Para esto, es imprescindible que el periodista domine las estrategias y tácticas de la negociación. Hay fuentes que están dispuestas a suministrar información al periodista, pero tienen miedo a hacer aquello que quieren. El/la periodista no ha de hacerles preguntas de situación, que sólo le interesan a él/ella. Las preguntas que pueden cambiar la actitud de la fuente son las de necesidades, implicación y utilidad. El autor ha comprobado la gran efectividad de estas preguntas en la primera fase de las entrevistas. De esta manera, la fuente pasa a ser amable. En esta fase, el periodista sabe motivar de una manera positiva indirecta y positiva directa. Es decir, sabe crear un buen clima y hace ver los aspectos positivos que tiene revelar información para solucionar algunos problemas de los individuos, de los grupos, de las organizaciones y de las sociedades en su conjunto. A la vez, procura que la fuente no caiga en la “desnudez psicológica”, es decir, la de quienes llevados por el optimismo omnipotente, son incapaces de guardar secretos. En el periodismo de investigación, hay que comprobar los aspectos fundamentales de una información. De lo contrario, el periodista puede encontrarse con grandes problemas legales. Uno de las variables más importantes es que las empresas informativas no ofrecen seguridad legal a todos los periodistas.

Finalmente, con las fuentes recalcitrantes, es decir, con aquellas que parecen insensibles a mejorar aspectos importantes de la sociedad, son efectivas tácticas como la paciencia, la sorpresa, la retirada aparente y los límites. También, la asociación, la disociación, la encrucijada, el planchado, afinar la puntería y el cambio de niveles.

Los periodistas no operan, no componen la transmisión con la información periodística como si fueran computadoras sino que seleccionan la información y las fuentes que consideran más adecuadas para las audiencias. Lo cual, en muchas ocasiones, no es del agrado de las fuentes y se producen tensiones y conflictos. Por otra parte, las audiencias no son dóciles. Cuando las audiencias se organizan y toman conciencia de su poder, de que son quienes proporcionan una parte de los ingresos económicos que la organización necesita, influyen en las operaciones de los periodistas. Lo cual también produce tensiones. Los lectores, oyentes, telespectadores tienen en su mano la posibilidad de rechazar lo que leen, oyen y ven, de organizar la protesta, de combatir las elecciones o manipulaciones de las fuentes y de los periodistas y, en definitiva, de cambiar el estado de cosas existente. Cosa muy distinta es si los periodistas hacen caso de las presiones de la audiencia en la misma medida en que atienden a los intentos de influencia por parte de ciertas fuentes.

Palabras clave: Periodismo de investigación - Fuentes de información - Presiones de la audiencia

LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (TIC): UN NUEVO ESCENARIO PARA EL DESARROLLO LOCAL DE LAS COMUNIDADES. ESTUDIO DE CASO: JOVEN CLUB DE COMPUTACIÓN Y ELECTRÓNICA (JCCE)

AUTORAS

María Elena López León y Hilda Saladrigas Medina

Universidad de La Habana (Cuba)

mariaelena@fcom.uh.cu y saladrigas@fcom.uh.cu

Esta investigación estudia las estrategias pedagógicas y comunicacionales que se utilizan hoy para reducir la brecha digital (tecnológica y de conocimiento) entre las personas que usan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y aquellas que no tienen acceso o no saben cómo utilizarlas. El estudio explora, describe, analiza e interpreta la manera como las TIC se están implementando y utilizando en las comunidades locales que tienen un riesgo de exclusión social y tecnológica.

Para lograr los objetivos planteados, la investigación se realiza en un escenario real como es el contexto comunitario cubano, y de manera específica en Joven Club como agente socializador. Se aborda este estudio a partir del diseño de categorías e indicadores que permiten medir, interpretar y analizar el uso y el impacto de estas tecnologías en el desarrollo cultural de la comunidad, pero igualmente pretende que esta experiencia pueda ser aplicable en otras comunidades con características similares a la estudiada.

El estudio transita por dos campos: el desarrollo social y comunitario de las localidades, y el del uso e impacto que tienen las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el aprendizaje social. En este sentido, el objetivo fundamental de la investigación consiste en realizar un diagnóstico descriptivo y en profundidad de los cambios y nuevos escenarios reales y virtuales que aparecen en la llamada Sociedad de la Información, y de la manera cómo las comunidades locales están implementando estas tecnologías para potenciar su desarrollo cultural y comunitario.

Palabras Clave: Tecnologías de la información - Comunicación Popular - Pedagogía social - Desarrollo comunitario

APROXIMACIÓN MULTIDISCIPLINAR EN LA INVESTIGACIÓN DEL RUMOR EN LAS ORGANIZACIONES

AUTORA

María Elena Mazo Salmerón

Universidad CEU San Pablo de Madrid (España)

mariaelena.mazosalmeron@ceu

La presente ponencia está centrada en el estudio del proceso que experimenta el Rumor que se difunde en las organizaciones, desde una perspectiva multidimensional.

El objeto de estudio de este trabajo es el análisis del Rumor en las organizaciones, entendido como una forma de comunicación peculiar que interesa a la autora por los curiosos procesos que configuran la desconocida y complicada red de mensajes que se entremezclan entre los diferentes individuos que conforman los grupos de una organización. El objeto de estudio sigue a la vanguardia hoy en día y será aplicable en el futuro al complejo entorno de los medios digitales y las actuales redes sociales.

El ámbito de actuación del proceso que se desea investigar es el entorno de la comunicación interna espontánea, informal o extra-oficial de las empresas e instituciones, donde el Rumor adquiere un especial papel. En este contexto se da la paradoja de que mientras el Rumor es uno de los procesos de comunicación corporativa menos estudiados, sigue siendo uno de los principales focos de preocupación para la alta dirección. Sin duda supone todo un reto investigarlo con planteamientos científicos. Además, este concepto cuenta con una gran carga peyorativa, por lo que se hace necesario desmitificarlo y aclarar las variables que lo definen.

Por ello, desde el punto de vista de la metodología de investigación, se exige un enfoque multidisciplinar si se desean conocer todos los factores que influyen en el proceso de configuración y difusión del Rumor.

En la primera parte del trabajo se detallan los objetivos de esta primera fase investigadora y la metodología multidisciplinar que se va a emplear, para desembocar en el análisis de las principales variables que determinan este peculiar proceso de comunicación.

El primer campo de aproximación de esta investigación del Rumor es la Psicología Social; el segundo, la Teoría de la Comunicación; el tercero, la Historia de la Comunicación, y el último se enfoca en las aportaciones sociológicas.

Por último se proponen las conclusiones del análisis anterior, con idea de ir configurando un contexto teórico y práctico que sirva de base a futuras investigaciones. En el plano teórico se detectan algunas lagunas que merece la pena estudiar en posteriores trabajos. En el plano aplicado, la mayor dificultad se plantea a la hora de registrar los Rumores sin desvirtuar la esencia espontánea de su proceso de difusión.

Con este trabajo la autora desea aportar al Congreso Internacional CUICIID 2015 sus conocimientos académicos y profesionales sobre esta manifestación comunicativa tan peculiar, cotidiana, temida y, a la vez, contagiada.

Palabras clave: Rumor – Comunicación informal – Mensaje espontáneo – Barómetro comunicativo – Cultura corporativa

LOS CENTROS DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI): REFERENTES DE ACCESO A LA INFORMACIÓN PARA LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA

AUTORES

Carlos Oliva Marañón y María F. Sánchez Hernández

Universidad Rey Juan Carlos (España)

carlos.oliva.maranon@urjc.es y maria.sanchez.hernandez@urjc.es

Las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) han propiciado la recuperación de información en distintos soportes en la era digital. Los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) han surgido como evolución natural del concepto de biblioteca tradicional.

Estas nuevas Unidades de Información, vinculadas a la investigación y al acceso a la información, han cambiado el rol profesional de los documentalistas, por lo que las distintas tipologías de usuarios (profesores, estudiantes, investigadores, profesionales, PAS, etc.) ven satisfechas sus demandas de información.

Estos centros ya están presentes en distintas Universidades españolas, con lo que se produce un mayor acceso a la información, así como su recuperación de forma rápida y eficaz en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras clave: CRAI – Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación – Alfabetización informacional – Bibliotecas Universitarias Españolas

RADIO Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL: ALIANZA PARA EL FORTALECIMIENTO DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN LATINOAMÉRICA

AUTORA

Silvia Olmedo Salar
Universidad de Málaga (España)
silviaolmedo@uma.es

La radio como medio analógico y digital en el marco de la Cooperación Internacional, denominada para el desarrollo, está posibilitando modelos comunicacionales de gran incidencia social en el fortalecimiento del enfoque de género como valor necesario en la construcción de valores democráticos y de justicia social.

En dicha dirección, y bajo el auspicio de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), se han impulsado propuestas de comunicación que se constituyen en iniciativas de referencia en la lucha por la igualdad de género. Esta circunstancia se produce a pesar de que los proyectos de comunicación en la Cooperación Internacional española continúan siendo los hermanos menores en las acciones desarrolladas al amparo de los Planes Directores de la Cooperación Internacional Española.

El presente trabajo persigue poner en valor la comunicación como hoja de ruta en las acciones de la Cooperación Internacional y el impacto que tiene en sus ámbitos de actuación aquellas iniciativas que aplican el enfoque de género. Para el logro de este objetivo se ofrecen los resultados del estudio y análisis de Radio Atipiri, situada en la localidad de El Alto (Bolivia), y que lleva a sus espaldas un recorrido de más de una década trabajando con mujeres.

La metodología aplicada se basa en entrevistas semiestructuradas y un análisis descriptivo crítico del objeto de estudio, que permite aproximarnos a una experiencia comunicacional en el territorio latinoamericano.

Palabras clave: Cooperación Internacional – Género – Comunicación – Radio – Latinoamérica

EL FENÓMENO COLABORATIVO APLICADO AL CIBERPERIODISMO DE INVESTIGACIÓN: CONTEXTUALIZACIÓN, CONCEPTUALIZACIÓN E INICIATIVAS PARADIGMÁTICAS

AUTOR

David Parra Valcarce

Universidad Complutense de Madrid (España)

davidparra@ccinf.ucm.es

Esta comunicación se enmarca dentro de las líneas de investigación llevadas a cabo a través del proyecto “Supervivencia del periodismo en la era postdigital” a través del subgrupo “Producción de contenidos en medios emergentes”, liderado por el Grupo de Investigación y Análisis de Internet en el Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid (GIAIP-UCM) del que forma parte el autor. Dicho proyecto cuenta con la financiación del Ministerio de Ciencia e Innovación a través del Plan Nacional de I+D+i en el subprograma de Proyectos de Investigación Fundamental No orientada.

La concatenación de circunstancias como una prolongada crisis económica, un profundo cambio tecnológico, una creciente pérdida de credibilidad y la búsqueda de un nuevo modelo de negocio están conformando, a escala transnacional, un ecosistema de la información periodística sustancialmente distinto a todo lo conocido hasta el momento.

En un entorno de esta índole surge un fenómeno como es el del denominado periodismo colaborativo, entendido como el proceso de cooperación que se establece entre distintas organizaciones dedicadas a la generación de contenidos informativos, cuyo objetivo estratégico es superar las actuales carencias detectadas en los medios de comunicación en ámbitos como el financiero, el de la calidad de contenidos o el de la recuperación de la credibilidad social, entre otros.

Dicho proceso no es igual en todos los casos, admitiendo tanto distintos niveles de actuación (desde la mera compartición de contenidos hasta la producción colaborativa o la acción colectiva, por atender a las categorías distinguidas por Shirky) como diferentes facetas de acción. Entre estas últimas cobra particular relevancia la referida a la apuesta estratégica por fomentar un periodismo de investigación (aprovechando las singularidades de los cibermedios) que aspira a erigirse en auténtico vigilante social.

Para aproximarnos a dicha realidad analizamos dos de las experiencias de periodismo colaborativo de investigación que, hasta el momento, han tenido un mayor éxito y repercusión: ProPublica (creada en 2007 en Estados Unidos sin fin lucrativo) y Journalism ++ (surgida en 2011 en Europa con ánimo de lucro).

En definitiva, el análisis de estas dos realidades permite comprender cómo están surgiendo iniciativas que tratan de afrontar el formidable desafío de este nuevo ecosistema de la información periodística que se está conformando en estos últimos años.

Palabras clave: Periodismo colaborativo – Ciberperiodismo - ProPublica – Journalism++ - Periodismo de investigación

COMUNICACIÓN EN INTERNET Y PERSONAS MAYORES: ANÁLISIS DE SU PRESENCIA E IMAGEN DESDE *GOOGLE ALERTS*

AUTORES

Irene Ramos Soler y José F. Mancebo Aracil
Universidad de Alicante (España)
Irene.Ramos@ua.es y josef.mancebo@gmail.com

La eclosión de la comunicación a través de internet en la primera década del siglo XXI ha supuesto toda una revolución en el ámbito de la comunicación, consolidando de forma contundente las páginas web, los *blogs* y las redes sociales como nuevos canales de comunicación.

Estos nuevos medios de comunicación se caracterizan, entre otros aspectos, por un acceso a la información fácil, inmediato, global y transparente, lo que democratiza su consumo y potencia las posibilidades de difusión de cualquier información o noticia.

Según los últimos estudios publicados en España, cada vez más ciudadanos acceden a Internet para informarse, entretenerse o relacionarse, en una progresión que está produciéndose a gran velocidad en los últimos años. El acceso a la comunicación en internet, y por lo tanto la incorporación a las nuevas tecnologías no se ha hecho en todos los grupos de edad por igual, existiendo lo que se denomina una “brecha digital” que afecta especialmente a las personas mayores. Pese a ello, los estudios más recientes indican que esta brecha se reduce de forma progresiva año tras año, gracias al acceso y el manejo cada vez más intuitivo de las nuevas tecnologías.

El objetivo de este trabajo es estudiar la imagen que se transmite de las personas mayores a través de la comunicación en internet, en concreto a través de la prensa digital, blogs y portales web. Para ello se ha realizado un análisis de contenido de la información publicada en internet durante el año 2014. La muestra analizada se ha obtenido configurando una búsqueda sistemática de información a través de *Google Alerts* con las palabras clave “personas mayores”, “ancianos” y “abuelos”.

Tras el análisis estadístico realizado a la muestra estudiada, los resultados muestran las diferencias que existen en el tratamiento de la imagen de las personas mayores según el público objetivo de la publicación digital analizada, el género, la temática, el enfoque o la extensión de la información. Las evidencias derivadas de la investigación, muestran, en un plano mucho más detallado, los estereotipos relacionados con la edad, así como los componentes audiovisuales que contribuyen a profundizar en la noticia o la información sobre el mayor (imagen fija o móvil, y si aparece o no el mayor en la misma).

Palabras clave: Personas mayores – Digital – Web – *Blog* – Estereotipos

TRATAMIENTO DE LA MATANZA DE IGUALA EN LOS PRINCIPALES PERIÓDICOS DE MÉXICO

AUTORA

Paula Requeijo Rey

Universidad Camilo José Cela (España)

prequeijo@ucjc.edu

El 26 de septiembre de 2014 desaparecían 43 estudiantes de la Normal de Ayotzinapa en la ciudad de Iguala (130.000 habitantes), en el Estado de Guerrero. El 28 de septiembre los medios de comunicación empezaban a ofrecer datos sobre el asunto y, unas días después, explicaban que los estudiantes habían sido secuestrados, asesinados y quemados.

La matanza ha supuesto la mayor crisis del gobierno de Enrique Peña Nieto e implica al gobierno local, al federal, a la policía, al ejército y al cártel de Guerreros Unidos. Las detenciones se acercan ya al centenar.

Este proyecto de investigación tiene como objetivo determinar cómo han tratado los principales periódicos de México la Matanza de Iguala. ¿Qué similitudes y diferencias hay en el tratamiento del tema y cuáles son los motivos de las mismas? ¿Cuáles son las principales fuentes de información? ¿Qué agentes internos tienen mayor protagonismo? ¿Cómo representan a los agentes externos, principalmente, al presidente de EEUU, Barack Obama, y a la ONU? ¿Cómo se refleja el papel del gobierno de Peña Nieto?

Para ello seleccionaremos una muestra de las informaciones sobre el caso publicadas en diferentes períodos no consecutivos por los principales periódicos (*El Universal*, *Reforma* y *La Jornada*). Las analizaremos a partir de la teoría de los marcos referenciales o *framing* que atiende al punto de vista desde el que los medios enfocan el tratamiento de la información que condicionará a las audiencias, pues ésta determina sus imágenes mentales. Completaremos este análisis con entrevistas a los periodistas de los medios seleccionados que han tenido mayor responsabilidad a la hora de elaborar las informaciones sobre la matanza para saber cómo han operado.

Palabras clave: Matanza de Iguala - Prensa - Representación - Teoría de los marcos referenciales - Teoría profesional

«DRAMANAGEMENT»: NUEVA FÓRMULA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

AUTORES

José Rodríguez Terceño, David Caldevilla Domínguez y Fernando Ramos Fernández
ESERP de Madrid, Universidad Complutense de Madrid y Universidad de Vigo (España)
josechavalet@gmail.com, davidcaldevilla@ccinf.ucm.es y ferramos@telefonica.net

La crisis económica que no todas las empresas están sufriendo de la misma manera, algunas, las grandes empresas o, por mejor decir, los grandes grupos empresariales -hoy se nombra «holding» a lo que antaño se denominaba ‘monopolio’- apenas la han notado y han conseguido obtener beneficios incluso en los años más difíciles, no ha hecho perder valor al concepto de Responsabilidad Social Corporativa tan prescindible hoy día pese a los recortes en materia económica que dicha rama empresarial ha sufrido en todos los sectores.

Pero, los continuos escándalos en que se han visto metidas algunas de las más prestigiosas y punteras empresas, españolas e internacionales, han hecho dudar, al público objetivo, esto es, cliente y consumidor, de que las verdaderas intenciones detrás de los grandes titulares (eventos, noticias auspiciadas, publirreportajes, etcétera) publicitarios y promocionales asociados indeleble y obligatoriamente a palabras tan grandilocuentes como ‘Desarrollo’, ‘Emprendimiento’, ‘Innovación’ o ‘Sostenibilidad’, no son nada más ni nada menos que artimañas corporativas destinadas a proporcionar un perfecto lavado de imagen de la empresa.

Es por ello que las grandes empresas, pero cada vez más también las pequeñas (hablamos de pymes), recurren a las nuevas fórmulas y a los nuevos contenidos en materia de comunicación con el objetivo de mejorar su Imagen Social Corporativa, y esta vez desde una opción ligada, al menos sobre el papel (que luego puede convertirse en inane papel mojado), a la cultura, al desarrollo e innovación artística. Surge así, de la convergencia de diferentes áreas y materias de expresión y comunicación el denominado «*Dramanagement*», combinación de la práctica cinematográfica (drama) con la dirección y administración de empresas (*‘management’*).

Queremos, a través del presente trabajo, analizar algunas de las prácticas de este nuevo contenido comunicativo asociado a la empresa y muy especialmente a su Responsabilidad Social para poder extraer de dicha observación y análisis las pertinentes conclusiones que ofrezcan una imagen concreta de este tipo de prácticas en nuestro país y que sirva como punto de partida para un estudio más pormenorizado sobre las nuevas fórmulas en materia de Responsabilidad Social Corporativa.

Palabras clave: *Dramanagement* - Cine - Gestión de empresas - Responsabilidad social - Desarrollo sostenible

RECEPCIÓN EMPÁTICA DE LOS PERSONAJES DE FICCIÓN EN NARRACIONES TRANSMEDIA

AUTOR

Sebastián Sánchez Castillo
Universitat de València (España)
sebastian.sanchez@uv.es

La recepción empática que inicia el proceso de identificación con los personajes protagonistas de la ficción audiovisual constituye uno de los mecanismos principales para explicar los efectos del entretenimiento mediático, sin embargo no existen estudios que correlacionen esta percepción con el uso de las nuevas narrativas crossmedia o transmedia. Esta investigación trata de descubrir si el mayor conocimiento o uso de estas narrativas en multiplataforma puede ser una variable explicativa para poder analizar la escala personal referida a la identificación de los personajes de ficción. Bajo la consideración de una metodología cuantitativa y de análisis inferencial, se ha empleado la escala EDI (Escala de identificación con los personajes de ficción) formada por 17 ítems y valorados en este estudio mediante una escala de intensidad Likert.

La evaluación cognitiva midió el grado de reflexión o elaboración cognitiva que había suscitado la ficción audiovisual durante su visionado mediante cuatro cuestiones de forma retrospectiva. En primer lugar los resultados apuntan a la existencia de una alta y positiva correlación entre el mayor empleo de las propuestas transmedia y multiplataforma y la identificación con los personajes de ficción de la serie analizada aunque solo en algunos aspectos de ese proceso empático. La segunda hipótesis concluye en que la evaluación cognitiva resultante no es superior para aquellos observadores usuarios de la ficción en multiplataforma y con narrativas más complejas.

Palabras clave: Narraciones transmedia - Ficción audiovisual - Entretenimiento mediático - Empatía - Evaluación cognitiva

REGULACIÓN Y LIBERTAD DE EXPRESIÓN EN AMÉRICA LATINA: UN DIFÍCIL EQUILIBRIO

AUTOR

Joaquín Sotelo González

Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

En diciembre de 2013, el Centro de Estudios para el Desarrollo de las Telecomunicaciones y el Acceso a la Sociedad de la Información en América Latina (CERTAL), en el marco de su *Congreso 6LII (Six Liberty II Summit)*, abordó el asunto de la transcendencia y el alcance de los desafíos que afronta América Latina en relación con el mercado de las telecomunicaciones. Durante dos jornadas, celebradas en la sede del Congreso de Estados Unidos (Washington DC), congresistas y senadores de diferentes ideologías del continente americano y responsables de medios de comunicación y de la industria debatieron, entre otras cuestiones, sobre la amenaza que para el libre flujo de la información y de la opinión suponen las distintas regulaciones de las telecomunicaciones que se han aprobado en los últimos años en América Latina, en especial, en algunos países, como Venezuela, Argentina y Ecuador. Para Pablo Scotellaro, presidente de CERTAL, las normas de Venezuela, Argentina y Ecuador son leyes políticas diseñadas para asegurarse de que la comunicación queda en manos de sistemas y grupos afines a determinadas corrientes: “un verdadero atentado a la libertad de expresión”, en palabras del propio Scotellaro. En el mismo foro, Carlos Moltini, consejero delegado de Cablevisión Argentina, perteneciente al grupo Clarín, también se mostró especialmente crítico con la Ley de Medios de su país, impulsada por el Gobierno de Cristina Fernández de Kirchner en 2009 y definida por Moltini como “un instrumento político para desgazar y partir a la principal voz independiente del país” (en referencia a su empresa, el grupo Clarín).

Los líderes y expertos reunidos en las jornadas de CERTAL fueron unánimes al destacar la importancia de que las regulaciones protejan de manera esencial la libertad de expresión y de prensa y se ajusten a los principios internacionales recogidos en la Carta de Derechos de la Organización de los Estados Americanos (OEA) y en las resoluciones de la Corte Interamericana de Derechos Humanos. Y también se puso de manifiesto que, frente a determinadas legislaciones de dudosa imparcialidad, hay otros países, como Chile o Uruguay, con regulaciones orientadas básica y simplemente a ordenar el mercado.

Aunque las reflexiones en torno al ámbito de los medios tradicionales centraron gran parte de las antedichas jornadas, fueron también notables las alusiones a las nuevas realidades comunicativas. La tecnología ha cambiado muchos paradigmas preexistentes y han surgido nuevas plataformas de comunicación. Los usuarios acceden ahora a los contenidos y a la información en distintos dispositivos siguiendo (nuevos) patrones o modelos de consumo. Las regulaciones no se deberían ceñir, por tanto, únicamente a los medios tradicionales, sino también al nuevo mercado o ecosistema comunicativo que se ha creado, de modo que la legislación vaya adecuándose a todos esos cambios tecnológicos y al entorno derivado de ellos.

Palabras clave: América Latina - Regulación - Legislación - Mercado de medios

DISCIPLINAS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING DIGITAL BASADAS EN ESTRATEGIAS DE CONTENIDO PARA LA GENERACIÓN DE TRÁFICO CUALIFICADO WEB

AUTORES

Fernando Toledano Cuervas-Mons y Begoña Miguel San Emeterio

Universidad de Nebrija en Madrid (España)

ftoledan@nebrija.es y bmiguel@nebrija.es

El presente trabajo detalla las diferentes disciplinas de comunicación y marketing orientadas a fomentar relaciones de confianza con la audiencia y constituir oportunidades de negocio en el ámbito digital. Las técnicas descritas están basadas en la generación o publicación de contenidos y su difusión a través de las redes sociales.

Se analizan los tipos de tráfico web que las estrategias basadas en los contenidos pueden generar y sus implicaciones en los negocios online. Se determina la metodología para realizar la comunicación de marca a través del contenido con su correspondiente plan editorial, así como los formatos, canales y redes sociales más eficaces.

Por último, se describen las etapas y procesos automatizados del marketing digital como también las plataformas tecnológicas utilizadas para conseguir convertir el tráfico web generado a través de contenidos, hacia los objetivos deseados por la marca o el negocio online.

Palabras clave: Estrategia de contenidos – Márketing de contenidos – Márketing de atracción – Tráfico cualificado web

MICROCIENTOS: UNA ESTRATEGIA DE INNOVACIÓN DE CONTENIDOS EN LAS CLASES DE COMUNICACIÓN

AUTORA

Fernanda Tusa Jumbo
Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
ftusa@utmachala.edu.ec

Dentro del área temática ‘Innovación’, en la categoría de ‘Nuevos contenidos en Comunicación’, el presente artículo propone un abordaje teórico-práctico sobre la incorporación de microcuentos dentro de las clases de comunicación en el entorno universitario con el fin que los estudiantes sepan inferir mensajes en torno a la deontología ética y periodística dentro de la carrera.

Como herramientas metodológicas se hace uso del análisis cualitativo de contenido, el análisis del discurso, revisión bibliográfica, uso de documentación oficial de microcuentos seleccionados para el estudio, análisis-síntesis de contenidos en torno al valor de la literatura en comunicación a través de bibliotecas digitales, revistas indexadas, hemeroteca, libros de voceros y voces expertas, etc. Además se emplea como muestra los estudiantes de segundo y cuarto semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala, primer semestre, período 2015-2016, quienes mediante encuestas, testimonios y entrevistas exponen acerca de la experiencia con microcuentos en clases y los posibles beneficios-oportunidades que ha recibido gracias a estos.

En cuanto a la selección de microcuentos, se hace un recorrido sobre la producción escrita de autores latinoamericanos como: Marco Denevi, Augusto Monterroso, Julio Cortázar, Eduardo Galeano, Jorge Luis Borges, Gabriel García Márquez, Juan Rulfo, Anton Chéjov, Mario Benedetti, Horacio Quiroga y Enrique Anderson Imbert. Así como de autores nacionales ecuatorianos (José de la Cuadra, Joaquín Gallegos Lara, Raúl Pérez Torres y Miguel Donoso Pareja).

Finalmente se concluye que el uso de microcuentos dentro de la asignatura de la carrera de Comunicación Social logra los siguientes resultados: 1) desarrolla y potencia las habilidades, capacidades, competencias, aptitudes y actitudes profesionales de los estudiantes universitarios en torno a la deontología periodística, el valor de la ética y el respeto a los principios y derechos universales del ser humano, 2) sirve como un vehículo motivador enfocado en el amor al estudio, la valía profesional y la adhesión a la carrera como señal de identidad y forma de vida, disminuyendo la deserción estudiantil en los primeros años, 3) sensibiliza a los estudiantes sobre los problemas que aquejan la coyuntura social de un determinado país a partir de extrapolar el argumento y el mensaje del microcuento a la realidad in situ del entorno y 4) genera productos y servicios comunicacionales (en extensión a las enseñanzas aprendidas del microcuento) los cuales se caracterizan por la innovación, creatividad y humanismo contenido en cada propuesta.

Palabras clave: Microcuento – Comunicación – Innovación – Clases motivadoras – Estudiantes Universitarios

LOS NUEVOS *ROCK STARS* DE LA PRESCRIPCIÓN PUBLICITARIA EN PÚBLICOS JÓVENES. LOS *YOUTUBERS*

AUTORES

Mónica Valderrama Santomé*, **Juan Enrique González Vallés** y **José Ignacio Niño González**
U. de Vigo*, ESERP y U. San Pablo CEU de Madrid y U. Complutense de Madrid (España)
santome@uvigo.es, juanen2012@gmail.com y jin@interacting.es

Su aparición en eventos trastoca por completo la repercusión de los mismos y en una feria del libro eclipsan a autores de renombre con un aluvión de adolescentes fans de cada movimiento programado de sus ídolos. Lo cierto es que la repercusión en medios convencionales, *publicity* o directamente sobre las ventas de marca ha dejado boquiabiertos a periodistas, investigadores y, por supuesto, al anunciante no sólo de videojuegos sino también de todos los productos, ideas o servicios que tengan algo que ofrecer al target de este rango de edad. Los *Youtubers* son las nuevas estrellas de rock.

Chicos que han convertido su tiempo de ocio en centro de una lucrativa vida a través de la plataforma de vídeo. Una ventana que se ha convertido en un soporte esencial para poder penetrar en ese público desaparecido en las parrillas de televisión en abierto generalista y que tienen la red como fuente de comunicación ineludible.

Sin embargo, en el texto que proponemos no sólo habrá cabida para estos grandes casos de éxito sino también para los que de modo menos lucrativo o profesional tienen su propio nicho de mercado y las características de cada uno de los grupos. El punto de inflexión entre pequeños y grandes será la cifra de 300.000 suscriptores. Una muestra de 8 casos analizados que pondrán de manifiesto la diferencia de presupuesto para producir, el tipo de producto sobre el que aportan “influencia”, las ayudas al canal o la propia personalidad del *youtuber*.

Palabras clave: Influencia - Prescripción - Público - Publicidad - Youtubers

SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y CONTEXTO LOCAL: EL CASO DE LA TARJETA CIUDADANA DE ZARAGOZA

AUTOR

José Juan Verón Lassa
Universidad San Jorge (España)
jjveron@usj.es

Brecha digital es una expresión que habitualmente hace referencia a la diferencia socioeconómica entre quienes tienen acceso a Internet y quienes no, aunque las desigualdades también se pueden referir a todas las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como el ordenador personal, la telefonía móvil, la banda ancha y otros dispositivos.

Este término también hace referencia a las diferencias que hay entre grupos según su capacidad para utilizar las TIC de forma eficaz, debido a los distintos niveles de alfabetización y capacidad tecnológica. Hasta la fecha, la mayoría de los estudios da una excesiva preponderancia a los aspectos tecnológicos, y particularmente en la multiplicidad de canales.

En este contexto, la investigación se encuadra en el estudio de las políticas públicas enfocadas a la superación de la citada brecha digital en el contexto local y con un enfoque de tipo universal, como podrían ser la implantación de la TDT, el programa Escuela 2.0 o la promoción de las TIC a través de apertura de telecentros o la formación en estos ámbitos de personas mayores en el medio rural.

Para ello, se realiza un análisis dentro de una ciudad, Zaragoza, que es considerada un banco de pruebas sociológico en el conjunto de España, tanto por sus características poblacionales como sociodemográficas. La tarjeta ciudadana se instauró como una herramienta digital universal de acceso a los servicios de la ciudad, de modo que se facilitara y racionalizara su uso, y al mismo tiempo sirviera como ayuda a la gestión de los mismos.

La comunicación es eminentemente descriptiva y pone en relación un fenómeno global con la realidad local, por lo que ofrece una compleja perspectiva.

La investigación se enfoca desde el punto de vista cualitativo, con un análisis profundo de las líneas de actuación, sus implicaciones íntimas en la sociedad y el desarrollo de los principios fundamentales de la sociedad de la información.

Palabras clave: Sociedad de la información – Tarjeta ciudadana – Brecha digital – Zaragoza – TIC

LA UTILIZACIÓN DEL *STORYTELLING* EN LA CONSTRUCCIÓN DE IMAGINARIOS DE MARCA

AUTOR

Felip Vidal Auladell
EASD en Vic (España)
felipvidal@eartvic.net

Es lugar común afirmar que la publicidad actual persigue vincular al consumidor con la marca mediante el recurso a emociones, sin que sea necesario para ello hacer referencia de modo directo a las características del producto sino a la experiencia que su consumo conlleva. Así, toda estrategia publicitaria se dirige hacia establecer un vínculo afectivo entre la marca y el consumidor.

Sin embargo, a partir de esta observación general, habría que preguntarse cómo se persigue dar contenido “real” y “auténtico” a unas marcas que no son sino, al fin y al cabo, entidades semióticas. Una posible respuesta iría en la dirección de señalar que las distintas técnicas y herramientas que conforman el *branding* tratan de concretar o materializar la significación imaginaria contenida en el imaginario de marca. Esta concreción se realiza mediante varias estrategias, una de las cuales consiste en la utilización de narraciones para crear el *storytelling* de la marca.

Con ello, unas marcas cada vez más virtualizadas representan su imaginario mediante unas lo que son también formas o mecanismos de densificación e invisibilidad de la producción semiótica. Es decir, que tratan de ocultar a los ojos del consumidor el hecho de que han sido construidas y elaboradas sin que remitan necesariamente a nada más que a su propio mundo imaginario. Todo ello, con el objetivo de lograr la adhesión emocional del primero al mundo imaginario de la segunda.

Mediante el estudio de varios casos significativos (Juanola, Camper y Moleskine) se tratará de mostrar cómo las marcas construyen su propia historia a partir de relatos relacionados con el tiempo y los lugares, situando su origen en un pasado mítico. Esta estrategia permite, de acuerdo a una lógica nostálgica, proponer al consumidor la vivencia de una experiencia de marca “auténtica” a la vez que, por otra parte, realizar no solo un momento de fundación sino también su refundación en el presente y, así, proyectarse hacia el futuro mediante rediseños o nuevas propuestas comerciales que conservarán los caracteres originarios y originales.

Podría afirmarse, sin embargo, que mediante una actividad publicitaria que recurre a las estrategias presentadas, las marcas se hallan en la siguiente paradoja: si bien por una parte se encuentran ante la necesidad de densificar o dotar de contenido a unas marcas cada vez más desligadas del objeto al que representan, ello se lleva a cabo, por otra parte, a costa de fundarse, mediante el *storytelling* de la marca, en un pasado mítico soportado en una noción esencialista de autenticidad a todas luces insostenible.

Palabras clave: Publicidad – Marca – Mito – Narración – Autenticidad

CRECE EL NÚMERO DE REVISTAS “PURE PLAYER” PARA TABLETAS PERO NO SU VISIBILIDAD

AUTOR

Juan Yunquera Nieto

Universidad Carlos III de Madrid (España)

yunquer@hum.uc3m.es

La tableta *iPad* fue presentada por Steve Jobs en enero de 2010. En abril de ese mismo año la consultora Bonnier lanzó su edición de la revista *Popular Science+* para el *iPad* de Apple. *Popular Science+* fue un avance de lo que serían las revistas digitales para este tipo de soportes así como la versión para *iPad* de la revista *Sports Illustrated*. Poco a poco las publicaciones más innovadoras y emblemáticas comenzaron a explorar las posibilidades de este nuevo soporte. *Time* y *Wired* son dos claros ejemplos. En estos cinco años el ecosistema mediático ha cambiado mucho y aunque en España los avances van más lentos que al otro lado del Atlántico nos encontramos que la mayoría de los medios de comunicación españoles de publicaciones impresas tienen réplicas digitales que se visualizan en tabletas y además han aflorado muchas cabeceras nuevas “pure players” concebidas específicamente para este nuevo soporte móvil como VIS À VIS, UnBreak, Don o Mine, entre otras.

Pero las tabletas, de momento, no están siendo la salvación de la prensa aunque sí complementan los ingresos de determinadas empresas editoriales. Son una vía más a la hora de distribuir contenidos y cobrar por ellos cuando el medio así lo decide. Es cierto que son unos dispositivos que enriquecen la funcionalidad del periódico o revista, se leen cada vez mejor por los avances tecnológicos de las pantallas, las fotografías potencian y realzan todos los matices posibles de las imágenes, el acceso a vídeos es rápido, etc. Hasta ahí todo a favor, pero los consumidores de información necesitan contenidos originales y creativos que les interesen.

Aun teniendo información relevante y de calidad para poder leer una revista se necesita, en primer lugar, acceder a la aplicación a través de *App Store* o *Google Play* e inmediatamente después se debe descargar la revista, que puede tardar más o menos en función de los *megabytes* que ocupe. Conectarse a un diario digital web es instantáneo y se hace instintivamente, es una acción aprendida y asimilada como el acto de mirar los mensajes de *WhatsApp* o el correo electrónico. La conectividad en tiempo real es la función más característica del medio internet y en las publicaciones para tabletas es inferior. Si se hicieran nuevas versiones de un número para ver los cambios sería necesario actualizarlas.

El estudio realizado por la Universidad de La Rioja en 2013 (64%) sobre el comportamiento de los usuarios de tabletas en España, *#InformeTAB*, determina que las tabletas son utilizadas entre 2 y 3 horas al día y principalmente por motivos personales. Los momentos más habituales de uso son por la mañana en el trabajo (30%), por la tarde en el sillón (44%) y por la noche en la cama. Así las cosas, los usuarios de tabletas prefieren la noche, entrar en redes sociales y mirar el correo, en definitiva poco tiempo para leer revistas en tableta.

Este artículo pretende constatar el bajo nivel de penetración de lectores de revista para tabletas a pesar de tener varios elementos a favor; primero, las tabletas siguen aumentando su ritmo de ventas; segundo, crece el número usuarios para estos dispositivos; tercero, los editores cada vez ofrecen más revistas para tabletas. En definitiva, por ahora, es difícil que las publicaciones para tabletas tengan un público masivo, en cambio contará con seguidores fieles y perseverantes, de calidad pero minoritarios. Por ahí se debe encaminar la estrategia de los editores en busca de su público objetivo.

Palabras clave: Tabletas - *iPad* - Revistas - Aplicaciones



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INVESTIGACIÓN 1: Líneas de investigación de vanguardia: Labores y proyectos

ANÁLISIS Y EVOLUCIÓN MATERIAL Y TÉCNICO DE LAS OBRAS DE ARTE MODERNO Y CONTEMPORÁNEO

AUTORA

María del Carmen Bellido Márquez

Universidad de Granada (España)

cbellido@ugr.es

El desarrollo del arte es consustancial al propio desarrollo del hombre, ya que el descubrimiento de nuevos materiales y la aplicación de nuevas técnicas han estado presentes en él desde las expresiones artísticas del Paleolítico a nuestros días. Estas manifestaciones han sido siempre reflejo del desarrollo intelectual y material del ser humano. Así es como las obras de arte se han convertido en testimonios de la propia evolución humana desde su esfera cognitiva, tecnológica y espiritual. El estudio de estas obras ha sido posible gracias a su conservación y ha permitido ampliar conocimientos en diversos campos del saber, posibilitando también el goce y disfrute de la propia experiencia estética.

Dado que las obras de arte son un legado patrimonial de incalculable valor, a pesar de que algunas presenten una difícil conservación material, se deben conservar para las generaciones futuras en el mejor estado posible, siempre que su criterio creativo pretenda su perdurabilidad. El estudio de sus materiales y técnicas, más la acertada adecuación de los criterios y actuaciones para su conservación, permitirán avanzar en esta labor.

Para ello se plantea el objetivo de estudiar cuál ha sido la evolución material y técnica de las obras de arte moderno y contemporáneo, paralelamente a su evolución conceptual, revisando los movimientos y tendencias artísticas en cuanto al uso y aplicación de la materia y considerando los criterios conservativos de sus autores.

El estudio realizado permite conocer mejor la particularidades técnicas y materiales de las obras de arte moderno y contemporáneo y facilita su comprensión y valoración por el público en general, ya que en algunos casos se analiza el concepto por encima de la materialidad de la obra y la técnica usada por el autor, cuando esto forma parte de la propia ejecución artística y su resultado final, es indivisible de ella y le aporta parte de su significación.

Palabras clave: Arte contemporáneo - Conservación – Materiales artísticos – Técnicas artísticas – Restauración

LOS CUERPOS ACADÉMICOS: EL NUEVO IMAGINARIO DEL PROFESOR UNIVERSITARIO DE MÉXICO

AUTOR

Augusto David Beltrán Poot
Universidad Autónoma de Yucatán (México)
dbeltran@uady.mx

En 1996, La Secretaría de Educación Pública de México crea un programa con la finalidad de habilitar a los docentes Universitarios, por lo que recurrió a agruparlos en cuerpos académicos y establecer un ideal de profesor. Ya ha casi veinte años de su implementación se cree conveniente investigar lo que ha sucedido al respecto. El propósito del trabajo es describir porque se considera a los cuerpos académicos y al perfil deseable como un nuevo imaginario del docente universitario en México.

El estudio es de enfoque cualitativo-fenomenológico y se recurre al análisis de documentos, observación participante y entrevistas a profundidad a profesores de una Facultad de una Universidad Pública del Sureste de México.

Los resultados manifiestan que el profesor universitario mexicano ha institucionalizado una serie de conductas y acciones que ya no son difíciles de erradicar, por lo que asume ciertas funciones de investigación, docencia, gestión y tutorías que anteriormente no poseía.

Además de volver estos grupos como elites, en los cuales el interés y el poder pudieran hacerles ir en contra de los propósitos originales del programa.

Palabras clave: Cuerpos académicos - Perfil deseable – Profesor universitario - Imaginario social

RELACIÓN ENTRE INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES – PERIODISTAS: EL CASO DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE (COLOMBIA)

AUTORA

Claudia Helena Beltrán Romero
U. Autónoma del Caribe (Colombia)
Claudia.beltran@uac.edu.co

Existe elevado consenso alrededor de que la docencia, la extensión y la investigación son funciones misionales de la universidad, fundamentales para el desarrollo de sus procesos sustantivos. A pesar de ello, no existe univocidad sobre el tipo de relación que debe establecerse entre estas funciones. Hay pues, todo un debate referido, muy particularmente, a la relación que se da y debe darse entre la docencia y la investigación, de manera que sea posible lograr la eficacia en la enseñanza y la productividad en la investigación.

Desde una mirada polarizada se distinguen dos posturas. En un extremo, se propala que más que vínculo, entre investigación y docencia hay una incompatibilidad, dado que los propósitos, los recursos y las dinámicas de la investigación son totalmente diferentes a los de la docencia. En el otro extremo se defiende la existencia de una clara relación entre docencia e investigación, invocando desde la transmisión de nuevo conocimiento a través de la docencia, hasta la investigación formativa como estrategia pedagógica que facilita el aprendizaje en los estudiantes. La existencia de estas dos posturas indica un debate inacabado. Para contribuir con nuevos elementos a la discusión, estudios como los meta-análisis realizados por Hattie & Marsh (2004) demuestran que en la práctica tales vínculos entre investigación y docencia, habitualmente no existen. Esta afirmación se fundamenta en el análisis de 498 correlaciones de la relación entre investigación y enseñanza, en las que todas arrojan resultados que se aproximan a cero (0,6).

Y tal como lo señalan estos mismos autores, hasta el momento las universidades han sobrevivido con una relación de cero. Sin embargo, en parte el concepto moderno de universidad se funda en la creencia de que, no solo existe efectivamente tal vínculo entre investigación y docencia sino que es necesario. La buena noticia es que estos resultados no indican que haya incompatibilidad entre estas dos actividades, sino que no se ha contado con las condiciones y estrategias adecuadas para lograrlo efectivamente. Tal es una decisión política que parte de la intencionalidad de lo que el sistema quiere lograr. Por tanto, a partir de las reflexiones anteriores y la experiencia vivida en el Programa de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Autónoma del Caribe (Colombia), se concibe una re-estructuración del sistema de investigación a través de la implementación de la figura de *Laboratorio*, que se configura a través de tres ejes de trabajo: un observatorio de medios y mediaciones, un centro de producción audiovisual y espacios de divulgación, diálogo y debate.

El presente trabajo propone hacer una descripción de la estrategia como una apuesta válida para avanzar en la articulación investigación – docencia para la formación de comunicadores sociales – periodistas, la cual se fundamenta en la premisa de que el fortalecimiento de la investigación redundará en un mejor ejercicio docente, y no al contrario.

Palabras clave: Investigación - Docencia - Comunicación

LAS RELACIONES FAMILIA-ESCUELA: EL PUNTO DE VISTA DE LOS FUTUROS DOCENTES

AUTORA

Olga Bernad Caveró

Universidad de Lleida (España)

olga@geosoc.udl.cat

Hoy en día queda fuera de toda duda la importancia de establecer unas buenas relaciones familia-escuela. La literatura señala que la participación de las familias revierte positivamente en el centro escolar, en el éxito educativo de los alumnos y alumnas y en las propias familias, aumentando su capital social. Pero la realidad diaria de nuestros centros nos habla a veces de fronteras y malentendidos, barreras que enturbian la relación y dificultan la participación de los padres y madres.

Esta comunicación explora las percepciones de los alumnos y alumnas de la modalidad de alternancia (formación dual) del Grado de Educación Primaria de la Universidad de Lleida, sobre las relaciones familia-escuela y la participación de los padres y madres en la educación de sus hijos e hijas, a través del análisis de sus diarios etnográficos, donde plasmaban las observaciones e intervenciones realizadas durante las prácticas en los centros escolares.

Palabras Clave: Relación familia-escuela - Participación de las familias - Educación primaria - Formación inicial docentes

SISTEMA DE PROYECCIÓN DE DEMANDA. CASO PRÁCTICO DE PREDICCIÓN AUTOMATIZADA EN EMPRESAS DE VENTA DIRECTA

AUTOR

Antonio Boada

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

antonioboada@usb.ve

La modernización y globalización de los mercados ha llevado a las empresas a mejorar continuamente los procesos y técnicas de estimación y predicción de productos en el tiempo. El comportamiento de los productos, las ofertas aplicadas, y la efectividad de la valoración del impacto en la demanda según los diferentes instrumentos mercadotécnicos utilizados es fundamental para realizar actividades de aprendizaje organizacional y generar planes que permitan ganar participación, principalmente en países con economías emergentes. El conocimiento del mercado se puede segmentar según dos posibilidades: Los Océanos Rojos, o sectores en donde radica el nivel de competencia, el cual evoluciona y se intensifica con la evolución de los mercados; y los Océanos Azules, donde se exponen los nichos de mercado no explotados.

Se procedió a realizar un proyecto estadístico académico-industrial, con la finalidad de analizar estadísticamente la función de demanda (Océanos Rojos) en los productos de una empresa manufacturera con estilo de venta directa (venta por catálogo), infiriendo el comportamiento de los artículos (con o sin ofertas puntuales) durante el transcurso del tiempo en compañías como Avon Cosmetics, Tupperware, entre otras. Mediante un estudio completo de las variables causales, impulsadoras e inhibidoras de la demanda, se desarrolló un modelo estadístico exponencial multivariante, con ajuste bayesiano, que fuera consistente en el tiempo, y que permitiera posteriormente el diseño de un software denominado: Sistema de Proyección sobre la Demanda, como herramienta automatizada de valoración de dichas variables cualitativas y cuantitativas sobre el comportamiento de la demanda futura de productos.

Primeramente, dichas empresas deben registrar desde su etapa de planificación futura, la información de todas las variables causales, a fin de que un sistema de proyección tome y valore los impactos de estas variables según el comportamiento histórico de referencias similares. El uso de árboles de categorías, para estructurar de manera descriptiva el producto y sus estrategias desde etapas previas es fundamental, para un correcto uso de un sistema que permita valorar y simular escenarios en el tiempo. De esta manera, un producto, debe tener previamente información registrada de: Precio, Tipo de Producto, Tonalidad, Zona de Uso, Ubicación en el Catálogo, Tamaño de la Imagen, Peso, Dimensiones, Talla, Número de Componentes, entre otros. Así como también variables binarias, como: Presencia de Información Educativa, Dispositivo Especial, Impulso Especial de Ventas, entre otros.

Una vez se garantice el correcto registro histórico y futuro de dicha información, en las herramientas automatizadas tradicionales de mercadeo, se procede a la creación de Modelos Estadísticos Multivariantes, suavizados logarítmicamente, en donde sus variables causales son cuantificadas mediante tablas de promedio diseñadas en consonancia a un Modelo Lineal Dinámico Bayesiano de Orden 1, que garantice su continua actualización y robustez en el tiempo (R cuadrado de 75% en promedio). Así, las predicciones son realizadas en base a una Tasa de Inflación y Número de Vendedoras estimadas; empero, la aplicación automatizada actualiza la información en la estimación, para mantener comunicación entre todos los departamentos asociados.

Palabras clave: Predicciones de Ventas - Sistema de Proyección - Regresión Multivariada - Técnicas Bayesianas

INTEGRACIÓN DE LA PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES EN NUEVOS ENTORNOS TECNOLÓGICOS

AUTORES

F. Brocal Fernández y Miguel Ángel Sebastián Pérez

Universidad de Alicante y Universidad Nacional de Educación a Distancia (España)

francisco.brocal@ua.es y msebastian@ind.uned.es

El empleo de nuevas tecnologías en los entornos laborales con carácter general y en los entornos industriales de forma particular, además de generar riesgos laborales tradicionales pueden generar otros denominados por la Agencia Europea para la Seguridad y Salud en el Trabajo (European Agency for Safety and Health at Work, EU-OSHA) como riesgos nuevos y emergentes (New and Emerging Risks, NER).

En este contexto, investigaciones ligadas a una reciente Tesis Doctoral demuestran que la utilización directa de dichos NER en los procedimientos de evaluación de riesgos laborales aplicados a los nuevos entornos tecnológicos, puede dar como resultado la identificación de riesgos laborales tradicionales en lugar de NER, debido principalmente a que los mismos se han definido sin seguir un modelo de riesgo de referencia.

Para corregir dicho problema de carácter estructural, con la citada Tesis Doctoral se ha desarrollado un modelo de riesgo que resuelve la necesidad actual de un modelo de riesgo de referencia. Sin embargo, para la integración de dicho modelo en los nuevos entornos industriales caracterizados por el empleo de tecnologías avanzadas, es necesario diseñar mecanismos que permitan ampliar el conocimiento científico-tecnológico de los NER en base a dicho modelo.

Entre dichos mecanismos se encuentran los de divulgación científica, especialmente orientados hacia la comprensión multidisciplinar del nuevo modelo de riesgo propuesto como principal estrategia integradora, siendo este aspecto divulgativo el que caracteriza al presente trabajo.

Palabras claves: Riesgos laborales - Entornos tecnológicos - NER

VISIBILIDAD DE RECURSOS ACADÉMICOS A TRAVÉS DE TECNOLOGÍAS SEMÁNTICAS Y *LINKED DATA*

AUTORES

María del Carmen Cabrera Loayza y René Rolando Elizalde Solano

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mccabrerax@utpl.edu.ec y rrelizalde@utpl.edu.ec

Actualmente, en el contexto global de la Educación Abierta mediada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación, un vértice fundamental que se debe potenciar es el acceso a los recursos académicos que se generan en diferentes instancias del proceso educativo, desde registros bibliotecarios hasta los trabajos académicos que se generan en aulas de clase con los estudiantes.

Los diferentes modelos y formatos de representación, estándares, y herramientas de publicación, hacen compleja, imprecisa y poco eficiente la tarea de búsqueda y recuperación de éstos recursos; en grandes colecciones de recursos, la heterogeneidad dificulta la capacidad en localización y descubrimiento de estos materiales. De aquí nace la importancia y la necesidad de dar un giro en la forma como se debe representar, procesar y publicar los recursos académicos, de manera que éstos sean visibles y sus atributos sean entendibles para las máquinas.

Para abordar el problema del acceso, integración y visibilidad de recursos Web se están adoptando enfoques de publicación de datos basados en tecnologías de la Web Semántica. Las Tecnologías Semánticas, posibilita que las máquinas puedan procesar “inteligentemente” la descripción de los recursos digitales mediante esquemas de metadatos abiertos y concensuados, facilitando la interoperabilidad semántica de los elementos descritos y contribuyendo a mejorar el acceso y uso de los recursos académicos que se generan en las diferentes instituciones.

En este sentido, mediante la incorporación metodológica de *Linked Data*, los recursos académicos entran a un proceso de identificación, conceptualización, curación, desambiguación, mezcla y estandarización de los datos, lo que conlleva a mejorar los servicios de búsqueda y recuperación de información considerando una arquitectura de información basada en datos semánticamente representados y vinculados con otras fuentes de información.

La idea fundamental es contribuir a crear una red de conocimiento, como parte de la iniciativa *Linked Open Data*, que permita a través de una estructura semántica compartir y vincular recursos académicos tales como: recursos bibliográficos, recursos educativos abiertos, MOOCs, etc., que aporten tanto a profesores y aprendices de procesos educativos formales o informales a mejorar el acceso de los materiales bibliográficos con una amplia diversidad en contenidos, rompiendo las barreras de los formatos, idioma, organización, etc.

En la era actual de la sociedad del conocimiento, la gente se interesa por aprender utilizando, principalmente, fuentes de información online; en este sentido, y desde un enfoque tecnológico, el presente trabajo explica el proceso de publicación de datos enlazados de recursos bibliográficos, mediante la aplicación de Tecnologías Semánticas y el ciclo de publicación de *Linked Data*. Con el objetivo de dar visibilidad a los datos de recursos bibliográficos, además de, optimizar y enriquecer las búsquedas con la vinculación a otros repositorios digitales de diferentes instituciones educativas.

Palabras clave: Web Semántica – Linked Data – Recursos bibliográficos – Educación

EMPRENDEDORES SOCIALES Y SU PAPEL EN EL DESARROLLO INTEGRAL DE LA COMUNIDAD

AUTORAS

África del Valle Calánchez y Teresa Mezher G.

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

braherna@gmail.com y teresamezher@hotmail.com

Los procesos de cambio en las comunidades requieren de la participación comunitaria, la cual pueda llevar a transformar la realidad; basando en actividades de emprendimiento social, solucionando así las necesidades colectivas de su entorno. Los voceros y voceras de los consejos comunales en Venezuela asumen su papel protagónico como “instancias de participación, articulación e integración entre los ciudadanos, ciudadanas y las diversas organizaciones comunitarias, movimientos sociales y populares” LOCC (2012:1).

Es por lo antes expuesto por lo que el presente artículo expresa el papel de los voceros y voceras como emprendedores sociales y su contribución en el desarrollo integral de la comunidad. Es a través de la ejecución de diferentes proyectos como el Plan de Formación y Capacitación de los Consejos Comunales, Huertos Urbanos y Periurbanos, que la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” y el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno han realizado a través de investigaciones e indagaciones relacionadas con emprendimiento social y el empoderamiento en las comunidades.

La aplicación de la metodología investigación acción ha permitido la sistematización de experiencias logrando así determinar ¿Qué es un emprendedor social?, ¿Cuáles han sido las formas de emprendimiento social en los consejos comunales? ¿En qué consiste el empoderamiento comunal? y ¿Cómo es el plan comunitario de desarrollo integral?

En este estudio los investigadores e investigadoras intercambiaron saberes en pro del bienestar de un colectivo, integrándose de manera permanente a los procesos de participación y de construcción de respuestas a través de proyectos comunitarios que vayan en consonancia con el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación y el Plan de Desarrollo Comunal.

Palabras clave: Emprendedor social – Desarrollo integral – Comunidad – Empoderamiento comunal

LA INVESTIGACIÓN ACADÉMICA EN COMUNICACIÓN PÚBLICA

AUTORA

Concepción Campillo Alhama
Universidad de Alicante (España)
concepcion.campillo@ua.es

En esta contribución se plantea una revisión terminológica de diversas acepciones que se utilizan frecuentemente y de manera indistinta para designar la interacción comunicativa y relacional que se manifiesta entre administración y ciudadanía, en el ejercicio de competencias y funciones propias. Una delimitación conceptual de este fenómeno nos permitirá aproximarnos a la política de comunicación desarrollada por cualquier organismo público que se materializa en estrategias perfectamente definidas a través de procesos de comunicación social sinérgicos y simultáneos.

Una de las principales dificultades que nos encontramos cuando nos planteamos abordar el estudio de la comunicación pública en el contexto académico es su gran incertidumbre terminológica; una incertidumbre provocada por la polisemia que caracteriza la mayoría de los términos relativos o relacionados con tal tipo de comunicación.

Esta pluralidad de significados es un fenómeno recurrente que podemos observar tanto en la literatura jurídica administrativa como en diversos estudios o aportaciones procedentes de las CC. de la Comunicación; en este sentido, hemos hallado distintas contribuciones que atribuyen a un mismo término un significado variable, en función del contexto particular en que se utilice, o que se refieren a una misma realidad con infinidad de términos diferentes.

De entrada, la duda inicial a la que nos enfrentamos consiste en si todas y cada una de estas expresiones se refieren a procesos de comunicación de naturaleza diversa (aunque sea parcialmente) o, por el contrario, tal diversidad terminológica sólo incita a crear una gran confusión en torno a este fenómeno que estamos tratando de delimitar. Se impone, en consecuencia, una depuración terminológica previa, afrontada a partir de la clarificación del valor semántico atribuido a cada uno de los términos apuntados, que nos permita establecer, posteriormente, una conceptualización rigurosa de la comunicación pública y de su tipología.

Consideramos que para cualquier proyecto de investigación sobre comunicación pública, dicha revisión podría servir para identificar referencias iniciales que permitirían establecer futuros planteamientos de hipótesis y objetivos de investigación relacionados con este ámbito.

Palabras clave: Comunicación pública - Interacción relacional - Investigación - Ciudadanía - Administración

BENEFICIOS DE LA APLICACIÓN DE LA NEURODIDÁCTICA A LA DOCENCIA DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTOR

José Cantó Doménech
Universidad de Valencia (España)
jocando@uv.es

Este estudio ha sido financiado por el Proyecto GV/2015/042 de la Conselleria de Educación, Cultura y Deportes de la Generalitat Valenciana.

La neurociencia ha experimentado un desarrollo importante desde finales del siglo pasado gracias, sobre todo, a los avances tecnológicos que han permitido ver casi en directo la actividad cerebral. Así distintos estudios han permitido saber cómo funciona el cerebro y han demostrado una de sus características fundamentales: la plasticidad. Mediante dicha plasticidad, las redes neuronales pueden ser modificadas por las experiencias y por las respuestas concretas que se dan frente a un cierto comportamiento. Otro resultado crucial ha sido la constatación de que existen etapas en que dicha plasticidad presenta máximos y que uno de ellos coincide con el período de escolarización del segundo ciclo de Educación Infantil (EI) que va de los 3 a los 5 años.

Sin embargo, a pesar de que la neurodidáctica (neurociencia aplicada a la educación) ha investigado distintos procesos básicos cerebrales que intervienen en la docencia y ha llegado a la conclusión que la educación provoca cambios en la estructura y la organización neuronal, estos resultados no han tenido, hasta donde sabemos, ni una difusión entre los docentes, ni una aplicabilidad directa en las aulas.

Por ello, el hecho de tener en cuenta distintas estrategias a la hora de abordar la docencia en EI, pueden repercutir positivamente en el proceso de enseñanza y aprendizaje en estas edades, ya que puede ayudar a los docentes a entender no solo cómo los niños y niñas de EI aprenden conceptos y procedimientos, sino cómo enseñarles a autorregularse emocionalmente. De esta manera, tener en cuenta los resultados de la neurociencia en las prácticas docentes diarias para mejorar el proceso educativo en esta etapa, donde se ponen los cimientos de la personalidad, debería ser una práctica educativa habitual.

En esta comunicación presentamos los resultados preliminares de un proyecto de investigación que se está desarrollando con un grupo de 20 docentes en 5 escuelas públicas de la provincia de Valencia (España), sobre la aplicación práctica de los principales descubrimientos de la neurociencia, aplicada al proceso de enseñanza y aprendizaje de EI que pretende establecer, además, lazos de colaboración entre las dos instituciones implicadas en la formación de maestros (Universidad y Escuela) y que tiene una doble vertiente: formativa e investigadora. Dicho estudio ha sido realizado, posteriormente a que los maestros y maestras realizaran un período formativo, después del cual, han podido diseñar y aplicar en sus aulas, distintas estrategias docentes basadas en los resultados que nos ofrece la neurodidáctica sobre cómo funciona el cerebro. Los primeros resultados demuestran, que existen ciertas acciones didácticas y pedagógicas, que funcionan y mejoran la docencia en esta etapa educativa. Presentaremos cuáles son dichas estrategias y qué resultados ha dado su implementación en la práctica docente diaria.

Palabras clave: Neurodidáctica – Educación infantil – Formación profesorado

CONSTRUCCIÓN DE UN INSTRUMENTO PARA LA OBSERVACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN EDUCACIÓN MUSICAL

AUTORES

Albert Casals y Carmen Carrillo

Universidad Autònoma de Barcelona y Universidad Internacional de Cataluña (España)

Albert.Casals@uab.cat y ccarrillo@uic.es

Lo que aquí se presenta es fruto del trabajo del equipo dirigido por Mercè Vilar y constituido por Rita Ferrer, Rosa M. Girbau y Assumpta Valls, además de los autores.

El trabajo que se presenta forma parte de un proyecto más extenso que pretende mostrar ejemplos de buenas prácticas en educación musical a partir de la observación y análisis de clases de música. Este proyecto es novedoso en el sentido de que aporta una perspectiva empírica en relación con el estudio de las buenas prácticas en el ámbito de la educación musical y de que pretende construir puentes entre modelos teóricos y realidades profesionales que, en último término, faciliten el diálogo entre maestros e investigadores.

En esta ponencia se describe el proceso seguido para la elaboración de un instrumento de recogida de datos capaz de recopilar las prácticas musicales observadas en las aulas de los centros educativos de Cataluña. A partir de un modelo didáctico previamente consensuado, el equipo de investigadores del proyecto estableció una serie de ítems observables susceptibles de ser indicativos de buenas prácticas en la enseñanza de la educación musical en la etapa primaria. El instrumento elaborado se sometió a validación interna y externa. En primer lugar, la pauta de observación se validó a nivel interno mediante dos actuaciones consistentes en la observación directa de clases de música de primaria simultáneamente por parte de dos observadores. En segundo lugar, tres expertos que evaluaron la univocidad y pertinencia de los ítems observables actuaron como jueces en el ejercicio externo de validación.

El instrumento resultante consta de dos partes con las que se pretende recopilar datos tanto del contexto de observación como de los aspectos recogidos durante la misma. La primera parte consta de 31 ítems que tienen por objeto recoger las características del docente, del centro, del grupo-clase y del aula. La segunda incluye 99 ítems a través de los cuales se busca recopilar datos en relación con los siguientes bloques: 1) Canción, práctica instrumental y danza, 2) Lenguaje Musical, 3) Audición, y 4) Temas transversales (gestión del grupo-clase, diseño de las sesiones, enfoque del proceso de enseñanza-aprendizaje o uso de las TIC).

Los resultados del estudio se discuten, primeramente, con base a las aportaciones y las dificultades encontradas durante la construcción del instrumento como consecuencia de la metodología colaborativa empleada y de la presencia constante de referentes empíricos. Finalmente, se destaca la importancia de dicho instrumento dado el marco específico de la Didáctica de la Música, que históricamente se caracteriza por tener dificultades en concretar modelos, procesos y elementos clave en relación con la enseñanza-aprendizaje de un lenguaje de naturaleza auditiva. De hecho, este tipo de instrumento es muy poco habitual –por no decir inexistente– en la disciplina y, más allá de su interés en el marco de la investigación, se valora que debería alimentar, y sobre todo facilitar, la comunicación y la discusión entre los académicos y los profesionales implicados.

Palabras clave: Instrumento observación – Buenas prácticas – Didáctica de la Música – Educación Primaria

LA REINSERCIÓN SOCIAL: UNA AGENDA PENDIENTE EN LA REALIDAD PENITENCIARIA MEXICANA

AUTORES

Patricia Liliana Cerda Pérez, José Gregorio Jr. Alvarado Pérez y Emma Cerda Pérez

Universidad Autónoma de Nuevo León (México)

cerda35@hotmail.com , greg_alvarado@hotmail.com y emmacerda@gmail.com

En plena edad productiva; de género masculino; casados o con pareja; católicos y/o cristianos mayoritariamente y, pertenecientes en casi 45 por ciento de los casos a familias nucleares son las principales características que quienes de encuentran internados en los centros penitenciario del Estado de Nuevo León, México. Recluidos ahí por delitos comunes obtuvieron durante el cumplimiento de su sentencia, mejorías en su educación, sin que se traduzca necesariamente en mejores oportunidades laborales o buenos salarios a su salida de los Centros de Readaptación Social (CERESO).

Con un promedio de estancia de 8 años dentro de los Centros de Readaptación Social, los egresos de tales reclusos se distinguen por escasas oportunidades de acceder a ingresos decorosos. Lo anterior se infiere por que sólo un 3.7 por ciento cursaron la preparatoria, lo cual representa un porcentaje mínimo en una sociedad llamada del Conocimiento, impulsada desde hace años en la entidad.

Durante el presente trabajo se analizan un total de 349 casos referentes a igual número de personas preliberadas durante los años 2012 y 2013 con el objetivo de analizar los perfiles socioeconómicos, educativos, familiares y de adaptación diagnosticas por los Consejos Técnicos Interdisciplinarios establecidos dentro de los centros penitenciarios de Nuevo León, México para los internos por delitos comunes y que, durante el período 2012 – 2013 fueron considerados como candidatos a pre-liberación.

Dichos documentos fueron facilitados por la Prganización No Gubernamental “Promoción de Paz”, esta institución de la sociedad civil que desde hace 20 años trabaja con internos de los penales y sus familias, tiene a su cargo labores desempeñadas en las llamadas instituciones abiertas; esquemas donde los reclusos viven en un esquema de libertad bajo control o condicionada, nos referimos a internos que han obtenido beneficios en su pre liberación.

Este análisis permitió examinar las condiciones socio-económicas, educativas, psicológicas, de adaptación, de salud y familiares y de comunicación en su núcleo, entre 349 internos dictaminados como candidatos a pre liberación durante los años 2012, en los tres penales de Nuevo León (CERESO Cadereyta; CEPRESO Topo Chico y CERESO Apodaca) y, a partir de este, establecer un perfil prototipo de internos por delitos de orden común que existen en las instalaciones de seguridad de este estado de la República Mexicana.

En México, el sistema de readaptación social es un pilar fundamental dentro de una política sistémica de seguridad pública en la nación. En los penales, una vez que los individuos son sentenciados y recluidos en ellos, la readaptación social se erige en una herramienta a través de la cual el Estado ofrece a los internos, educación, capacitación y/o trabajo, mediante los cuales puedan desarrollar actividades lícitas, una vez que éstos, concluyan sus sentencias.

Palabras clave: Centro penitenciarios – Pre liberados – Internos – Readaptación social – Perfil

EL APRENDIZAJE COOPERATIVO COMO HERRAMIENTA PARA LA FORMACIÓN DE INVESTIGADORES NOVELES

AUTORES

Kerwin José Chávez Vera y Yenireth Trias

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

kerwinchavez@gmail.com

La sociedad venezolana requiere la preparación de profesionales comprometidos con el desarrollo de estudios que aporten soluciones a los problemas que enfrenta el país. Consciente de ello, el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno, ente investigativo adscrito a la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (CIPDE-UNERMB) promueve un proceso de formación en el quehacer científico en los estudiantes universitarios.

El proceso formativo se desarrolla siguiendo un modelo basado en la Investigación Acción, con el que se busca cambiar la forma en la que los estudiantes perciben el hacer ciencia. Tal plan formativo incluye desde su inicio el contacto vivencial del estudiante con la investigación para lograr con ello el desarrollo de un proceso real e interesante.

Una de las herramientas empleadas para tal proceso, es el aprendizaje cooperativo con el que se busca que los investigadores noveles en formación no solo entiendan la relevancia de trabajar en equipo, sino que sean además capaces de establecer discusiones y diálogos de saberes, compartir sus experiencias y contribuir a la solución de problemas que se presentan en su contexto.

Este proceso de formación se realiza de manera permanente, buscando la integración de los estudiantes en todas las investigaciones que desde el CIPDE-UNERMB se llevan a cabo. A la fecha más de doscientos estudiantes han pasado por el centro de investigación con el fin de añadir a sus competencias formativas la investigación, y con ello convertirse en un profesional integral, con una firme convicción de la importancia que tiene en su contexto, además consciente que solo mediante la desarrollo y ejecución de investigaciones con pertinencia lograra resolver los problemas que enfrenta la sociedad actual.

Palabras clave: Investigadores - Aprendizaje Cooperativo - Quehacer científico

COMPORTAMIENTO PROAMBIENTAL Y DESARROLLO ECONÓMICO SOSTENIBLE EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTOR

Omar Fernando Cortés Peña

Corporación Universidad de la Costa (Colombia)

ocortes3@cuc.edu.co

Este estudio comprende una aproximación teórica sobre la comprensión que tienen los jóvenes acerca de su comportamiento pro-ambiental y actitudes frente al desarrollo económico sostenible, a partir de la integración de los marcos de la Psicología Económica, Psicología del Consumidor, Economía del Comportamiento y la Economía Ecológica, resaltando las contribuciones teóricas y empíricas de Ortega & Botero (2007), Denegri et al. (2002, 2003, 2004, 2006, 2009, 2014), Sandoval (2006, 2008, 2012) y Cortés (2008, 2011, 2014), entre otros.

En este contexto, el principal referente empírico comprende la investigación doctoral sobre el diseño de un Modelo de Evaluación Multidimensional del Pensamiento Económico – VMPE de Cortés (2014), la cual contó con la dirección y tutoría de Abello, Denegri y Pérez-Acosta (2014). En este estudio se diseñó la *Escala de Comportamiento Proambiental y Desarrollo Económico Sostenible*; teniendo en cuenta la necesidad de establecer un vínculo funcional entre los conceptos de comportamiento pro-ambiental, consumo responsable e inteligente y el comercio justo; como factores clave en la etapa de desarrollo sostenible.

En el presente estudio se administró la *Escala de Comportamiento Proambiental y Desarrollo Económico Sostenible* a una muestra aleatoria de 243 estudiantes de Psicología. Los resultados proporcionaron evidencia de la fiabilidad de la escala Alfa de Cronbach (α : 0.89), adicionalmente se estimaron los coeficientes de correlación ítem - escala oscilando con un rango comprendido entre (r : 0,364 a r : 0,624). Los resultados se resaltan la preocupación cognitiva de los jóvenes frente a los problemas de orden pro-ambiental; sin embargo, sus prácticas y actitudes requieren un mayor nivel de fortalecimiento en el contexto de un desarrollo económico sostenible.

En resumen, los resultados de este estudio apuntan a la importancia de la formulación de políticas, campañas articuladas y programas en curso, que son a su vez, los desafíos constantes para aumentar la eficacia de los programas de conservación del medio ambiente, así como la modificación de las prácticas culturales en términos de promoción del consumo responsable de los recursos naturales y la capacitación económica para promover el desarrollo sostenible. (Durán, Alzate, López y Sabucedo, 2007; King, 2002; Foxall, Oliveira Castro, et al, 2006; Cortés, 2011; Cortés y Botero, 2011; Herrera y Cortés, 2012; Cortés, Abello, Denegri y Pérez -Acosta, 2014).

Palabras Clave: Comportamiento Pro-ambiental - Desarrollo económico sostenible - Psicología Económica

EL SECTOR BANCARIO Y EL COMPROMISO SOCIAL

AUTORAS

M^a del Carmen de la Orden de la Cruz y Pilar Sánchez González
Universidad Rey Juan Carlos y ESIC Business & Marketing School (España)
carmen.delaorden@urjc.es y pilar.sanchez@esic.edu

El sector bancario pasa por unos momentos difíciles, no sólo por los problemas de gestión de la actividad bancaria bajo un entorno de tipos de interés en mínimos y mayores restricciones normativas, sino también por el deterioro de su imagen tras los escándalos que afloraron durante la crisis. Actualmente, ésta es la situación de la banca convencional, pero hay otro tipo de banca. Cabe recordar que la función de los bancos en el sistema económico sigue siendo fundamental porque facilita el trasvase del ahorro hacia la inversión, contribuyendo a conseguir una eficaz asignación de los recursos escasos. Esta función de intermediación financiera se podría calificar también de social al contribuir al desarrollo económico de los países. Bajo esta esencia se ha desarrollado la banca ética basada en el compromiso social.

Esta banca, en realidad, siempre ha estado presente en la historia, pero sus problemas de viabilidad han hecho que haya quedado relegada con una presencia minoritaria, configurándose realmente como complementaria a la banca tradicional. Éste ha sido el caso de la banca que se ha desarrollado a través de diversas figuras jurídicas como cajas y cooperativas de crédito, asociaciones, ONGs, proyectos de economía solidaria, etc. Pero bajo este concepto también se han desarrollado otro tipo de instituciones que han conseguido tener entidad propia. Es el caso de las denominadas instituciones microfinancieras basadas en la concesión de microcréditos y la banca islámica cuya forma de trabajar se sustenta en los principios religiosos del Islam. Ambos tipos de banca han conseguido dar servicios y productos financieros a capas de la población excluidas financieramente en el primer caso, por sus escasos recursos y, en el segundo, por problemas éticos que presentaba la banca convencional para los musulmanes. Así, esta ponencia trata de abordar el origen de la banca ética, los diferentes tipos que se han desarrollado, su situación actual y los retos a los que se enfrentan.

Palabras clave: Banca ética – Responsabilidad social – Exclusión financiera – Sector bancario

PRÁCTICAS ARTÍSTICAS Y ASEOS PÚBLICOS: ESTRATEGIAS ARTÍSTICAS DE REPRESENTACIÓN, CUESTIONAMIENTO Y TRANSFORMACIÓN DE LOS DISPOSITIVOS ESPACIALES DE PRODUCCIÓN DE LAS FICCIONES DE SEXO-GÉNERO

AUTORES

Alfonso del Río Almagro y Oihana Cordero Rodríguez
Universidad de Granada (España)
delrio@ugr.es y oihana@gmail.com

Investigación financiada por: Vicerrectorado de Política Científica e Investigación de la Universidad de Granada mediante concesión de la Beca de Formación del Profesorado Universitario (FPU) del Programa Contratos Predoctorales 2014 correspondiente al Plan Propio de Investigación de la Universidad de Granada (España).

En el Grupo de Investigación HUM-425 de la Universidad de Granada venimos desarrollando un proyecto de investigación cuyo principal objetivo es el análisis de las estrategias artísticas utilizadas para analizar e intervenir el discurso espacial y los dispositivos arquitectónicos como tecnologías de imposición, verificación y control que normativizan y regulan nuestras vidas.

En la presente comunicación expondremos los resultados de las primeras fases de este proyecto en curso sobre el cuestionamiento que, desde la década de los noventa, han llevado a cabo determinadas propuestas artísticas sobre los aseos públicos como dispositivos de poder y prótesis tecnológicas de segregación, jerarquización e imposición de identidades.

Los aseos públicos, mediante su discurso espacial, producen, reproducen y afianzan el paradigma de discriminación de sexo-género a través de estrategias, perfectamente camufladas, de representación y normativización de los cuerpos y de sus comportamientos, con la consecuente exclusión de las identidades no normativas situadas más allá del binomio heteronormativo hombre/mujer.

Las propuestas artísticas estudiadas aportarán nuevos enfoques sobre el discurso espacial y señalarán indicios susceptibles de enriquecerse con el análisis de otros dispositivos espaciales y de ser transferibles a otros campos de conocimiento.

Palabras clave: Arte – Discurso espacial – Sexo-género – Cuerpos – Aseos públicos

DE LA INVESTIGACIÓN A LA DIDÁCTICA DEL CÓMIC. LA HISTORIETA COMO HERRAMIENTA ACTIVA DE APRENDIZAJE DE LAS CIENCIAS SOCIALES EN LA ENSEÑANZA DE ADULTOS

AUTORA

M^a del Mar Díaz González
Universidad de Oviedo (España)
mdiazg@uniovi.es

En el contexto de la tradicional jerarquía de las artes y, por supuesto, frente a las denominadas artes mayores (pintura, escultura y arquitectura), la novena arte ha resultado ser un medio de creación minusvalorado. Desde su aparición, el cómic, como medio de expresión y de comunicación de masas, se ha situado en un terreno ciertamente escurridizo. Por lo general, las tiras cómicas se han acantonado en las lindes de la inocencia infantil, ocupando las planas del diario dedicadas al ocio y al asueto de los más pequeños, a los que iban dedicadas las historietas más ingenuas y melifluas. Surgió, a finales del siglo XIX, en la prensa periódica para suscitar la afición de los niños y adolescentes por el periódico del patriarca, en el que se insertaron asimismo, y por la misma razón, tiras cómicas para las féminas, figurines de moda y recetas culinarias.

El cómic conquistó su autonomía con la adquisición de nuevos formatos, entre los cuales el álbum y la revista, donde se recreaban historietas de mayor enjundia y ambición. Sirva el ejemplo de la publicación TBO, cuya edición corrió a cargo de Bruguera desde 1917 a 1983.

Como sucede en el cine, otro interesantísimo medio creativo, el cómic muestra a la vez que narra. Esta cualidad expresiva imbrica una triple codificación semiótica, por cuanto se interrelaciona el plano iconográfico, el aditamento lingüístico y la técnica narrativa, es decir la resolución formal que implica al dibujo, al entintado, a la disposición de las viñetas, a la creación de los personajes, a la interrelación espacial, a la continuidad, etc... Nos hallamos ante una creación artística atractiva y fácilmente comprensible, de gran amplitud temática y que ofrece infinitas posibilidades estéticas, en función de las diversas escuelas productivas [locales (Asturias), nacionales (Barcelona y Madrid) o internacionales (Bélgica)].

En términos de aprendizaje significativo, se ha comprobado que los usos didácticos del cómic mejoran las habilidades narrativas, de lectura y escritura de los estudiantes. Además, este medio creativo contribuye asimismo a la alfabetización visual del educando, lo que equivale al adiestramiento del ojo en cuanto al reconocimiento de estilos plásticos. Debido a su estructura secuencial, el formato cómic facilita el entendimiento de los argumentos históricos y también se revela un medio muy eficaz en el aprendizaje de otros idiomas. Por su formulación lexipictográfica, cada viñeta contiene imagen y texto, y la progresión narrativa impulsa al lector a la reflexión, e incluso a la anticipación, en cuanto a los puntos clave de la historia. Como medio artístico posibilita al creador la canalización estética del argumento, ya sea histórico, literario o social, y la planificación de los ambientes específicos que arropan a los protagonistas de las acciones.

Como recurso didáctico, el cómic se inserta dentro de un contexto de metodología activa y motivadora. La lectura de tebeos, ya sea a través de periódicos, de revistas juveniles o de álbumes monográficos, concilia el aprendizaje con el ocio, dado que puede utilizarse desde los siguientes niveles de implicación que se profundizaran en nuestra aportación: la lectura de cómics, la investigación del cómic y la creación de un cómic.

Palabras clave: Comicgrafía - Creación - Arte - Didáctica - Aprendizaje significativo - Alfabetización visual

PARA TÍ, PARA MÍ, Y PARA 1.000.000 DE AMIGOS. NUEVAS PERSPECTIVAS DE INVESTIGACIÓN ENTORNO A LA TEORÍA Y CONSTRUCCION SOCIAL DEL SELFIE EN LA ÉPOCA DE LA AUTOTEMATIZACIÓN

AUTOR

Antonio Rafael Fernández Paradas

Universidad de Málaga (España)

antonioparadas@hotmail.com

En plena Sociedad del Conocimiento, las redes sociales, y el cooperativismo, el *Selfie*, mal entendido con un autorretrato al uso, esto es, como aquel testimonio donde un individuo o grupos de individuos se retratan a sí mismos en primera persona, se ha convertido en un auténtico fenómeno mass mediático, acultural y social que abre toda una nueva serie de posibilidades y perspectivas desde el punto de vista de la generación de nuevos conocimientos, investigaciones y propuestas metodológicas.

Un *selfie*, no es un autorretrato, que podía tener diversas finalidades, ya fueran familiares, políticas, como un regalo, para iniciar un cortejo amoroso etc. Partiendo de la materialidad del soporte, un selfie queda definido como una “fotografía que se ha tomado de uno mismo, por lo general con un teléfono inteligente o webcam y compartida en un sitio Web de medios sociales”, y que por lo tanto es recepcionada por el público consumidor/prosumidor de esa red social, cuestión de vital trascendencia, porque en el autorretrato al uso, era uno, o un reducidísimos grupo de personas quienes lo consumían. Es más, el *selfie*, como producto netamente social y 2.0, no termina su cometido al ser compartido en una red social, sino que partir de aquí comienzan a desarrollarse una serie de etapas “vitales” con nuestra imagen compartida, entre ellas, ver cuantos “Me Gusta” ha recibido, comentarios, o comparticiones ha tenido.

En el trasfondo de este uso social del selfie, descansa el gran desarrollo de la cultura de la “autotematización”, “escenificación” y “comercialización del Yo”. Partiendo de la teoría de la narratología, nos adentramos en el trasfondo del “*selfie*”, como medio de construcción de las identidades sociales, vía por la que nos “fabricamos un Yo”, propio, en el que se produce una subjetivación de la narración.

De todas estas cuestiones, la teoría social del *selfie*, tipologías, teorías relacionadas, de la autoestima, y la aceptación de un individuo así mismo, la autotematización, confesión, escenificación, y comercialización del Yo, versará la presente ponencia.

Palabra clave: *Selfie* – Comunicación – Autorretrato - 2.0

COOPERATIVE WORK AND PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF TEACHERS

AUTORA

Maria da Conceição Figueira Santos Pereira

Instituto Politécnico de Lisboa y Escola Superior de Educação de Lisboa (Portugal)

clanca@eselx.ipl.pt

The cooperative work between teachers has been receiving more attention over the last years, in relation with the mutual assistance (Carneiro, Geller & Nitzke, 2008), where everybody works with an aim to achieve predefined goals, which were created in relation to one another (Dillenbourg, 1999) and to obtain professional skills. Although individual work practices are still tempting to teachers, there is currently a greater trend to work as a group in schools or in training groups organized by teachers' associations.

It is in the context of this problem that develops this study aims to understand the cooperative self training processes in the context of cooperative groups of the Modern School Movement (MEM) Portuguese and their impact on the professional development of teachers.. Considering the subject of study, the following questions were identified: i) What motivations lead the teachers to integrate MEM's cooperative groups? ii) How is the cooperative self-training organized and how is it developed within in MEM's cooperative groups? iii) What are the positive aspects and constraints identified by the teachers within the work developed in the cooperative groups? iv) What are the reasons that lead the teachers to stay or abandon its participation in MEM's cooperative groups? v) What is the impact of experiences carried in the context of cooperative groups in the professional teacher development? For this purpose, we had the participation of six teachers belonging to one of MEM's cooperative groups.

Keeping the subject of study as a reference, we use a qualitative methodology and gave preference to the semi-structured interview as the data collection technique. We based the data processing in the content analysis, following the recommended steps for content analysis by Bardin (2009).

The study's results allowed determining that the executed work promotes the teachers professional development, given that it increases the reflexive competence about the pedagogic practice, as well as the development of other competences of *praxis*, namely, the identification of the most adequate strategies for the resolution of emerging issues in the teacher's professional everyday life and a greater argumentation and foundation capacity of the work executed with the students. These skills lead to a greater safety, and presenting themselves as essential for the creation and development of the professional identity.

Palabras clave: Professional teacher development - Professional identity - Modern School Movement - Reflection - Cooperative group

EFECTOS DEL VIDEOJUEGO EN ADOLESCENTES ESCOLARIZADOS

AUTORAS

Luz Stella Fuentes Fuentes y Libia María Pérez Castro

Corporación Universitaria del Caribe (Colombia)

Luz.fuentes@cecar.edu.co y Libia.perez@cecar.edu.co

Las Nuevas Tecnologías de la Información han propiciado cambios en todas las áreas de actividad humana incluyendo la educación. Esta investigación surgió como producto de la reflexión pedagógica al observar el gusto que muestran los estudiantes por el videojuego. De hecho, los videojuegos son un medio de uso masivo, que ha adquirido importancia social y se caracterizan porque pueden llegar a tener implicaciones cognitivas, especialmente en niños y adolescentes, de acuerdo con Labrador y Villadangos (2010) estas nuevas tecnologías, han generado polémica por su influencia en la cotidianidad. Lo planteado llevó a formular el siguiente interrogante: ¿Cómo incide el uso del videojuego en el rendimiento académico y comportamental de los estudiante? el objetivo general estuvo orientado en determinar si el uso excesivo de videojuegos puede interferir en el rendimiento escolar y comportamental de los estudiantes de instituciones oficiales del municipio de Sincelejo-Sucre- Colombia.

Un fundamento teórico importante para este estudio fue el aporte de Tejeiro, Et al., (2009) quien plantea que los videojuegos llegan a generar adicción, agresividad, aislamiento social y bajo rendimiento escolar. Vinculando así un efecto adictivo y con repercusiones en los logros académicos. A su vez, Echeburúa, E., Corral, P. & Amor, P. (2005) manifiestan que la conducta implicada en los videojuegos, puede convertirse en patológica en función de la intensidad o frecuencia invertida en ellos y del grado de interferencia en las relaciones familiares, sociales y/o escolares de las personas implicadas. Esto indica, que el uso de videojuego en tiempos sin una autorregulación por parte del sujeto implicado es de riesgo para su salud. Pero, por otro lado, Mcfarlane, A. & Sakellariou, S. (2002) señalan que la mayoría de docentes reconoce que los juegos apoyan el desarrollo de estrategias en los chicos. Otros autores clave en la construcción del marco teórico fueron: Navarro, (2009), González y Blanco, (2010), Escribano, F. (2012). De Miguel, A. & De Miguel, I. (2011), y Beltrán Carrillo, V., Valencia Peris, A. & Molina Alventosa, J. (2011).

El enfoque de esta investigación fue cuantitativo de corte descriptivo. La muestra fue estratificada, los criterios de inclusión fueron: estudiantes de básica secundaria de instituciones educativas públicas de género masculino y usuarios de videojuegos. Se aplicó un cuestionario tipo encuesta a 480 estudiantes de cinco instituciones educativas. La información fue analizada mediante estadística descriptiva. Los resultados obtenidos muestran que más del 80% de los estudiantes presentaron pérdida de asignaturas y logros académicos bajos. Asimismo, se encontró que los videojuegos, han generado adicción, agresividad, aislamiento, sexismo, trastornos de salud y la mayoría reconocen ser jugadores habituales. Se puede concluyó que el uso de los videojuegos puede generar en los encuestados aspectos positivos como estrategias y habilidades de pensamiento. Pero por la cantidad de horas dedicadas a esta práctica, se remplazan actividades como deportes, paseos y tareas escolares, que afectan el rendimiento académico y promueven conductas como adicción, agresividad, aislamiento y cambios en hábitos de alimentación y sueño que pueden afectar el estado físico y emocional de los estudiantes.

Palabras clave: Videojuego - Adicción - Rendimiento académico - Comportamiento

¿PUEDE LA PROGRAMACIÓN NEUROLINGÜÍSTICA (PNL) SER UNA TÉCNICA EFICIENTE PARA LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA? ANÁLISIS DE LOS ESTILOS DE APRENDIZAJE Y LOS CANALES DE PERCEPCIÓN EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

AUTORES

María Cristina Gamboa Mora, John Jairo Briceño Martínez y Johanna Patricia Camacho González

Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Universidad Manuela Beltrán (Colombia) y Universidad de Chile (Chile)

maria.gamboa@unad.edu.co; jhonjairobriceno@gmail.com y jpcamacho@uchile.cl

En este trabajo se ha buscado analizar cuáles son los estilos de aprendizaje (EA) (Cabrera y Fariñas, 2005) y los canales perceptivos (CP) según la Programación Neurolingüística (PNL), en estudiantes de primeros semestres de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD y de la Universidad Distrital de Colombia, con el fin de aportar a la reflexión por un lado, de cómo contribuir a la disminución de la deserción estudiantil que ocurre en los primeros semestres como de la importancia de promover acciones que ayuden a la motivación de los estudiantes para que consigan mejores resultados de aprendizajes.

Los cuestionarios que se utilizan para esta tarea son: para los EA, los de los autores Honey y Alonso (CHAEA) y para el análisis de los CP, se adapta un cuestionario basado en la teoría que se ha consultado sobre la PNL, y que en su mayor parte ha estado asociado al campo empresarial y de acompañamiento terapéutico, pero que en este trabajo, se indaga por sus potencialidades en la educación.

Se concluye, que frente a la primera categoría indagada (EA) no hay una tendencia mayoritaria por parte de los estudiantes hacia a alguno de los EA a saber: activo, reflexivo, teórico y pragmático, y en cambio, para las variables indagadas para CP, se detecta una leve diferencia a favor del CP auditivo sobre el visual, seguido por el kinestésico.

Esto nos ha permitido con ayuda además del marco teórico utilizado, ofrecer unos elementos importantes que pueden ser utilizados por las universidades para diseñar estrategias que contribuyan como se ha mencionado, a la motivación y la disminución de la deserción estudiantil.

Palabras clave: Estilos de Aprendizaje – Canal Perceptivo – Programación Neurolingüística (PNL) – Motivación

LOS ESTUDIANTES EN PRÁCTICAS EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: UNA REVISIÓN BIBLIOGRÁFICA

AUTOR

Manuel García Borrego
Universidad de Málaga (España)
manoletus@uma.es

Tradicionalmente, la presencia de estudiantes en prácticas en las redacciones y su función de sustitutos de los profesionales consolidados ha sido una de las mayores preocupaciones de los periodistas, hasta el punto de que hace cinco años suponía uno de los principales problemas de la profesión para más del 35% de los encuestados por la APM (Farias, 2010). A pesar de ello, así como de las advertencias de Cantalapiedra (1997) y Lamuedra (2007) sobre las posibles irregularidades y abusos que podrían estar cometándose en este período de formación, se conocen pocos trabajos sobre la situación laboral de los estudiantes en prácticas.

Este estudio se propone realizar un repaso de la literatura existente en España hasta el momento para enumerar y explicar las posibles líneas de investigación a desarrollar en los próximos años. Para ello, se acomete una revisión sistemática de documentos científicos relacionados con los estudiantes en prácticas publicados en los últimos 20 años en las principales revistas españolas, libros e informes.

La investigación de referencia sobre los estudiantes en prácticas la realiza la APM (Farias, 2005) y pone el objetivo en las condiciones laborales de los becarios, algunas de las rutinas profesionales y otras variables como la satisfacción general o el peso en la estructura redaccional. Desde entonces, las referencias al asunto en el Informe de la Profesión Periodística son menores y abordadas desde la perspectiva del periodista sénior. Anteriormente, Cantalapiedra (1997) ya había examinado el estado de la profesión situando el foco en los jóvenes como parte fundamental de la actividad periodística.

Lamuedra (2007), en uno de los estudios más recientes, desgana cualitativamente las memorias de prácticas de 100 estudiantes en el que tratan, de manera genérica, áreas como las de las rutinas profesionales, el *newsmaking* y el uso de fuentes en las redacciones, la satisfacción laboral o el papel de las universidades, aunque se hace poco hincapié en aspectos como las condiciones laborales.

En los últimos años parece haber renacido el interés por el tema de las prácticas con artículos como el de Pérez-Serrano, Rodríguez-Barba y Rodríguez-Pallares (2015), en el que se desgana la demanda de perfiles profesionales por parte de las empresas adscritas al convenio de prácticas de la UCM, aunque no se han llevado a cabo estudios empíricos sobre cómo éstas se materializan.

De los resultados de la revisión bibliográfica se concluye que existen pocos trabajos que analicen de manera cuantitativa o extrapolable la situación actual de los estudiantes en prácticas. Por ello, se sugiere una batería variada de líneas de investigación de vanguardia para enriquecer el área de conocimiento en cuestión: entre ellas se encuentran las rutinas profesionales de los becarios, su peso en la estructura redaccional, el marco legal, la función de la socialización en la configuración de la cultura profesional o el rol de las universidades en el proceso de formación y adquisición de competencias prácticas de los periodistas del futuro.

Palabras clave: Prácticas en empresa - Formación - Estudiantes - Universidad

CIUDAD, PATRIMONIO Y CONFLICTO: (A LA LUZ DE LAS) NUEVAS METODOLOGÍAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Modesto García Jiménez

Universidad Católica de Murcia (España)

mgarcia@ucam.edu

Las reflexiones aquí presentadas nacen en el marco de un proyecto CIMAR "La Ciudad y el Mar. La Patrimonialización de las Ciudades Portuarias" (HAR2013-48498-P. Ministerio Competitividad)

Aunque parezca reproducir un tópico, el mundo ha cambiado radicalmente; a velocidad de vértigo y de manera acelerada (R. Koselleck). Tanto, que las teorías sociales hasta ahora vigentes se afectan de una obsolescencia galopante por más que éstas sean todavía ostensiblemente 'jóvenes'.

La última hornada de producción intelectual o científica sobre diversos aspectos sociales se ha visto impactada fundamentalmente por dos asuntos de alcance todavía impredecible: la implantación generalizada de nuevas tecnologías individuales de la comunicación, fundamentalmente las que circundan alrededor de la telefonía móvil y su enorme despliegue de posibilidades (cada persona es un terminal digito-cibernético con todas las posibilidades de conexión, información, conocimiento, gestión, comunicación, expansión, participación...); y la onerosa crisis de la última década (no tanto en el sentido de una gran recesión económica, como en el de componente esencial y demostrativo de la eficacia de los recursos y estrategias de autorregulación, fagocitación y perpetuación de los sistemas capitalistas). Los grandes discursos omniexplicativos y dicotomías con las que la ciencia moderna se expresaba, así como los intentos postmodernos de crítica epistemológica, se han extinguido o han dejado de ser pertinentes. Por ejemplo las que explican el patrimonio (último gran fenómeno de catarsis social) en virtud de los pares popular/culto, tradicional/moderno, material/intangible, rural/urbano, o basándose en grandes teorías como las de la identidad social.

De entre las 'preocupaciones' derivadas de lo anterior, ocupa un lugar central el análisis de los modos de vida urbanos –tomados aquí como requisito evolutivo civilizatorio y no como la simple dicotomía habitacional clásica rural/urbano- y los del significado de la ciudad hoy. Las ciudades, en la transmodernidad (Kapfinger; Lootsma; Jameson; Bauman; Zizec...), se han abandonado definitivamente en los brazos de las políticas y de los procedimientos neoliberales. Prefieren proyectarse bajo fórmulas vacías (*smartcities, app hack, makingcity, walkscapes, regaining, multicity design*) de espejismo futurista que afrontar la gravedad de los problemas sociales de manera franca y resuelta. Las velocidades a las que evolucionan la reflexión teórica y el procedimiento metodológico son dispares, y lo más preocupante aún, son paralelas, en el sentido de que difícilmente convergen. Pero fundamentalmente no parecen ser idóneas para desentrañar las perspectivas adecuadas de interpretación de la realidad social. Es apremiante el establecimiento de nuevos marcos teóricos y, como consecuencia, también metodológicos más acordes con la nueva realidad.

¿Cómo investigamos hoy –y bajo qué parámetros- los asuntos de comunicación –o incomunicación- social: tensión, disconformidad, perjuicio, conflicto, segregación, o bien apropiación del espacio, justicia, equilibrio urbano, inmersos como estamos en una revolución sin límites, en una convulsión total, en una desfiguración de los órdenes con que habíamos intentado explicar lo que seguimos llamando realidad?

Palabras clave: Metodologías emergentes - Ciudad - Conflicto

LA METODOLOGÍA MIXTA EN LAS INVESTIGACIONES EN CIENCIAS DE LA SALUD. RETOS Y EMERGENCIAS

AUTORA

Rosa García Orellán

Universidad Pública de Navarra (España)

rosa.garcia@unavarra.es

El Grado de Enfermería en España tiene un recorrido muy corto, entre el 2010 y 2011 ya se implanta plenamente en nuestras universidades, hasta este momento es una formación de diplomatura y para acceder al grado y postgrado era preciso optar por otras disciplinas. A diferencia de otros países como Canadá, Brasil o Colombia, por citar algunos, donde el postgrado en enfermería tiene un consolidado recorrido.

El objetivo de esta presentación es mostrar los retos en los que nos sumergen las investigaciones en ciencias de la salud y concretamente en enfermería, que aplica la metodología cualitativa junto a una metodología cuantitativa. Es por ello que desarrollaré las características de cada una de las metodologías aplicadas. El segundo objetivo de este trabajo es profundizar en la metodología cualitativa centrándome en dos aspectos que considero fundamentales: la observación participante o etnografía y la perspectiva biográfica. Ambos métodos abiertos a diferentes proposiciones teóricas epistemológicas según el tema objeto de estudio en el que nos estamos sumergiendo.

La observación participante o etnografía, es una técnica de recogida de información que consiste en observar a la que vez que participar en el grupo que se está investigando. Según Oscar Guasch, (2002) el primer antropólogo que estructuró la observación participante fue Bronislaw Malinowsky. En el campo de la práctica socio sanitaria, llegan a formularse las preguntas de qué investigar, por qué investigar.

Es decir el tema de investigación aparece constantemente. Aquí reflexionaremos sobre la observación participante y los dilemas éticos. Otro elemento de profundización metodológica es el trabajo de la perspectiva biográfica Daniel Bertaux, (1980). Mediante este término englobamos todo un proceso de observación y de reflexión que aplicamos a lo largo de la recogida de relatos de vida. El análisis del sujeto/objeto está presente, es decir la persona investigadora es consciente de que su informante también está mediado en su relato por la relación que establece con el investigador.

Las narrativas que recogemos, además, se pueden analizar usando diferentes propuestas teóricas, entre las que destacaría, por su gran incidencia en el campo de los estudios de la salud, la teoría de las emociones. En este sentido, destaco el sugerente concepto de Barbara Rosenwein de “comunidades emocionales”, que nos puede llevar a nuevas interpretaciones y análisis de temas como el aborto o el duelo.

Como reflexión final, mostrar que no resulta suficiente argumentar un trabajo de investigación en base a propuestas metodológicas, sino que es preciso reflexionar en las herramientas teóricas con las que analizamos los datos.

Palabras clave: Enfermería - Metodología de investigación mixta - Observación participante - Perspectiva biográfica

REPUTACIÓN MEDIÁTICA COMO INTANGIBLE DENTRO DE LAS ORGANIZACIONES PÚBLICAS: EL CASO DEL INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DE ESPAÑA

AUTOR

Álvaro G. García Pabón

Universidad Complutense de Madrid (España)

alvarogg@ucm.es

En esta comunicación se presenta una investigación que está enmarcada bajo los parámetros que conciernen al campo de los intangibles dentro del sector público, tema del cual, se desprenden, conceptos afines que vienen trazados desde algunas disciplinas como son las relaciones públicas, la comunicación de las instituciones públicas y en si, la comunicación de las organizaciones.

Dentro del tema de intangibles en el sector público, se estudiará la reputación mediática de una organización pública, el concepto de reputación mediática, entendido desde la definición de Deephouse como “la evaluación global de una organización tal y como se muestra en los medios” (2000:1097). Para ello, se investiga en primer lugar y a modo de diagnóstico, el carácter estratégico a nivel de comunicación de la oficina de Gabinete de Prensa del Instituto Nacional de Estadística de España, a través de una entrevista en profundidad al encargado de dicha área y en segundo lugar, se procede a realizar un análisis de contenido, a través del examen minucioso de los principales periódicos nacionales, durante un periodo de tiempo determinado y con ciertas variables y valores establecidos. Esto permite poder hacer cruces de información, contrastar entre lo que se quiere proyectar desde la organización y lo que realmente se proyecta, obtener resultados generales, dar conclusiones y posibles aportaciones.

Siendo así, se revisa un marco teórico-conceptual pertinente, cohesionado y que ponga además, en contexto al lector, sobre los términos que debe conocer para comprender esta investigación, dicha revisión, combinando varias teorías entre si. Se pretende develar el tipo de comunicación que proyecta una institución pública y que se verá reflejada en la reputación mediática de la misma. Se analizan una serie de atributos; el sentido de la atribución de los mismos, la intensidad, el atribuyente, el carácter de la aparición del INE (episódico y/o temático), entre otros.

Como resultado de esta investigación, a rasgos generales, se ha comprobado que el Instituto Nacional de Estadística de España tiene una reputación mediática neutra e ideal de acuerdo a las conceptualizaciones al respecto, hechas por algunos autores especialistas en comunicación dentro de las organizaciones públicas, como lo son la finlandesa Vilma Luoma-aho y la española María José Canel Crespo, entre otros.

Palabras claves: Reputación mediática - Intangibles en el sector público – Comunicación de las organizaciones públicas – Comunicación institucional – Instituto Nacional de Estadística de España (INE)

GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA. EL CASO DE UNA ENTIDAD EDUCATIVA SUPERIOR

AUTORA

Esperanza García-Uceda
Universidad de Zaragoza (España)
mariola@unizar.es

Actualmente, la gestión de la comunicación interna en las organizaciones se caracteriza por su carácter global, así como también, multipropósito. Es utilizada como una herramienta clave en distintos ámbitos de la empresa, desempeñando un papel primordial en los distintos procesos que pueden darse en el seno de la misma: procesos de cambio en las organizaciones, refuerzo del papel de liderazgo de equipos, difusión de la cultura y valores de la organización, entre otras.

En las empresas del s. XXI, es necesario que se entienda que la información que no se comparte pierde su poder (Velasco, 2012). Existen nuevos modelos y plataformas de transmisión de información en los que la instantaneidad y la interacción es la base del modelo comunicacional actual. Los mensajes se envían y reciben de forma inmediata y si además, se generan de forma transparente, participada y colaborativa garantizan una mayor involucración y transformación social. En este contexto, el objetivo que nos proponemos con este trabajo es mejorar la gestión de la comunicación interna de una Institución educativa privada aragonesa, un centro de formación superior, con diez años de antigüedad. La población diana es el personal docente e investigador -54 profesores que desarrollan su actividad en el Grado de Fisioterapia y presentan distintas relaciones contractuales con la Organización educativa- y Personal de administración.

Para conseguir este objetivo primero se identifica la red secreta de relaciones, esa red subterránea que se arma paralelamente a las estructuras oficiales, y que determina mucho de lo que pasa a nivel del poder y de las relaciones interpersonales. Segundo se valora si existen subgrupos o posibles rupturas en el mismo. Por último, se detectan los líderes informales o empleados claves en la organización, esto es, personas que probablemente sin saberlo por sus competencias y habilidades están actuando o pueden hacerlo como “Líderes sociales 2.0”. Son posibles influenciadores que tras un proceso de formación permitirían a medio plazo implementar una red social corporativa (comunicación 2.0). Un sistema abierto y multicéntrico que a través de intercambios potenciaría recursos e idearía alternativas novedosas para la resolución de problemas (Dabas, 2001).

Como metodología se utiliza el Sociograma. Un procedimiento de análisis que permite conocer las relaciones que se establecen en un equipo de trabajo, tanto de trabajo, de amistad como de influencia (Ibarra, 1992), y sobre las que poder basar la configuración del “organigrama informal” (Molina, 1995). Se elabora un test sociométrico a partir del trabajo realizado con un grupo de expertos.

Por último, en este trabajo se pone de manifiesto el potencial que representa gestionar estratégicamente la comunicación interna de una organización. Cómo identificar la red informal y valorar el posible paralelismo o desequilibrio existente entre la misma y la red formal permite conocer las verdaderas relaciones que se dan en un grupo para mejorar las relaciones interpersonales y beneficiar el buen clima interno. Esta experiencia puede servir de referencia a otras entidades interesadas en la creación de una red capaz de detectar y potenciar el talento, el sentimiento de pertenencia y la integración de sus equipos.

Palabras clave: Comunicación interna - Organigrama informal - Líderes sociales 2.0 - Relaciones informales - Test sociométrico

LA CONCIENCIA PLENA COMO VERDADERO APRENDIZAJE

AUTOR

Francisco Gómez Gómez

Universidad Complutense de Madrid (España)

fgomez@ucm.es

Este trabajo aborda el tema del aprendizaje en la Universidad que puede ser funcional, en el sentido de poder cumplir con los cometidos que socialmente tiene encomendados, sólo si respeta el orden jerárquico existente, a saber: los primeros son los padres, los segundos los alumnos y los terceros los profesores. Si dicho orden se respeta la inmensa mayoría de los problemas que se producen en la Universidad desaparecerán.

Como diseño teórico se abordarán brevemente algunos de los aspectos importantes del modelo sistémico-fenomenológico de las Constelaciones Familiares, que centran la figura del educador como profesional de la ayuda, a partir del cual se pueden establecer unos órdenes para que la citada ayuda haga posible la intervención educativa que se propone.

La fenomenología de Husserl, Heidegger, Hegel, Jasper, Roger, entre otros, se ha convertido hoy, en la práctica educativa, en lo que se denomina como evidencia. Así se denominan también a la medicina, la enfermería, la psicología, etc. de la evidencia, lo que se puede trabajar o atender. Ello viene a confirmar el paradigma de lo que es, de lo que está, de lo que se muestra sin tener que ocuparnos tanto de lo que nosotros queremos o creemos que debería ser.

Estamos acostumbrados a percibirnos, vernos, pensarnos y sentirnos como seres individuales e independientes. Vivimos en un tiempo que podríamos denominar como "la era del individuo", olvidando que estamos aquí porque mucha gente anterior a nosotros, que nos precedieron, se unieron y, a través de la sexualidad han ido pasando la vida de generación en generación hasta llegar a nosotros. Y como que nos olvidamos que los que nos la pasaron son nuestros padres, esas personas tan imperfectas a veces. Y que ellos la recibieron de nuestros abuelos y así sucesivamente en una progresión geométrica hacia atrás.

Con nuestro tiempo de desarrollo tecnológico y la vida tan separada de la naturaleza, hemos olvidado que venimos de una tribu y somos parte de ella, y que esa es nuestra naturaleza. Hemos perdido el sentido de la tribu, pero no por eso nuestra vida, nuestro destino es ajeno a ello.

Las Constelaciones Familiares son algo más que una metodología eficaz, pues se trata también de una filosofía, de una forma de vivir, de estar, de mirar al hombre, a la vida y a la muerte; lo que nos amplía horizontes, nos enseña cómo es vivir en sintonía con lo que es y nos capacita para al eterno movimiento. Tal y como se da en el Universo de manera constante.

A partir de un caso práctico educativo se implementará la parte empírica y práctica de este estudio, aprovechando algunas de las afirmaciones de los profesionales ecuatorianos que realizaron un curso de 40 horas de duración en la Universidad Tecnológica de Indoamérica en Quito (Ecuador), en noviembre de 2011, en el que participaron 40 profesionales del ámbito educativo

Palabras clave: Conciencia plena - Aprendizaje - Modelo sistémico-fenomenológico - Órdenes de la ayuda

CONTRIBUCIÓN DE LOS INFORMATIVOS AL IMAGINARIO COLECTIVO DONDE EL OTRO ES MUJER Y/O EXTRANJERO

AUTORES

Lorena Gómez Puertas, Rafael Ventura y Carles Roca Cuberes

Universidad Pompeu Fabra (España)

lorena.gomez@upf.edu, rafael.ventura@upf.edu y carles.roca@upf.edu

El trabajo que se presenta se enmarca en el proyecto de investigación interuniversitario “Análisis de los relatos audiovisuales sobre las civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión”, financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España desde el Plan Nacional de I+D+i, Subprograma de Proyectos de investigación Fundamental no orientada (2012-2014) (CSO2011-23786).

El proyecto se articula en tres fases de desarrollo consecutivas. En primer lugar, el análisis textual de la construcción y representación de las civilizaciones y culturas a través de unidades informativas de los tres principales canales de televisión generalista en España (TVE1, Antena3 y Telecinco) y de tres cadenas autonómicas (Televisió de Catalunya, Telemadrid y Canal Sur), de acuerdo a ejes conceptuales como interculturalidad, religión, género o sexualidad. En segundo lugar, el análisis de la percepción de los espectadores acorde a su representación en estas unidades a partir de diversos grupos de discusión realizados en Barcelona, Madrid, Murcia y Sevilla, diferenciados por la variable de edad. Y por último, a partir del método Delphi, la interpretación de un panel de 35 expertos procedentes de distintos ámbitos y disciplinas tanto de los materiales analizados como de los discursos generados en el estudio de recepción.

Los resultados permiten obtener una mirada transversal de las tres fases, en torno a los discursos interculturales sobre la construcción del nosotros/ellos desde la variable de género y extranjería al concentrarse en los relatos informativos sobre un acontecimiento cultural español de amplio seguimiento internacional como es la celebración de los Sanfermines en Pamplona (Navarra). Entre las primeras conclusiones del estudio destaca la conceptualización dominante de los encierros como ámbito de acción eminentemente masculino y español, en el que la mujer y el extranjero son intrusos de diversa índole. Por un lado, la mujer carece del coraje y la destreza innata del hombre y debe compensarlas con esfuerzo y preparación. Su participación activa en los encierros, condicionada por su inherente prudencia, se representa como un hecho anecdótico. Por otro lado, el extranjero contemplado como un colectivo homogéneo pese a circunscribirse a la definición de turista procedente de sociedades avanzadas, tiende a infantilizarse al destacar su ingenuidad y desinformación como bases de un comportamiento de alto riesgo motivado por la atracción de experimentar nuevas emociones. Estos rasgos, unidos al tratamiento descontextualizado de las informaciones, carentes de datos que permitan contrastar el alcance de la siniestralidad vinculada a ambos colectivos, confieren un marco de interpretación de la mujer y el extranjero como seres frágiles situados en contextos impropios, al tiempo que se diluye el discurso sobre la tradición cultural de los Sanfermines.

Palabras clave: Representación - Interpretación - Género - Extranjero - Informativos

ACERCAMIENTO DE UNA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN EN CURSO SOBRE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS

AUTORA

Cristina González Díaz
Universidad de Alicante (España)
Cristina.gdiaz@ua.es

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente I+D+i de Universidad de Alicante titulado “Estudio de la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos” (GRE12-18).

El apogeo de los estudios sobre la publicidad de alimentos comienza a fraguarse a principios de la década de los ochenta. Durante esos años ven la luz publicaciones como las llevadas a cabo por Colford (1984, 1985), para la revista *Advertising Age*, o las realizadas por Lord et al. (1987), entre otras, que supusieron el pistoletazo de salida de las investigaciones sobre esta temática, ya que desde entonces la proliferación de estudios ha sido incesante (González-Díaz, 2013).

Por otro lado, se observa como la sociedad cada vez es más consciente y, por extensión, está más atenta en cuidar su salud manteniendo una dieta sana y equilibrada. Esta tendencia se consolida en la actualidad propiciando una preocupación por cuidar lo que se come y en qué cantidad se ingiere, convirtiéndose en muchos casos una verdadera obsesión. A este fenómeno, autores como Castiel y Alvarez-Dardet (2010) lo han denominado “salud persecutoria”. De este modo, esta proliferación de la preocupación por la salud, siguiendo a González-Díaz (2013) se manifiesta en la cesta de la compra y en el tipo de alimentos que consumimos; pero además, también en el tipo de argumento utilizado en la publicidad de alimentos.

Con este punto de partida esta comunicación tiene como objetivo general describir una línea de investigación en curso sobre el estudio de la publicidad de alimentos. Para llevar a cabo este planteamiento se abordarán los siguientes objetivos específicos:

- 1) Describir los estudios más pertinentes, tanto a nivel nacional como internacional, sobre la publicidad de alimentos haciendo hincapié en las temáticas planteadas y desarrolladas en estas investigaciones;
- 2) Explicar la investigación en curso que se está realizando en estos momentos sobre la publicidad de alimentos;
- 3) Plantear las limitaciones y dificultades encontradas a la hora de llevarla a cabo; y
- 4) Exponer futuras líneas de investigación.

Bajo este contexto, el desarrollo de esta comunicación que versa sobre una línea de trabajo considerada emergente, dado los escasos trabajos publicados sobre el tema en cuestión en España: la publicidad de alimentos, tiene como finalidad última servir de utilidad a otros investigadores interesados o que estén trabajando en temáticas similares.

Palabras clave: Publicidad - Alimentación - Investigación Emergente

MÚSICAS DEL MUNDO Y PROYECTOS DE TRABAJO. DEL ESTUDIO EXPLORATORIO AL DISEÑO DE PRÁCTICAS DIDÁCTICAS INNOVADORAS

AUTORES

Cristina González Martín y Assumpta Valls

Universidad de Barcelona y Universidad Autónoma de Barcelona (España)

cgonzalezm@ub.edu y assumpta.valls@uab.cat

Esta propuesta presenta una investigación, llevada a cabo desde un enfoque metodológico cualitativo, que plantea el diseño, aplicación y análisis de una práctica didáctica innovadora que combina la música del mundo y la metodología de enseñanza-aprendizaje de los proyectos de trabajo.

La aplicación de la música del mundo en la escuela es una realidad que ya ha sido estudiada por diversos investigadores (Anderson, 1991; Campbell, 2004; Goetze, 2000; Schippers, 2009; Volk, 1998). Aun así, la particularidad de nuestro estudio es tratar este tipo de música a partir de los proyectos de trabajo, ya que se aporta un nuevo enfoque, con una perspectiva más global, que permite relacionar la música con los aspectos socioculturales que la rodean y potenciar, de esta manera, una práctica más significativa para los niños.

Para poder llevar a cabo esta práctica didáctica nos ponemos a indagar las experiencias que existen al respecto y rápidamente nos damos cuenta que casi no hay precedentes de prácticas didácticas que hagan converger la música del mundo y los proyectos de trabajo, solo dos estudios documentados – Chen-Hafteck (2007) y Nadal (2007) –. Ante la falta de modelos, referentes y orientaciones para diseñar la práctica didáctica nos surge la necesidad de investigar como ésta ha de concretarse y cómo debe llevarse a cabo. En consecuencia, planteamos un estudio exploratorio (Dankhe, 1986; Malhotra, 1997) como vía de investigación para poder concretar los elementos clave a tener en cuenta para aplicar en el aula esta práctica didáctica innovadora. En el estudio exploratorio se utilizan tres vías de investigación para poder recopilar información:

- Realización de una prueba piloto en una escuela primaria.
- Consulta bibliográfica.
- Grupo de discusión con expertos.

Los resultados del estudio nos conducen a un listado de nueve aspectos clave que determinan el diseño y aplicación de la práctica didáctica que hace converger música del mundo y proyectos de trabajo. A parte, esta investigación también nos muestra como los estudios exploratorios, que generalmente se utilizan en situaciones en las que prácticamente no se dispone de información sobre la temática que se quiere abordar, son útiles para conocer nuevos elementos, indicadores, recursos y otros aspectos en relación a diseños innovadores de prácticas didácticas.

Como conclusión consideramos que el diseño de fases y las vías de investigación utilizadas en el estudio exploratorio puede servir como guía, modelo y referente a investigadores, maestros o la comunidad educativa en general que quieran plantear y aplicar prácticas didácticas innovadoras en la escuela.

Palabras clave: Música del mundo – Proyectos de trabajo – Estudio exploratorio – Propuesta didáctica – Innovación – Educación primaria

DISEÑO DE UNA INVESTIGACIÓN EMPÍRICA EN DIDÁCTICA DE LA TRADUCCIÓN

AUTORA

Ana Gregorio Cano

University of Texas at Arlington (Estados Unidos)

anagregoriocano@gmail.com

La investigación en didáctica de la traducción representa un campo de estudio con una vertiente muy aplicada, sin embargo, sigue siendo un campo bastante virgen en cuanto al desarrollo de proyectos de investigación que ahonden en cuestiones que beneficien en el proceso de la formación de futuros traductores, especialistas en comunicación intercultural o intérpretes (Calvo, 2010; Cerezo, 2012).

Consideramos que existe una necesidad imperiosa de estudios empíricos de diferente naturaleza para confirmar (o no) la validez de las prácticas formativas actuales (Morón, 2010; Hurtado, 2011), dada la importancia desde hace muchos años de las competencias en la formación de traductores. La investigación en cuanto a qué competencias conforman la competencia traductora (CT), así como los agentes que intervienen en su desarrollo han sido centro de interés y de debate de muchos autores (Wilss, 1976; Nord, 1991/2005, 1992; Gile 1995/2009; PACTE 1998, 2000, 2001a, b, 2003, 2007; Kelly, 1999, 2002, 2005a, 2007, por mencionar solo algunos). Pese a que son muchos los autores que estudian la CT, sigue siendo un tema difícil de abordar por lo complejo que resulta comprobar su desarrollo y/o adquisición como producto de la formación recibida tras varios años de estudio.

En el presente trabajo, ofreceremos un breve recorrido por varias de las investigaciones empíricas en didáctica de la Traducción desarrolladas muchas de ellas en el seno del grupo de investigación AVANTI de la Universidad de Granada, donde veremos, por ejemplo, que la elección de una estrategia de obtención de datos u otra depende de las necesidades y fuentes disponibles para llevar a cabo la investigación (Fink, 2005: 141), así como que para obtener resultados significativos en el seno de la didáctica a veces la esencia no reside en las macro-investigaciones, sino en los que puedan ofrecernos las investigaciones desarrolladas en un nivel micro (Gregorio, 2014).

Palabras clave: Diseño de investigación - Estrategia de obtención de datos - Didáctica de la Traducción - Competencia traductora - Macro y micro investigación

IMPACTO LABORAL DE LOS EGRESADOS DE LA ESPECIALIZACIÓN EN ESTUDIOS PEDAGÓGICOS DE LA CUC

AUTORES

Hilda Guerrero Cuentas y Juan Manuel Cera

Corporación Universidad de la Costa en Barranquilla (Colombia)

hguerrero@cuc.edu.com y jcera7@cuc.edu.com

El presente trabajo titulado Impacto Laboral de los Egresados de la Especialización en Estudios Pedagógicos de la CUC, se ha desarrollado en la bajo los lineamientos del CNA y en el marco del aseguramiento de la calidad en la Educación Superior, con miras a caracterizar, comprender y valorar la incidencia del desempeño laboral y el impacto que éstos tienen en el medio, con miras a identificar la opinión de los empleadores y conocer si su desempeño laboral está acorde con la formación recibida.

El soporte conceptual de la presente investigación tomó como punto de partida los referentes teóricos del Ministerio de Educación Nacional (2007), donde considera que hacer seguimiento a los egresados de la educación superior es una tendencia para ver sus logros y aciertos; la información contenida en el Observatorio Laboral para la Educación, como insumo para estudiar la pertinencia del programa. De otra parte se evidencia la importancia estratégica de los procesos de análisis de la situación de los egresados, así como los mecanismos y estrategias para efectuar ajustes al programa en atención a las necesidades del entorno, evidenciados a través del seguimiento de los egresados, SNIES y el Ministerio De Educación Nacional (2005).

Dentro del sistema de indicadores y variables del presente estudio se encuentran entre otros los aportes teóricos y empíricos en torno al perfil académico de los títulos de la educación superior, seguimiento a egresado por las instituciones de Educación Superior, las estrategias evaluación y retroalimentación, los retos de la educación del futuro vistos en la óptica de un modelo de enseñanza primaria y universal centrada en la condición humana. En tal sentido, se contemplan las recomendaciones de la Unesco (1988), sobre la importancia de considerar la educación a lo largo de la vida, articulada a los procesos que desarrollan los egresados en su inserción al mundo laboral.

Los resultados del presente estudio constituyen una base estratégica para validar el proceso formativo, reorientar procesos para generar una dinámica académica en el programa de Especialización en la Institución, fortaleciendo permanentemente los vínculos de relación con los egresados y empleadores, con el fin de identificar su ubicación laboral, conocer los logros, aciertos y desaciertos con respecto a los niveles de posicionamiento en los diferentes sectores en los cuales se desempeña, determinar cómo ha incidido la formación académica recibida en la CUC en su quehacer docente, al reflexionar de forma constructiva sobre su desarrollo profesional, determinando la satisfacción con la formación recibida, y profundizando en el grado de conocimiento, satisfacción y calificación que otorgan los empleadores y/o directores de recursos humanos al desempeño profesional de los egresados en términos de la satisfacción de sus requerimientos y las exigencias del mercado laboral, articuladas con los retos de la formación curricular en competencias profesionales, integradas desde las funciones misionales de docencia, investigación y extensión.

Palabras Clave: Impacto Laboral - Egresados - Empleadores - Estudios Pedagógicos - Competencias

DISEÑO DE PROYECTO PARA LA GESTIÓN EMOCIONAL EN EL ALUMNADO DEL CICLO SUPERIOR DE INTEGRACIÓN SOCIAL Y ANIMACIÓN SOCIOCULTURAL

AUTORES

Patricia Gutiérrez Román y Francisco Manuel Morales Rodríguez

Universidad de Málaga (España)

framorrod@uma.es y tati_irene@hotmail.com

El carácter del docente y la gestión emocional que llevara a cabo, repercute en las respuestas de alumnado, en cómo se sienten de realizados con su trabajo los/as docentes, en la motivación para su futura inserción ocupacional y su buena práctica profesional. Se parte de un proyecto previo de investigación, para conocer la percepción y la formación de docentes de primaria en emociones, al conocer los resultados y conclusiones del proyecto, detectando la necesidad de diseñar talleres practico-vivenciales en los cuales los/as docentes adquirieran herramientas y recursos, trabajando en primer lugar con los mismos, para poder mostrar su esencia y realizar su trabajo desde la motivación e ilusión para la docencia para realizar su trabajo de la forma más gratificante posible.

En este proyecto de investigación e innovación educativa participará el alumnado de formación profesional, específicamente de los ciclos de “Integración Social” y “Animación Sociocultural”. Se trata de una nueva propuesta de vanguardia en nuestro contexto orientada a mejorar la intervención autónoma realizada durante las prácticas, promover la inclusión y el trabajo con personas; considerando la importancia de la temática para el crecimiento y desarrollo personal y profesional del alumnado, dedicando un tiempo concreto a trabajar la identificación y la gestión de las emociones, planificando mejor las tutorías y el tiempo de atención al alumnado.

Las actividades del proyecto consisten en la realización de talleres enfocados desde la psicología humanista, para trabajar habilidades socioemocionales, bioenergética, crecimiento personal y relajación. Se desarrollan talleres prácticos-vivenciales con el alumnado de estos ciclos formativos, para despertar las emociones guardadas, para crear un clima de unión entre el alumnado y sus docentes y despertar la concienciación por la importancia de saber gestionar las emociones uno/a mismo/a como persona para poder transmitir esto al usuario/a en particular y a la sociedad en general. Para ello, los objetivos son: a) Cohesionar un grupo de trabajo colaborativo en el aula; b) Crear un clima beneficioso para el alumnado y docentes; c) Fomentar la participación e involucración; d) Hacerles sentir parte del proceso de enseñanza-aprendizaje; e) Fomentar sentimientos de apoyo, autocontrol y colaboración por parte del alumnado; f) Motivar al alumnado en sus estudios, al emprendimiento, la autonomía, etc.

La metodología/evaluación es participativa e interactiva y considera distintos indicadores que requiere una reflexión constante sobre el proceso llevado a cabo mediante las sesiones de iniciación, desarrollo y finalización provocar un aprendizaje significativo, lúdico y responsable. Nuestra sociedad cada vez es más diversa, surgen nuevas necesidades educativas y los Centros tienen que ir adaptándose, reflexionando, reciclandose e innovando para intentar mejorar el desarrollo normalizado de las clases, siendo una de las actuaciones para adaptar y reflexionar el trabajo de las emociones, para un aprendizaje más significativo y mejora de las relaciones interpersonales.

Palabras clave: Integración Social - Formación y Orientación Laboral - Gestión de emociones

RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA LA REPRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE DATOS CUALITATIVOS COMPLEJOS: UN ESTUDIO DE CASO SOBRE VALORES DE LOS JÓVENES UNIVERSITARIOS

AUTORA

Coral Hernández Fernández

Universidad Complutense de Madrid (España)

mclhernandez@ucm.es

En toda investigación social, la tarea más atractiva es el análisis e interpretación de los datos, ya es en ella donde se construye el significado y se da respuesta a las preguntas de investigación. Sin embargo, especialmente en las investigaciones de corte cualitativo, es la fase más difícil ya que en ella, a la complejidad inherente a lo social se suma la naturaleza de la información, en su mayor parte compuesta por relatos (textos o imágenes) que son discursos producidos sobre la realidad y que contienen, en sí mismos, información multidimensional e interrelacionada.

En términos generales, el análisis cualitativo se lleva a cabo separando los distintos elementos que componen dichos relatos, clasificándolos y agrupándolos de modo que se hagan evidentes las relaciones entre ellos para, en última instancia, reconstruir el todo a partir del conjunto relacional de las partes. Pero para poder realizar ese análisis, primero necesitamos sistematizar la información, transformándola en un conjunto de datos operables.

Este artículo revisa algunos recursos que las nuevas tecnologías aportan a los investigadores para facilitar este proceso de transformación de informaciones complejas en un conjunto de datos sistematizados y operables. Concretamente, presentamos un estudio de caso en el que se pidió a dos grupos de estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM, que identificasen sus principales valores y contravalores (los conceptos o ideas con los que se identifican y los que rechazan de forma activa), representándolos mediante imágenes.

La investigación, entre otras técnicas participativas, incluyó una sistematización de información realizada por los propios jóvenes, que identificaron, clasificaron y asignaron descriptores semánticos a las imágenes elegidas por sus compañeros para representar sus valores y contravalores. Para ello se utilizaron herramientas gratuitas de software colaborativo que nos permitieron crear una base de datos en la que, finalmente, se clasificaron un total de 1.742 imágenes a las que se asignaron más de 5.000 descriptores semánticos (hasta tres palabras por imagen). Dicha base de datos facilitó la cuantificación de los principales valores y contravalores que, a su vez, nos permitió reagruparlos en categorías más amplias sobre las que posteriormente se trabajó en grupos de discusión para valorar el simbolismo y representación de las imágenes más recurrentes.

Finalmente, tomando como punto de partida los descriptores semánticos de esas grandes categorías de valores y contravalores, se utilizaron nuevas herramientas gratuitas de software para la obtención de nubes de *tags* que ofreciesen, de forma gráfica, una primera aproximación a los conceptos y significados de cada categoría. Estas herramientas asignan tamaños de letra proporcionales a la frecuencia con la que aparece cada término introducido, permitiendo además eliminar elementos lingüísticos sin valor referencial (preposiciones, artículos, etc.) y filtrar las palabras que no se desean considerar en el análisis (por ejemplo, para eliminar de la visualización la palabra o valor que se trataba de definir). Las nubes semánticas así obtenidas, al ser relacionadas con las imágenes más representativas de cada valor, proporcionaron una representación icónica integrada de elementos iconográficos y semánticos.

Palabras clave: Valores juveniles – Análisis iconológico – Herramientas de software - Cualitativo

ESTUDIO TRANSVERSAL DE LA MOTIVACIÓN A LO LARGO DEL GRADO

AUTORES

Rafael López Fuentes y M^a del Pino Sánchez Hernández

Universidad de Granada (España)

ralopez@ugr.es y mpino@eulainmaculada.com

El aprendizaje de los estudiantes universitarios se ve mediado por multitud de variables, pero hay una que lo condiciona a lo largo de todo el proceso de la educación superior, nos estamos refiriendo a la motivación con que se afronta dicho aprendizaje.

Desde la visión del docente, estamos siendo partícipes de la importancia que se le otorga a que los contenidos que se le presenten a los alumnos sean lo más atractivos posibles, y que el interés se desplace desde la transmisión de conocimientos a la construcción del aprendizaje y la creación del conocimiento mediante la ilusión.

Es evidente que lo que mueve a los alumnos al inicio del grado no se mantiene constante a lo largo de la carrera, su sistema de creencias, su nivel de expectativas o la consecución de los logros, se van modificando en función de la experiencia con dicho proceso de aprendizaje.

En este estudio vamos a analizar la orientación motivacional tanto intrínseca como extrínseca, la valoración de las tareas, los sentimientos de autoeficacia, las creencias de control y la ansiedad que sienten los alumnos durante los cuatro años que dura su formación universitaria, para ello nos basamos en que la motivación incide en la forma de pensar del alumnado y por consiguiente en sus mecanismos de aprendizaje. Desde esta perspectiva podemos deducir que las distintas orientaciones motivacionales podrían generar distintas consecuencias en el proceso de aprendizaje.

La propuesta que plantea esta investigación es identificar los cambios que se producen en los niveles y el tipo de motivación en los estudiantes universitarios a lo largo del grado, para ello nos centramos en primer lugar a nivel teórico, en los mecanismos que subyacen a la motivación, y en la evolución que se produce en ella durante los cuatro años del grado.

La muestra la componen estudiantes universitarios del grado en educación. Los resultados nos muestran cómo evolucionan las distintas variables que hemos trabajado a nivel teórico, desde el inicio hasta la finalización de los estudios, para ello se han utilizado variables tales como la edad, el género o el curso al que pertenecen dentro del grado.

Palabras clave: Motivación – Aprendizaje – Educación superior

MODELO PARA INNOVAR EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR

Juan Luis López-Galiacho Perona

Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (España)

jl galiacho@yahoo.es

Después de haber estudiado los diferentes modelos que los autores han ofrecido sobre el periodismo de investigación, el autor identificó aspectos muy valiosos y deficiencias claras. Por eso, se planteó la necesidad de un modelo nuevo, que mostrase sus funciones organizadora, heurística, predictiva y mensuradora.

En lugar de acudir a los modelos de Periodismo de Investigación ya conocidos en Periodismo, el autor prefirió partir de los estudios sobre comunicación de innovaciones. Y tuvo en cuenta las aportaciones de tres perspectivas: Investigación, Desarrollo y Difusión; Resolución de Problemas; y Enlace.

Como campo de estudio, escogió la Universidad Complutense de Madrid como organización y en un período concreto: el último año de mandato del Rector, puesto que ese período, ante la proximidad de elecciones, favorecía que muy diversos “inputs”, en forma de noticias, pudiera confirmar las predicciones que el autor hacía aplicando el modelo. Tomando elementos de la perspectiva de la Investigación, Desarrollo y Difusión, el autor comenzó investigando cuantitativa y cualitativamente la llamada «Lista Forbes» que llevaba un año circulando por Internet. Después, en la fase de Desarrollo, a) calificó a los miembros de esa Lista como La Supercasta y La Casta, y publicó gráficos con quienes conformaban cada una- ningún profesor pertenecía a esas «castas»-; b) identificó los mecanismos mediante los cuales esas dos «castas» consolidaban sus privilegios; c) la incompetencia que esas castas habían mostrado al enfrentarse con los problemas de gestión de la UCM y d) cómo esas «castas» manejaban el liderazgo psicológico, efectivo y responsable de la Universidad hasta perturbar seriamente el funcionamiento de ésta. Finalmente, en la fase de Difusión, el autor escribió siete amplios reportajes que tuvieron una gran repercusión. Algunos reportajes llegaron a tener 40.000 lecturas. Después, al autor le comenzaron a llegar informaciones nuevas y publicó otros reportajes que venían a confirmar sus afirmaciones.

El Rector que se presentaba a la reelección perdió las elecciones, hecho que no había ocurrido anteriormente, en toda la historia de la Universidad Complutense, y por una diferencia muy significativa, a pesar de que partía como claro vencedor. Sin embargo, el trabajo de investigación no acaba ahí. El modelo podría no resultar operativo en el transcurrir de la vida diaria de la Universidad. Entonces, el autor introdujo en su modelo inicial elementos de otros dos modelos: El de la Resolución de Problemas y el del Enlace. Sobre todo, para estudiar la situación que pudiera producirse si el nuevo Rector no acabase con los privilegios de las castas. De esta manera, el autor emplea su modelo en situaciones cambiantes. Y si al final comprueba que sus reportajes contribuyen a cambiar una realidad profundamente injusta, confirmará que su modelo de periodismo de investigación es válido.

Palabras-clave: Periodismo de investigación - Modelo - Universidad complutense - Privilegios - Elecciones

INVESTIGACIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA MARCA ESPAÑA. UN ESTUDIO A TRAVÉS DE LOS CLÚSTERES

AUTORES

María Aurora López López, Luis Rodrigo Martín e Isabel Rodrigo Martín

Universidad de Valladolid (España)

mariaaurora.lopezlopez@uva.es; lrodrigo@hmca.uva.es e isabel.rodrigo@uva.es

El contexto económico, político, social y cultural actual de fuerte desequilibrio e inestabilidad, plantea a la sociedad la necesidad de involucrar a investigadores, empresas e instituciones en el fomento, desarrollo y expansión de soluciones estratégicas desde las que dar paso a una nueva era mercantil y de consumo, claramente definida por el alto impacto de los avances tecnológicos en todos los ámbitos y sectores productivos del mercado, y el paso y conversión de la sostenibilidad de simple idea teórica, y esencialmente utópica, hacia otra en la que se impone como necesidad, y en la que empieza a valorarse con absoluto pragmatismo.

Según Antonio Novo Guerrero, Presidente de FENAEIC, Federación Nacional de Agrupaciones Empresariales Innovadoras y Clusters y Director Gerente de IDiA, “*Los clústeres en España están jugando un papel fundamental para el desarrollo de la innovación empresarial, especialmente entre las PYME, que son el 99,8% del total de empresas españolas*”.

Ante esta situación, la comunicación entre empresas e instituciones se presenta como una herramienta no sólo indispensable sino cada vez más demandada para poder atender y responder a las nuevas exigencias de la globalización y a la necesaria internacionalización de los estados y los mercados en aras de una mayor competitividad global y una mejora a nivel mundial de los estándares sanitarios y de calidad de vida, propios de un planeta en el que la realidad de cada uno de sus puntos geográficos es la interconexión permanente con el resto.

Visto así, se comprueba que frente a tales circunstancias el modelo empresarial, vía clúster, está siendo clave a la hora de demarcar el índice de internacionalización de las empresas españolas, mediante un incremento de la innovación por parte de éstas que revierte directamente en la generación de mayor valor añadido a los productos, un alto nivel de especialización, y una mayor propulsión de puestos de trabajo cualificados, que en conjunto sirven a la mejora y expansión de aquellos sectores económicos implicados en la aplicabilidad de este modelo de producción y comunicación empresarial, que se define por combinar su carácter cooperativo con el competitivo.

El estudio de los clústeres, mediante una aproximación al conocimiento de su estado actual de desarrollo en el mercado español, nos permitirá visualizar una particular realidad, cuya contribución al futuro de la Marca España resultará altamente beneficiosa. Apoyados sobre los tres pilares que conforman el éxito de la red de empresas apostadas en este modelo: investigación, comunicación e innovación, podremos valorar el nacimiento de un nuevo modelo de comunicación de marcas, frente al cual tanto la publicidad como las relaciones públicas tendrán una oportunidad única de reinventarse.

Palabras clave: *Clusters* - Marca España – Investigación – Comunicación - Innovación

ACCESO A REDES DE MEDIA Y ALTA TENSIÓN DE PARQUES EÓLICOS. DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD MÁXIMA DE GENERACIÓN FACTIBLE DE INSTALAR

AUTOR

Ulises Manassero

Universidad Tecnológica Nacional en Santa Fe (Argentina)

ulisesmanassero@hotmail.com

En la actualidad, los problemas medioambientales del planeta, unidos al conocimiento y al avanzado desarrollo tecnológico en materia de energías renovables no convencionales, han permitido una creciente incorporación de este tipo de fuentes de energías en el mundo. Dentro de estas alternativas renovables, la energía eólica se destaca por el crecimiento exponencial que ha experimentado en las últimas décadas y por la confianza ganada tanto del sector eléctrico como de la opinión pública. Así mismo, con el tiempo el costo de producción de este tipo de energía se ha reducido considerablemente, pudiendo así competir en lugares de condiciones de viento favorables con otro tipo de fuentes de energía.

Gracias al rápido avance tecnológico que han tenido los aerogeneradores en las últimas décadas es posible que en la actualidad se puedan incorporar a sistemas interconectados o sistemas aislados parques eólicos con un gran número de aerogeneradores y con una potencia instalada de hasta los cientos de megavatios. Generalmente, la inserción de estos parques eólicos se localiza en regiones de baja densidad de demanda de energía, con redes radiales extensas, caracterizadas por ser de alta impedancia y bajo nivel de potencia de cortocircuito.

En este contexto, se avistan potenciales inconvenientes en el despacho de potencia del parque. Al tratarse de un recurso energético de tipo intermitente, ocurren importantes fluctuaciones de potencia a la salida del aerogenerador. Ello repercute principalmente en redes débiles, donde dicha variabilidad en la inyección de potencia, se traduce en severas fluctuaciones de voltaje en la red. A nivel mundial, varios centros de I+D han realizado numerosos estudios estadísticos, con el objeto de inferir acerca de la probabilidad de ocurrencia y magnitud de las fluctuaciones de potencia en el parque eólico, cuando se produce una variación brusca de la velocidad del viento (principalmente ráfagas y calmas).

En este trabajo, se modelan redes típicas de distribución con aporte de generación eólica de mediana escala. Se evalúan dos posibles tipos de interconexión del parque eólico a la red; una a barras de alta tensión de la estación transformadora (conexión de baja impedancia) y la otra a barras de media tensión de 33 kV. Se simuló flujos de carga para diferentes condiciones eléctricas de la red –demandas y potencias de cortocircuito- y varios escenarios de porcentaje de fluctuaciones rápidas de potencia en el parque. De acuerdo a los resultados obtenidos, se implementan análisis de sensibilidad con motivo de evaluar el impacto de cada variable en la fluctuación de tensión de la red eléctrica en estudio.

Por último, se determina la máxima capacidad nominal de potencia para el parque eólico. Como metodología a implementar para ello, se realiza una discriminación según el tipo de conexión, el modo de operación del parque y los niveles de potencia de cortocircuito de la red.

Palabras clave: Parque Eólico - Fluctuación - Tensión - Potencia de Cortocircuito - Capacidad Nominal

FILOSOFÍA PARA NIÑOS Y EDUCACIÓN “DEMOCRÁTICA”

AUTORA

Sara Mariscal Vega
 Universidad de Sevilla (España)
smariscal@us.es

En 1993 De Bono reivindica el fomento de un tipo de racionalidad mediante la cual se demuestre que cualquier supuesto puede ser revisado. A partir de aquí argumentamos que en educación los supuestos no sólo pueden revisarse, sino que deben ser cuestionados antes de ser aceptados. Esta afirmación encuentra apoyo en una triple perspectiva filosófica explícita en nuestro estudio: el “fin de los metarrelatos” en la posmodernidad (Lyotard), la “despedida de los principios” (Marquard) y la “teoría de la red axiológica” (Queraltó).

Se trata de proporcionar una visión crítica con la propia fundamentación de la educación actual, pues queremos reivindicar un planteamiento cordialmente disidente del imperante en las estructuras docentes contemporáneas. Desde hace tiempo se defiende con loable intención la llamada “educación en valores”. Se dan diferentes perspectivas, pero en general se apuesta por una escuela comprometida formalmente con los valores, materialmente democráticos. Sin embargo, desde nuestra perspectiva, críticamente discrepante del enfoque que obliga a educar en unos valores con contenidos específicos adscritos a una ideología concreta, por muy nuestra que la hagamos, abogamos, por el contrario, en favor de una escuela que fomente como único valor la crítica, la revisión, que eduque a los niños en el cuestionamiento de las propias creencias y de lo aparentemente indiscutible. Es decir, aunque de hecho no se dé educación libre de valores, fuera de un discurso, sí se puede defender una cuyo objetivo sea, precisamente, tomar conciencia de esta realidad: no hay educación sin prejuicio (gadameriano).

Sostenemos que la educación en democracia debe dirigirse fundamentalmente a formar sujetos críticos, por tanto, creemos que el primer requisito para conseguirlo será cuestionar los propios valores democráticos y romper con los prejuicios, ahora entendidos éstos como los juicios previos a la crítica razonada. No pretendemos, como podría, en cierto modo, deducirse de la “educación en valores”, ofrecer unos contenidos acerca de cómo los educandos deben vivir sus vidas, sino más bien de fomentar una educación formal, es decir, de proporcionar unas herramientas que hagan que los niños comprendan la importancia de no aceptar nada sin antes pasarlo por el tamiz de la razón.

En este contexto, nuestro trabajo pretende servir de puente entre la perspectiva teórica de la filosofía pura y el pragmatismo de la Filosofía Aplicada para abrir vías de comunicación entre filosofía y sociedad, entre crítica y democracia, estableciendo una relación entre filosofía y educación, entre hermenéutica y cultura de paz.

Así, propondremos la Filosofía para Niños como herramienta principal en lo que llamaremos “educación democrática”. Para ello trataremos las que estimamos ser las cinco características elementales de la Filosofía para Niños: 1) Educar en el pluralismo; 2) No transmitir valores ni ideas cerradas, sino fomentar la problematización de los conceptos; 3) Favorecer un ambiente para el diálogo; 4) Enseñar en la diferencia por encima de la identidad; 5) Ofrecer como herramienta central la hermenéutica comprensiva.

Palabras clave: Filosofía para Niños – Problema – Crítica – Educación – Libertad

¿SON DIFERENTES LOS VALORES Y LA CONFIANZA DE EMPRESARIOS Y EMPLEADOS? UN ANÁLISIS GLOBAL

AUTOR

Alfonso Miguel Márquez García

Universidad de Jaén (España)

mmarquez@ujaen.es

Tanto a nivel teórico como práctico se reconoce la capacidad e importancia del emprendimiento para estimular la competitividad (Bygrave y Zacharakis, 2010; Minniti, 2012; GEM Global Report, 2014). No obstante, en cada país los condicionantes económicos, políticos, culturales, sociales, tecnológicos, etc. (Doing Business, 2015) determinan diferentes escenarios que favorecen en mayor o menor medida la aparición de la actividad emprendedora.

Tradicionalmente al emprendedor se le asocian determinados valores y una elevada confianza (Welter y Smallbone, 2006; Welter, 2012), tanto en sí mismo, como confianza a nivel general que haga posible que arriesgue su capital para crear su propia empresa, que contrate trabajadores, etc. No obstante, la confianza también es relevante para el empleado, ya que su elección laboral estará influida por la confianza que tenga en su empleador para proporcionarle un trabajo adecuado y estable, y también por la confianza en sí mismo para sentirse libre para elegir y controlar su vida.

La confianza como construcción social es el resultado de los valores y comportamientos del colectivo en el que se desenvuelve el individuo. Por tanto, dado que existen diferencias culturales entre países (Hofstede, 1994, 2010; Schwartz, 1992, 2012) y los valores son uno de los ingredientes que determinan la cultura, es lógico esperar que existan diferencias entre países en la confianza que proyectan las personas, y considerando que empresarios y empleados enfrentan diferentes riesgos, resulta interesante investigar si existen diferencias en la confianza y valores entre ambos grupos.

Para comprobarlo se utilizará la información que proporciona la Encuesta Mundial de Valores (WVS), en la que se utiliza la escala de valores de Schwartz (1992, 2012), y también se incluyen cuestiones relacionadas con la confianza, oportunismo, etc. Dado el enfoque global de esta encuesta, es posible obtener una visión amplia a nivel mundial sobre la relación entre valores, confianza y emprendimiento, con más de 85.000 encuestados en 59 países en la ola 2010-2014, siendo posible observar también si el género es un elemento determinante, tanto sobre los valores como sobre la confianza de empresarios y empleados.

Inicialmente, se analiza la relación entre valores y confianza, segmentando atendiendo a la ocupación del encuestado como empleado o empresario. De este modo, se obtienen los valores más relacionados con la confianza para ambos grupos. Posteriormente, se diferencia entre hombres y mujeres, tanto entre los empleadores como entre los empresarios, para comprobar si el género determina una relación diferente entre valores y confianza. Una vez analizada a nivel individual la relación entre valores y confianza, se plantea un análisis clúster a nivel de país, obteniendo grupos de países homogéneos atendiendo a sus valores, para comprobar si existen diferencias en la confianza de empresarios y empleados (hombres y mujeres) entre estos grupos de países. De este modo, se estudia la relación entre valores y confianza a dos niveles de análisis, individual y colectivo (país).

Palabras clave: Confianza – Valores – Empresarios – Empleados – Género

PERSONAJES Y ENTORNOS VIRTUALES ORIENTADOS A LA GAMIFICACIÓN MUSEAL

AUTOR

Gonzalo Martín Sánchez

Universidad Antonio de Nebrija de Madrid (España)

gmartin@nebrija.es

La creación de personajes y entornos virtuales destinados al fomento de la herencia cultural contribuye a la implementación del videojuego como herramienta de difusión cultural. De este modo, al ya complicado proceso de creación del mismo, se añade la labor de investigación que precede al diseño de personajes, objetos y escenarios que deben ser fieles a aquello que se quiere representar.

Se profundiza en el proceso investigador del desarrollo de la parte gráfica tridimensional del prototipo de juego inmersivo que se está experimentando en el Museo de América de Madrid dentro de la investigación I + D + i **Conocimiento aumentado y accesibilidad: la representación museográfica de contenidos culturales complejos**, financiada por el Ministerio de Economía y Competitividad Llevada a cabo por el Grupo Museum I + D + C de la Universidad Complutense.

Dicho prototipo de juego inmersivo recrea de forma virtual el universo del pueblo amerindio Tlingit, pueblo que habita en el sur de Alaska. El proceso de recreación a ofrecido tres vías de investigación. La primera ha sido el estudio, a partir de fotografías y la lectura de descripciones, de los rasgos faciales y corporales de los indios Tlingit, para poder modelar un avatar que se identifique con dicho pueblo. En la segunda, también se ha modelado objetos a partir del visionado de piezas expuestas en museos y, finalmente, en la tercera se ha trabajado con modelos escaneados tridimensionalmente.

Palabras clave: 3D - Gamificación - Museografía - Patrimonio Cultural - Videojuegos

APLICABILIDAD DE LOS PROGRAMAS FEDERALES DE APOYO AL COMERCIO EXTERIOR EN TABASCO

AUTORES

Germán Martínez Prats, Cecilia García Muñoz Aparicio y María del Carmen Navarrete Torres

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco (México)

germanmtzprats@hotmail.com, flamingos1999@hotmail.com y mallynav@yahoo.com.mx

En el estado de Tabasco es prácticamente nula la participación de las empresas estatales en los programas federales de apoyo al comercio exterior, las causas pueden ser muchas, se detallan los principales rubros de las empresas que existen en el estado y recomendaciones de los beneficios que pueden obtener al ingresar a estos programas.

En un anexo se presenta una lista de empresas agroindustriales del estado, y haciendo un análisis de la misma, se presenta lo siguiente. Prácticamente sólo se producen los siguientes productos:

- Avena con cacao y chocolate
- Mermeladas
- Mantequilla y queso
- Dulces regionales
- Salsas

Solo el 20% trabaja con cadenas de supermercados, el 80% restante comercializa sus productos en sus propios establecimientos o en tiendas de abarrotes y misceláneas, al no participar en cadenas de supermercados le genera una desventaja, ya que los productos no tienen muchas veces la presentación adecuada o la calidad requerida por este tipo de establecimientos, y por lo tanto se genera un círculo vicioso, el cual a su vez no genera innovación en los productos o mejoras en los mismos, muchos de estos productos podrían ser exportados, pero para lo mismo, hay que apoyar a estas empresas, a que conozcan los mecanismos de apoyo al comercio exterior, y pueden acceder a capacitación, prestamos, apoyo en materia de comercialización y marketing, apoyo en sistemas logísticos, obtención de maquinaria de importación, para hacer más eficientes sus procesos productivos, y poder de esta manera darle un valor agregado a los productos agrícolas que se producen en la entidad.

Como se señaló existen distintos apoyos del gobierno para exportar, por lo que es importante que analice cada uno de ellos y los aproveche para ser más competitivo en su proceso de internacionalización.

Cabe mencionar que ingresar a estos programas no genera costos para la empresa, y al contrario puede generar grandes beneficios fiscales, administrativos y de promoción a través del sistema de apoyos al exportador con los que cuenta el gobierno federal.

Palabras clave: Programas de apoyo - Comercio exterior - Aplicabilidad - Gobierno Federal

PRINCIPIOS DE LA LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN ECUATORIANA, EN LOS CONTENIDOS INFORMATIVOS DE ZAMORA CHINCHIPE

AUTORES

Henry Martínez Ruque, Ximena Torres Sánchez y Hernán Yaguana Romero

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

hrmartinez2@utpl.edu.ec, xmtorres@utpl.edu.ec y hayaguana@utpl.edu.ec

La aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación, aprobada recientemente en Ecuador, ha generado diversas reacciones en varios sectores de la comunidad, desde los periodísticos hasta los sociales. Bajo esta óptica, la academia considera que la ley necesita ser complementada a partir de propuestas que conjuguen sus postulados con la realidad comunicacional ecuatoriana, máxime si se tiene en cuenta que la comunicación es un puntal del desarrollo de pueblos y sociedades.

En esa línea, hemos emprendido una investigación que nos permita dimensionar, en su primer año, los efectos producidos por la Ley Orgánica de Comunicación dentro de los espacios informativos de radio, prensa y televisión ecuatoriana, tomando como muestra el universo de medios de la provincia amazónica de Zamora Chinchipe (7 emisoras de radio, 1 canal de televisión, 1 medio impreso), provincia ubicada en el suroriente de la Amazonía ecuatoriana.

De los 119 artículos que contempla la Ley, nuestro interés ha sido puesto particularmente en los principios de participación y la plurinacionalidad e interculturalidad, justificándose con el hecho que la provincia de Zamora Chinchipe, poblacionalmente, está constituida por varias nacionalidades y pueblos indígenas, lo cual se presta para que desde un análisis, cualitativo y cuantitativo, podamos obtener una radiografía de lo que está pasando con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación en Ecuador (2013).

Debido a la globalización los estados nacionales de muchos países sudamericanos han venido a debilitarse, observamos como la tecnificación del tratamiento de la información, así como la concentración multimediática de los bienes culturales en manos de ciertos grupos de poder va dejando “huérfano” al dominio público. Bajo esas acciones su debilitamiento es innegable, por tanto, se torna fundamental recobrar ese espacio común que es propiedad de todos y que desde hace años viene siendo posesión absoluta de pocos, quienes han maniobrado de una forma nada ética ese bien; “se torna primordial recuperar y repensar la noción de espacio público”.

Palabras clave: Políticas de comunicación - Informativos - Contenidos - Participación - Interculturalidad - Plurinacionalidad - Democracia

DESARROLLO Y EVALUACIÓN DE COMPETENCIAS CIUDADANAS EN JÓVENES UNIVERSITARIOS

AUTORES

Esnares Maussa Díaz y Sandra Villarreal Villa
Corporación Universidad de la Costa en Barranquilla (Colombia)
emaussa@cuc.edu.co y svillarreal@cuc.edu.co

Las políticas gubernamentales que fomentan la calidad de la educación, hacen imperioso trabajar en el desarrollo de competencias ciudadanas para el logro de la convivencia, la paz y la resolución pacífica de las contradicciones. Así mismo, estas competencias promueven la participación activa de todos los ciudadanos en la vida política de la nación. Sólo así podremos avanzar en la perspectiva de alcanzar un tipo de desarrollo humano y social incluyente, para una transformación nodal de la cultura política (Ministerio de Educación Nacional, 2006, 2011 y Bedoya, 2012).

El presente estudio ha sido derivado de un proyecto de investigación educativa orientada al diseño de estrategias para el desarrollo de competencias ciudadana de los estudiantes en jóvenes universitarios.

Dentro del abordaje metodológico se asumió el Paradigma de la Investigación Holística, con un Diseño Mixto, que entrelaza los niveles de análisis de orden cualitativo y cuantitativo. En relación con la muestra, se contó con la participación de 215 jóvenes universitarios de las asignaturas Constitución Política, Ética y Taller de Pensamiento; quienes fueron convocados a espacios de reflexión colectiva, tales como foros y conversatorios, que permitieron la expresión abierta de los criterios y propuestas participativas e innovadoras para el desarrollo y evaluación de las competencias ciudadanas.

Los hallazgos permitieron constatar que los actores otorgan importancia a los procesos de formación de cultura política, en contextos curriculares que promueven interdisciplinariedad y la recuperación de una ciudadanía protagónica en medio de la globalización. Los resultados son consistentes a la luz de aportes de autores tales como Perrenoud (1999), Chauv & Velázquez (2004), Rodríguez, Ruíz & Guerra (2007) y Maussa (2013).

A partir de la discusión y reflexión de los resultados, se resalta la oportunidad y el reto contemporáneo que tiene el sistema educativo frente a su involucramiento efectivo en el fortalecimiento de la participación y las competencias ciudadanas; generando a su vez nuevos procesos de construcción cultural para la convivencia y la paz; especialmente en la realidad compleja de la juventud universitaria, escéptica de las prácticas políticas, con el objeto de analizar las actuaciones estatales que conlleven a los caminos de la paz, la convivencia pacífica y la defensa del estado social de derechos, lo cual a su vez es convergente con las recomendaciones de la OCDE (2010), Rendón (2012), Peña (2012) y Chambeaud, Díaz & Sánchez (2014).

Palabras Clave: Competencias ciudadanas - Evaluación educativa – Convivencia – Paz - Jóvenes universitarios

DIAGNÓSTICO DE LAS COMPETENCIAS LABORALES PARA LA INNOVACIÓN EN INSTITUCIONES DE SALUD

AUTORES

Jorge Guadalupe Mendoza León, Gilberto Manuel Córdova Cárdenas, Luis Fernando Erro Salcido y Aarón Quirós Morales

Instituto Tecnológico de Sonora Unidad Navojoa (México)

jorge.mendoza@itson.edu.mx, Gilberto.cordova@itson.edu.mx, lferro@itson.edu.mx y aaron.quiroz@itson.edu.mx

El presente estudio se orienta a explorar las Competencias Laborales para la Innovación que poseen empresas del sector salud en la región sur de Sonora, presentando en un primer momento los resultados obtenidos de forma preliminar.

Se ha definido un instrumento diagnóstico con base en el Instrumento de identificación de Competencias de Innovación, emitido por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, determinando tres dimensiones a analizar: Conocimiento, Habilidades, Actitudes - Valores. Se aplicó a una muestra piloto de 45 trabajadores en tres hospitales del municipio de Navojoa, validando el constructo y la confiabilidad interna del instrumento.

Los resultados obtenidos permiten identificar una correlación altamente significativa entre las variables estudiadas, además de determinar 4 niveles de competencias poseídas que conllevan a concluir que aun cuando se perciben una correlación positiva entre las dimensiones de las competencias laborales no hay referencia de un modelo estructurado que guíe sistemáticamente la consolidación de nuevas formas o procesos de otorgar el servicio o mejorar los ya existentes; por ello, se debe trabajar en caracterizar y sistematizar un modelo de gestión de la innovación adecuado al contexto del sector salud.

Es precisamente el segundo momento cuando se pretende abordar una vez que se hayan explorado y definido cuales son las capacidades y potencialidades de uso del conocimiento base que existe y cómo este puede ser aprovechado para la generación de valor tanto al sector hospitalario como a la sociedad a la que le sirve.

Palabras clave: Competencias - Competencias de innovación - Competencias Laborales - Industrias - Estudios Regional

REPRESENTACIÓN Y PUBLICACIÓN DATOS ACADÉMICOS DE PLANIFICACIONES DE CURSO MEDIANTE TECNOLOGÍA SEMÁNTICA

AUTORAS

María Belén Mora Arciniegas y Verónica Alexandra Segarra Faggioni

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

mbmora@utpl.edu.ec y vasegarra@utpl.edu.ec

En la actualidad las universidades o instituciones de educación superior, generan un gran volumen de datos académicos que se obtienen de cada periodo o año de estudios. Un conjunto de datos, es que se obtiene a partir de las planificaciones docentes o planes de cursos que se realiza de cada componente educativo ofertado por una institución académica. Toda esta información queda la mayoría de veces almacenada en repositorios particulares que administra cada universidad, presentada en distintos formatos y no siempre accesibles al público. No siempre los datos de una planificación de curso son subidos a una plataforma tecnológica, algunas veces se puede encontrar documentos en la Web sin la suficiente información descriptiva, llegando a obtener únicamente datos dispersos e incompletos de las planificaciones de cursos educativos.

A raíz de las dificultades expuestas, se presenta la propuesta de realizar una “Representación y publicación de datos académicos de planificaciones de curso mediante un modelo ontológico y tecnología *Linked Data*”. El objetivo principal que se plantea alcanzar, es lograr la vinculación de la información académica de las instituciones de educación superior, enfocada específicamente a las planificaciones de los cursos que ofertan. La propuesta contempla la conceptualización de un modelo de ontología para el dominio de datos académicos, específicamente de las planificaciones de curso y la publicación de estos datos bajo los principios de *Linked Data*.

Para el proceso de vinculación de datos enlazados, empleamos un ciclo de vida para *Linked Data*, específicamente el definido por Villazón-Terrazas et.al, el cual presenta seis fases a desarrollar para la publicación de datos. Las fases se enfocan a seguir un flujo de trabajo, que inicia por la especificación de requisitos, continuando con el modelado, en la que se realiza la construcción de la ontología, en base a la Metodología NeOn, un proceso iterativo incremental, basado en escenarios, cada uno de ellos presenta actividades establecidas a cumplir para obtener una ontología consistente y confiable. Las actividades van desde la definición de preguntas de competencia, asociadas a la especificación de requisitos que la ontología debe responder, pasando por la planificación del desarrollo, la reutilización de recursos ontológicos y no ontológicos, la conceptualización, la implementación y finalmente la evaluación de la ontología construida.

La fase de transformación, trabaja específicamente en la limpieza y generación de datos a formato RDF. Las fases de enlazado, publicación y explotación de datos, presentan la vinculación de los datos a otras fuentes de datos del mismo dominio académico, los que serán publicados y explotados mediante consultas semánticas.

Trabajar con la vinculación de datos académicos, ofrece un gran beneficio para las comunidades de educación superior, otorgando mayor visibilidad de la actividad académica, por medio de la publicación de datos enlazados de sus planificaciones docentes, poniendo a disposición de profesores y estudiantes información accesible y en formatos estándares para que puedan emplearse en proyectos futuros.

Palabras clave: Web semántica – Ontologías – *Linked Data* – Educación

LA CIUDAD INTANGIBLE Y LA COMUNICACIÓN TRANSMEDIA

AUTORES

Isidro Moreno Sánchez y Andrés Adolfo Navarro Newball

U. Complutense de Madrid (España) y Pontificia Universidad Javeriana de Cali (Colombia)
ims@ucm.es y anavarro@javerianacali.edu.co

Todas las ciudades y, especialmente, las declaradas por la UNESCO "Patrimonio de la Humanidad", basan buena parte de su estrategia de comunicación en transmitir su patrimonio material y apenas el inmaterial. De ahí que se incida en la hipótesis de que el patrimonio inmaterial de la ciudad es aún más importante, ya que refleja los imaginarios sociales que han dado y continúan dando sentido a la sociedad que la configura. Ese patrimonio escondido a veces puede vislumbrarse a través del propio patrimonio material existente o desaparecido, a través de costumbres, de leyendas, de personajes que dejaron su impronta. Es fundamental comunicarlo para hacerlo accesible a todas las personas.

Según el International Council of Museums (ICOM, 2015), "Un museo es una institución permanente, sin ánimo de lucro, al servicio de la sociedad y su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, expone y difunde el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de estudio, educación y recreo". Por extensión, la ciudad se configura como un gran museo abierto de patrimonio material e inmaterial. De hecho, es habitual la utilización del término "Open Air Museum" para designar propuestas culturales de una ciudad. La UNESCO también reconoce el "Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad", por ejemplo, la Plaza yamaa el Fna de Marrakech en Marruecos, la práctica comunitaria del Candombe en Uruguay o la Semana Santa de Popayán en Colombia.

La comunicación del patrimonio inmaterial de la ciudad se vehicula a través del espacio in situ y en red, los media tradicionales, los *ambient media* y los hipermedia en red fija y móvil (*locative media*). ¿Se lleva a cabo así una comunicación transmedia?

Una comunicación transmedia conlleva comunicar los mismos contenidos utilizando la narrativa específica de los distintos *media* de una manera coordinada y sostenida, de forma que todos los medios configuren una comunicación integral, no una comunicación fragmentada. Ambient media, acciones especiales, *blogs*, gamificación, *geocaching*, hipermedia inmersivos, marketing, *merchandising*, *newsletter*, publicaciones, publicidad, *publicity*, redes sociales, sede web, *walking audio*, *walking documentary*... Hacer que esta nube de conceptos se utilice narrativamente para generar un universo comunicacional transmedia capaz de transmitir el patrimonio escondido de las ciudades es el objetivo principal de la presente investigación.

Se ha elegido Toledo, una ciudad rica en ambos patrimonios y conocida universalmente, como laboratorio para experimentar esta comunicación transmedia del patrimonio escondido e intentar sistematizar estrategias válidas para hacerlo visible en cualquier ciudad.

Palabras clave: Ciudad - Comunicación transmedia - Narrativa Hipermedia - *Locative media* - Patrimonio inmaterial

¿INFLUYE EL ROL DE LA MUJER EN EL ACCESO AL MERCADO LABORAL Y A LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN EL EMPRENDIMIENTO FEMENINO?

AUTORA

Úrsula Navarro Hermoso
Universidad de Jaén (España)
nhursula@gmail.com

En la literatura se reconoce de forma generalizada el papel del emprendimiento como motor de desarrollo económico, tanto local como global (Audretsch, y Keilbach, 2005; Bygrave y Zacharakis, 2010; GEM Global Report, 2014), aunque resulta necesario diferenciar entre emprender por necesidad (push) o por oportunidad (pull) (Stoner y Fry, 1982). Así, las personas que inician su negocio motivadas por el aprovechamiento de una oportunidad perduran más a lo largo del tiempo como emprendedores que aquéllas cuya motivación se basa en la necesidad, debido, sobre todo, a que los emprendedores motivados por oportunidad inician su negocio con un capital humano y financiero más adecuado y adaptado a su nueva empresa (Block y Sandner, 2009; Stephan *et al.*, 2015). De este modo, el emprendimiento por necesidad comúnmente se vincula a un menor nivel de habilidades empresariales, aunque es probable que en ciertas épocas de recesión económica y alto desempleo, las habilidades empresariales de este grupo aumenten como consecuencia de la coyuntura.

Atendiendo al género, las tasas de emprendimiento femenino suelen ser inferiores a las masculinas (Singer *et al.*, 2015). Algunas investigaciones que han explorado las causas de esta diferencia (Jayawarna *et al.*, 2011; Reynolds y Curtin, 2008) sugieren que las mujeres tienen razones distintas a las de los hombres a la hora de poner en marcha un negocio, entre las que se citan tener mayor autonomía y flexibilidad, aunque la alta cantidad de tiempo que se debe dedicar a una empresa, y la sensación de culpabilidad vinculada a la conciliación de la vida familiar, son algunos de los motivos principales por los que las mujeres disminuyen su motivación para crear su propio negocio (McGowan *et al.*, 2012; Levie y Hart, 2013). Por tanto, en ocasiones es la propia mujer la que se autolimita para desarrollar un proyecto empresarial como consecuencia de los valores predominantes en su entorno social, además de las desigualdades en el acceso a la formación en general y a la educación superior en particular, que condicionan su acceso al mercado laboral.

En este trabajo se afronta un análisis global de la relación entre desigualdad de género y emprendimiento, empleando las respuestas (tanto de hombres, como de mujeres) a las preguntas sobre el rol de la mujer en el acceso al mercado laboral y a la educación superior que se incluyen en la Encuesta Mundial de Valores (WVS), además del índice de desigualdad de género de Naciones Unidas, y los datos de emprendimiento del Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Al comparar a nivel global la opinión de hombres y mujeres sobre el rol de la mujer y observar su relación con la actividad emprendedora en los países con información disponible, será posible obtener conclusiones que permitan recomendar estrategias para potenciar el emprendimiento femenino, y obtener el mayor aprovechamiento posible de su capacidad y habilidades.

Palabras clave: Emprendimiento – Desigualdad – Género – Oportunidad/Necesidad

LOS PROYECTOS DE COMUNICACIÓN EN LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL: CONCEPTUALIZACIÓN Y ANÁLISIS

AUTORA

Silvia Olmedo Salar
Universidad de Málaga (España)
silviaolmedo@uma.es

Los proyectos de comunicación en el marco de la Cooperación Internacional, denominada para el desarrollo, ha sido y son un bien escaso en el panorama de las acciones en dicho campo, careciéndose de un cuerpo de estudio que atienda su desarrollo e impactos (Olmedo Salar, 2013; Chaparro, 2009).

En España, las organizaciones que apuestan por los proyectos de comunicación en la Cooperación Internacional constituyen un grupo reducido, que a pesar de su número limitado, han promovido la comunicación como vía de empoderamiento ciudadano y de construcción de valores democráticos. Sin embargo, se plantea necesario definir y poner en valor los proyectos de comunicación como propuestas ineludibles en las convocatorias y para ello, se precisa fijar una conceptualización clara y consensuada.

Este trabajo pretende ofrecer una propuesta de conceptualización de los proyectos de comunicación en el ámbito de la Cooperación Internacional y facilitar pautas para su análisis e identificación, aspectos que contribuyen a la solvencia de estas iniciativas.

La metodología utilizada se nutre de una revisión descriptiva del estado de la cuestión y se ofrecen los resultados del análisis cuantitativo de los proyectos de comunicación realizado por las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD) españolas en el decenio 2001-2011. Los resultados obtenidos forman parte de la tesis doctoral titulada “La comunicación en la Cooperación Internacional Española. Análisis de los proyectos de las ONG (2001-2011)” (2013).

Palabras clave: Cooperación Internacional – Proyecto – Comunicación – España – ONGD

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA EN MATERIA DE BIOENERGÍA. PATENTES INDUSTRIALES

AUTOR

José Pablo Paredes Sánchez
Universidad de Oviedo (España)
paredespablo@uniovi.es

Desde finales del siglo XX, los cada vez más estrictos requisitos medioambientales de la industria propician la búsqueda de sinergias entre producción de energía y protección medioambiental, lo que ha permitido el aprovechamiento de nuevos recursos, el desarrollo de patentes y la transferencia de la tecnología necesaria para su implantación.

La biomasa constituye una de las fuentes de energía de mayor interés en el tránsito a un modelo energético sostenible tanto por su condición de reductor de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) como por ser un recurso renovable.

Las tecnologías de obtención de bioenergía son una alternativa, relativamente nueva, para la producción de combustibles sólidos, líquidos y gaseosos de características similares a los de origen fósil. Estos nuevos procesos desarrollados permiten superar ciertas barreras, que condicionan el uso energético de la biomasa, como son su heterogeneidad, dificultad de manejo y baja densidad energética. En el futuro los biocombustibles derivados de la biomasa se presentan como recursos aptos para su valorización energética mediante gasificación y/o co-combustión.

El presente trabajo desarrolla las principales líneas de transferencia de tecnología desde la investigación científica a la industria energética para la obtención de biocombustibles alternativos a los combustibles fósiles.

Palabras clave: Energía – Biomasa – Sostenibilidad – Industria

FORMACIÓN COMUNICACIONAL: GARANTÍA LIBERADORA PARA LA EXPRESIÓN DE LAS COMUNIDADES ORGANIZADAS

AUTORES

Yeirika Victoria Parra Barboza y Henry Alberto Rodríguez Urdaneta

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

yeirika26@gmail.com y henryalbertorodriguez@gmail.com

La realidad en la que se encuentra Venezuela en lo que respecta al área comunicacional en relación al desequilibrio mediático en manos de empresarios, hace pensar a los investigadores en la necesidad de aportar para que las comunidades organizadas puedan valerse de múltiples herramientas que les permitan expresarse y participar en las soluciones de situaciones por las cuales atraviesan. Por ello desde el Centro de Investigación para la Promoción del Desarrollo Endógeno (CIPDE) adscrito a la Universidad Nacional Experimental “Rafael María Baralt” (UNERMB) se desarrolla un plan de formación para que estas organizaciones comunitarias puedan empoderarse de las distintas formas para comunicarse acertadamente con sus pares y con los entes gubernamentales.

Bajo la modalidad de Investigación Acción Participativa (IAP) se pretende con el referido plan, que las diferentes organizaciones comunitarias logren cambiar su visión con relación al tema, fomentando la investigación y formación sobre la comunicación como proceso humano y herramienta de transformación y construcción social. Importante es que internalicen que a través de un buen proceso comunicacional pueden no solo desarrollarse, sino también impulsar a que sus similares también lo hagan, sirviéndoles como ejemplo.

El presente plan de formación parte del descubrimiento que las mismas comunidades tienen que hacer en relación a cómo hacerse sentir, bien sea empleando los medios tradicionales o destacando nuevos mecanismos o nuevas formas de producir contenidos a través de los cuales puedan no sólo expresarse, sino también lograr cambios trascendentales.

Para alcanzar ese desarrollo en materia comunicacional, estos colectivos deben ampliar sus habilidades y destrezas, lo que permitirá fortalecer el uso responsable y crítico de los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios como instrumentos de formación de valores; y de acuerdo a su ámbito de acción, sostener diferentes encuentros para intercambiar las experiencias, lo que les permitirá aprender desde la praxis.

Este proyecto ha sido el punto de partida para que en el CIPDE se gestione la creación de una línea de investigación relacionada a la comunicación popular endógena. Donde el personal dedicado al quehacer científico, podrá desarrollar proyectos referentes al área comunicacional y cómo desde adentro, las comunidades puedan gestionar sus soluciones, tal como lo demanda la sociedad en la actualidad.

Palabras clave: Formación comunicacional - Comunidades organizadas - Desarrollo endógeno

EL PODER ES DEL CONSUMIDOR: LAS CLAVES DEL ÉXITO DE LA ECONOMÍA DE LA PARTICIPACIÓN

AUTORA

Marta Pérez Escolar

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

mperez726@ucam.edu

La arqueología de la sociedad actual se erige sobre nuevos paradigmas comunicativos, políticos y económicos que han configurado una nueva forma de entender la realidad contemporánea. La crisis transnacional de 2008 demostró la necesidad de renovar y reconstruir el escenario público, mediático y económico con nuevas fórmulas más participativas, transparentes, abiertas y globales. Surge en este contexto lo que popularmente se ha denominado como “nueva economía”; es decir, una economía basada en el conocimiento, la innovación, “la informalización y la globalización” (Castells, 1997). Sin embargo, este trabajo no pretende abordar el amplio campo de la *nueva economía*, sino que se centra en uno de los ejes transversales más representativos de esta nueva esfera social: la *economía de la participación*.

La presente comunicación muestra, en este sentido, los resultados aportados por el proyecto de investigación *Sectores de la nueva economía 20+20: economía de la participación* -financiado por el Fondo Social Europeo y la Fundación EOI- en el que se plantea la participación ciudadana como un modelo de negocio y una oportunidad de innovación. Para ello, se han analizado veinte empresas españolas con el fin de estudiar sus experiencias de negocio y entender las claves de su éxito. Todas estas iniciativas españolas destacan por su estrategia empresarial, la cual se centra en diseñar nuevos canales de interacción y de diálogo con sus clientes. De este modo, la participación se entiende como un *commodity*, es decir, se convierte en el producto en sí mismo. La clave del éxito de estas nuevas empresas de la *economía de la participación* es conseguir que el consumidor se transforme en un *prosumidor* (Islas, 2008) –término que resulta de la fusión entre ‘productor’ de contenidos y ‘consumidor’-.

El esquema comunicativo tradicional entre empresa-consumidor ha cambiado. La interacción entre el cliente y la compañía es fundamental para conseguir fidelizar a los consumidores y atraer al público –*engagement*-. Este nuevo paradigma comunicativo empresarial debe conformarse, por tanto, como un modelo más abierto, cooperativo y conversacional; para ello, la participación debe entenderse como una herramienta para generar confianza, gestionar la alfabetización mediática, estimular la implicación del consumidor –*gamification* o *ludificación*- y motivar la construcción de un *storytelling transmedia* entre otras muchas acciones.

Los consumidores y la audiencia tienen ahora más poder que nunca en el ecosistema actual. La semiótica de la sociedad contemporánea y la revolución digital han propiciado la creación de una nueva lógica y unos nuevos valores que disciernen de la tradicional cultura de masas. Las sociedades occidentales han evolucionado hacia una nueva forma de organización en la que el individuo muestra su disposición y su interés por involucrarse y participar activamente en la esfera pública. En suma, el objetivo principal de esta comunicación es presentar los resultados obtenidos en el proyecto de investigación y extraer unas conclusiones transversales a cualquier campo de estudio para entender los nuevos parámetros comunicativos que cualquier empresa que aspire al éxito debe asimilar y adoptar.

Palabras clave: Economía de la participación – Participación – Nueva economía – Interacción – Claves de éxito

LA TRANSICIÓN DEL ALUMNADO DE SECUNDARIA A LA UNIVERSIDAD. DIFICULTADES Y NECESIDADES

AUTORES

María Luisa Pertegal Felices, José Daniel Álvarez Teruel y Salvador Grau Company

Universidad de Alicante (España)

ml.pertegal@ua.es, josedaniel.alvarez@ua.es y salvador.grau@ua.es

Existe una relación directa entre las transiciones en el desarrollo personal y las fases del desarrollo evolutivo, y entre las transiciones en el desarrollo académico y los cambios de etapas del alumnado en su proceso de formación (Beilin, 1992). El historial académico discente es un muestrario de transiciones, más o menos traumáticas según precisen o no de un cambio de institución. El recorrido del alumnado a través de su escolarización presenta momentos claves en los que se producen “rituales de salida de una cultura y entrada en otra nueva” al cambiar de nivel o de centro; y en el caso de la transición de educación primaria a la educación secundaria, los datos obtenidos son preocupantes (Gimeno, 2000).

En cuanto a la transición de la Educación Secundaria a la Universidad, el fracaso académico y el abandono en los primeros cursos de carrera hacen necesario conocer las características de esta transición para establecer canales de continuidad entre ambos niveles educativos. Con la creación del Espacio Europeo de Educación Superior y la permanente búsqueda de la calidad educativa, se ha comenzado a desarrollar en la mayoría de universidades programas de orientación y de acogida (en la Universidad de Alicante el *Pan de Acción Tutorial*) destinados a la mejora en la incorporación del nuevo alumnado. Aunque el periodo de transición comienza antes de su ingreso en la Universidad.

El objetivo de esta investigación es recoger información relacionada con la transición del alumnado de Educación Secundaria a la Universidad para determinar las dificultades que presenta en su ingreso en el centro universitario y elaborar estrategias que aborden las necesidades desde los Planes de Acción Tutorial de ambos niveles educativos de forma coordinada. Para recoger los datos se elaboró un cuestionario que se administró a 468 estudiantes de Bachiller de la provincia de Alicante (España) pertenecientes al último curso previo al acceso a la Universidad.

Los resultados muestran que, a pesar haber trabajado a través del Plan de Acción Tutorial del Instituto sobre cómo elegir estudios y tomar decisiones vocacionales, un tercio del alumnado no recibe esta tutorización de forma adecuada. La decisión de continuidad en los estudios universitarios, y sobre qué estudios realizar en la universidad, está orientada fundamentalmente por la familia, por el conocimiento de personas del ámbito profesional, por visitas realizadas a la Universidad y por las amistades. En cuanto al alumnado que no tiene decidido qué estudiar, atribuyen sus dudas principalmente al miedo a equivocarse y a la falta de información.

Como conclusión destacamos la necesidad introducir dentro del Plan de Acción Tutorial de todos los Centros de Educación Secundaria, de forma sistemática, la orientación del alumnado en la transición a la universidad, en coordinación con la Universidad, elaborando estrategias de orientación vocacional en aquellos aspectos presenten mayores dificultades.

Palabras clave: Transición - Secundaria - Plan de Acción Tutorial - Universidad - Investigación

¿SE ESTÁ TRANSFORMANDO EL SIGNIFICADO DE LA INSTITUCIÓN PARLAMENTARIA?

AUTORA

Fátima Recuero López

Universidad Pablo de Olavide de Sevilla (España)

freclop@upo.es

El Parlamento es la institución suprema de la democracia. La institución parlamentaria representa y expresa la soberanía popular al estar constituida por los representantes elegidos directamente por los ciudadanos. Desde su desarrollo histórico, el Parlamento se fue constituyendo como un freno al poder absoluto de los monarcas, lo que posteriormente se consolidaría en el principio de división de poderes. Las luchas por la extensión del sufragio llevaron con posterioridad a que esta institución fuera plenamente democrática, al conseguirse que todos los ciudadanos sin excepción pudieran elegir a sus representantes, los cuales legislan en su nombre. Por ello, el Parlamento es el símbolo de la democracia representativa.

Sin embargo, el Parlamento parece estar inmerso en un proceso de declive, lo cual puede estar produciendo una transformación de su significado y de su relación con la ciudadanía. Las razones de esta situación son diversas, aunque podrían distinguirse tres principales: 1) la pérdida de importancia del Parlamento por el fortalecimiento del poder ejecutivo, que relegaría al legislativo a un segundo plano y que disminuiría además su autonomía en los sistemas parlamentarios; 2) el alejamiento entre representantes y representados ya advertida por Rousseau; y 3) la desafección actual con el sistema político, que ha propiciado un declive en la confianza tanto hacia las instituciones como hacia la clase política.

Ello ha llevado a algunos grupos a llevar acciones como la de “Rodea el Congreso”, en el caso español, lo que desde el punto de vista del sustento teórico de la institución parlamentaria, desarrollado a lo largo de la Historia, supondría un ataque hacia la propia razón de ser de la misma. Ello se debería a que estos colectivos, que no son representativos del conjunto del pueblo, piden que los representantes elegidos democráticamente por el conjunto de la ciudadanía dimitan antes de la finalización del mandato para el que fueron elegidos, por no considerarlos representativos, lo que nos sitúa ante una gran paradoja. Bajo lemas como “democracia real ya” o “no nos representan” podemos apreciar que el Parlamento ha dejado de ser considerado como la máxima expresión de la democracia, al menos para una parte de la población. Además, estas manifestaciones impedirían la libre circulación de los parlamentarios y su derecho de inmunidad parlamentaria, derechos que fueron establecidos para evitar que la retención o detención arbitraria de los mismos impidiera la libre expresión de la voluntad popular, o lo hiciera de forma viciada o desvirtuada. Este hecho nos llevaría también a cuestionarnos sobre la vigencia y la necesidad actual de las prerrogativas parlamentarias.

Por tanto, el objetivo de esta ponencia es analizar en qué medida el conflicto existente entre el sustento teórico de la institución parlamentaria y el sentir ciudadano sobre la misma está transformando la razón de ser del Parlamento, algo que, aunque entronca con el viejo debate entre democracia representativa y democracia participativa, podría configurarse como una nueva línea de investigación en torno a la reconfiguración del papel del mismo.

Palabras clave: Parlamento – Democracia representativa – Declive - Ciudadanía – Desafección

LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL ESPACIO INTERMEDITERRÁNEO DESDE LA PRENSA EUROPEA: ‘EL PAÍS’, ‘LE MONDE’, ‘LE FIGARO’, ‘IL CORRIERE DELLA SERA’ Y ‘LA REPUBBLICA’

AUTOR

Fernando Sabés Turmo

Universitat Autònoma de Barcelona (España)

fernando.sabes@uab.cat

La importancia de la información que se genera en el ámbito euromediterráneo es cada vez mayor. La visión de los diferentes medios de comunicación es diversa y por este motivo es conveniente abordarla desde una perspectiva en la que se tenga en cuenta los objetivos del Proceso de Barcelona – Unión por el Mediterráneo, la Política Europea de Vecindad de la Comisión Europea y las recomendaciones del Informe del Grupo de Alto Nivel de la Alianza de Civilizaciones, en este caso en lo que hace referencia a los medios de comunicación.

Este trabajo que presentamos se enmarca en el proyecto “La construcción social del espacio intermediterráneo y sus correlaciones en la agenda temática de los medios de comunicación. La información en prensa y televisión” (2013-2015), dirigido por la Dra. Teresa Velázquez García-Talavera y financiado por el Ministerio Español de Economía y Competitividad (CSO2012-35955). Éste es la continuidad de la investigación “La construcción social del espacio euromediterráneo en los medios de comunicación. La información en prensa y televisión” (CSO2008-01579), financiado por el Ministerio español de Ciencia e Innovación (2009-2011).

En este artículo presentamos un análisis de los diarios El País, Le Monde, Le Figaro, Il Corriere della Sera y La Repubblica con los datos extraídos de la primera de las dos semanas de análisis establecidas en el proyecto de investigación, en concreto del 13 al 19 de mayo de 2013. Se aborda desde el impacto de la temática euromediterránea en cada uno de los diarios, a aspectos de formato, género periodístico, ubicación en el diario, uso de la imagen, fuentes y principales temas abordados, entre otros aspectos.

En total son 305 las unidades de análisis que han sido utilizadas para este trabajo, distribuidas de la siguiente manera: El País (97), Le Monde (100), Le Figaro (28), Il Corriere della Sera (24) y La Repubblica (28). Cuatro aspectos principales a destacar:

- 1.- Poca innovación en los géneros periodísticos. La noticia es el género mayoritario.
- 2.- Las secciones de internacional y economía son las prioritarias.
- 3.- Más de la mitad de las informaciones cuentan con acompañamiento icónico.
- 4.- La mayor parte de las informaciones se basan en fuentes propias.

Palabras clave: Comunicación euromediterránea - Prensa - Público - Información - Construcción social

MODELOS MATEMÁTICOS COMO CATALIZADOR DEL CAMBIO TECNOLÓGICO EN LA INDUSTRIA PETROLERA

AUTORES

Germán A. Salas Ojeda y María del Pilar López
Universidad del Zulia (Venezuela)
germansalas@gmail.com y lopez.mapi@gmail.com

El presente trabajo tuvo por objetivo central, el desarrollo de un modelo matemático como catalizador del cambio tecnológico en la industria petrolera. Su implementación constituye un invaluable apoyo a la gestión tecnológica asociada a los procesos de generación de crudo, específicamente en el área de exploración de nuevos yacimiento de hidrocarburo. Las pruebas fueron realizadas en procesos de trabajo en campos de exploración y producción petrolera a tiempo real.

Se definieron métodos de análisis para la aplicación del modelo y se diseñó una estrategia con base a los requerimientos levantados. Finalmente se entrega el diseño del modelo matemático, el cual fue diseñado de manera específica para luego ser bajado por proceso en cascada, a nivel y a las unidades de Investigación y Desarrollo y la unidad de Asistencia Técnica de la empresa petrolera estatal. Esto último con el fin de establecer la efectividad y el ahorro monetario significativo que el modelo genera al gestionar el cambio tecnológico.

Desde el ámbito del cambio tecnológico, la investigación estuvo fundamentada en los postulados de autores como Morin (2010), Betancur (2011) y Pérez (2013), confirmando como en la praxis, los sistemas tecnológicos emergentes poseen la capacidad intrínseca de modernizar viejos paradigmas de producción, con el consecuente incremento de la misma y la extensión de sus potencialidades. La metodología utilizada es de tipo analítica, descriptiva, con un diseño experimental. Se utilizó como técnica la observación y el proceso de recolección, análisis e interpretación de los datos. Para determinar la confiabilidad se efectuaron pruebas piloto en campo.

Se concluye que el mejoramiento de algoritmos clásicos para el análisis y gestión de los sistemas ha progresado eficientemente en los últimos años producto de la maduración del paradigma tecnológico propuesto por las Tecnologías de Información y Comunicación –TIC- , con la introducción de nuevas estructuras de datos que permiten la disminución dramática de la complejidad y costos de los procesos tradicionales. Según los resultados obtenidos, el modelo alcanza la solución gráfica en un número menor de iteraciones que los modelos clásicos, en virtud de lo cual se afirma que es mucho más eficiente y económico. Los resultados permiten confirmar la teoría del cambio tecnológico en términos de la potencialidad de nuevos sistemas tecnológicos para modernizar los anteriores, logrando su renovación y el aplazamiento de sus tiempos de saturación.

Palabras Claves: Gestión tecnológica - Cambio tecnológico - Modelos matemáticos - Exploración de yacimientos

PROPUESTA DE INTERVENCIÓN: MINDFULNESS PARA REGULAR EMOCIONES (PROGRAMA INTELIGENCIAL PLENA) EN CASOS DE VIOLENCIA Y VICTIMIZACIÓN ESCOLAR

AUTORAS

Liliana Jazmín Salcido Cibrián y Karla María Urías Aguirre

Universidad Autónoma de Sinaloa (México)

liliana.cibrian@gmail.com y karlaurias@gmail.com

La violencia y victimización escolar ha sido muy trabajando en los últimos años con principal precursor Olweus en los setentas, (Ortega y colaboradores, 2000; Cerezo, 2009). Las condiciones de acoso escolar e intimidación denominadas como “bullying” se refiere al alumno que es agredido repetidamente y durante un tiempo, por medio de acciones negativas llevadas a cabo por otro compañeros o varios de ellos, estas acciones negativas se describen cuando de manera intencional se causa daño, hiere o incomoda a otra persona, lo cual envuelve la definición de conducta agresiva (Olweus, 2004).

Los estudios en México referente a la violencia y victimización escolar han estado enfocados principalmente a nivel de educación secundaria (Castillo & Pacheco, 2008; Valdez, 2008; Aguilera & cols., 2007; Urías & Musitu, 2014), y a partir de las exigencias que demanda el nivel de educación primaria reflejando un mayor número de incidencias en casos de abuso escolar, nos hemos dado a la tarea de indagar dicha problemática en rangos de menor edad. El objetivo de esa investigación además de conocer las particularidades de violencia y victimización escolar en niños de 6 a 12 años es aportar evidencias sobre la validez y eficacia del Programa Inteligencia Emocional Plena (PINEP; Ramos, Recondo y Enríquez, 2012) en niños y niñas víctimas y agresores.

La Inteligencia Emocional (IE; Salovey & Mayer, 1990) da un valor fundamental a las habilidades emocionales que nos permiten procesar la información emocional, y *mindfulness* supone una nueva forma de relacionarnos con las emociones, cuyo componente fundamental es la atención a la experiencia presente junto con una actitud de curiosidad y aceptación (Kabat-Zinn, 1990; 2003). Integrar *mindfulness* en el marco de la IE puede facilitar una adecuada atención, comprensión y regulación de los estados emocionales (Ramos & Hernández, 2008; Ramos, Hernández & Blanca, 2009).

El PINEP incluye el entrenamiento *mindfulness* en un doble sentido. Por un lado, incluiría dinámicas propias de otros programas de entrenamiento básico de *mindfulness* (Kabat-Zinn, 1990; 2003) y por otro lado, afrontar situaciones emocionales haciendo uso de *mindfulness* como la herramienta práctica.

Considerando que las situaciones de violencia y victimización escolar pueden ser explicadas a partir del modelo ecológico de Brofenbrenner (2002), el cual considera que el desarrollo individual se lleva a través de los intercambios que la persona establece con su ecosistema inmediato y otros ambientes distantes. Partiendo de esta línea, encontramos que existe poca evidencia de programas de intervención en niños en México. La inclusión de la educación emocional a través del PINEP, podría beneficiar en la prevención y resolución de conflictos, en la mejora del autoconocimiento y desarrollo de habilidades emocionales, así como también, las relaciones interpersonales, la empatía y la compasión dentro del ambiente educativo.

Palabras clave: Violencia escolar - Victimización escolar - Intervención - *Mindfulness* - Regulación emocional

INVESTIGACIÓN ARTÍSTICA: UN ARTE REALMENTE ÚTIL

AUTORA

Ángeles Saura Pérez

Universidad Autónoma de Madrid (España)

angeles.saura@uam.es

“Un ARTE realmente útil” es el título de una exposición colectiva, internacional e itinerante inaugurada en la Facultad de Formación del Profesorado y Educación de la Universidad Autónoma de Madrid. Patrocinada por la Comisión Nacional Española de Cooperación con la UNESCO para celebrar la IV Semana de la Educación Artística (mayo, 2015); hace referencia, en la ambigüedad de su título, a la relación con la faceta investigadora del profesorado de enseñanzas artísticas.

La investigación artística usa el dibujo, la fotografía y el vídeo como principales herramientas de indagación. En el campo de la Educación artística nos interesa especialmente pues, como se demostrará con un estudio de caso, proporciona otra perspectiva y modos alternativos de conocimiento de la realidad. Más allá de la experiencia de expresión plástica, visual o audiovisual, genera un conocimiento susceptible de ser transferido mediante la elaboración de un discurso teórico específico y usando originales sistemas de visualización de datos. El sector de las artes visuales se esfuerza por explicar a la comunidad educativa e investigadora la importancia de cuidar la cadena de valor de la creación artística (formación, investigación, producción y difusión) para que su potencial como lecho de innovación no se pierda, a valorar el proceso creativo como un acto reflexivo e investigador. Los principales referentes españoles en este campo son Fernando Hernández (Bases para un debate sobre investigación artística, 2008) y Ricardo Marín (La investigación en Educación artística, 2011).

Desde la Universidad Autónoma de Madrid nos planteamos la necesidad de manifestarnos contra la desaparición de las enseñanzas artísticas del currículum (LOMCE, 2013). Preguntamos a docentes de todo el mundo si consideraban que el ARTE es realmente útil y para qué creían que servía. Utilizamos la investigación artística: les pedimos que su respuesta fuera una imagen, que diseñaran un cartel con el lema que consideraran oportuno.

La respuesta tomó la forma de la exposición colectiva e internacional mencionada. Tiene dos formatos virtual (http://cort.as/TI_9) y real. Se ha convertido en itinerante y será presentada en julio de 2015 en Lisboa en el marco del Congreso Regional de InSEA (International Society for Education through Art: <http://www.insea.org/>). A partir de ahí tiene previsto un recorrido por 25 ciudades de 14 países: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Cuba, EEUU, España, Japón, México, Portugal, Uruguay, Venezuela, Francia y Alemania. Nuestro objetivo es usar el arte para llevar un importante mensaje a toda la comunidad educativa: El ARTE es realmente útil porque sirve para visualizar, representar, explorar, hacer las cosas necesarias más bellas, crear, expresarse, conocerse, investigar, abrir la mente, denunciar, relajar, alegrar, motivar, nutrir el alma, trascender, desarrollar el oído, entender nuestro pasado, ayudar a crecer, revelar otras miradas, pensar la educación desde la base, hacerlo todo más fácil, desarrollar la empatía, desarrollar la justicia social, abrir los ojos, para la arquitectura y otras muchas profesiones y oficios, para desarrollar el sentido del gusto, hacernos soñar y transformar la realidad, para alimentar el espíritu y regenerar el mundo, entre otras cosas.

Palabras clave: Arte – Educación – Investigación – TIC – Exposiciones

USE OF CAPITALIZATION IN ENGLISH: A LEARNER CORPUS-BASED STUDY

AUTORAS

Milagros Torrado y Carmen Font

Universidad Internacional de La Rioja (España)

milagros.torrado@unir.net y carmen.font@unir.net

Concordance studies within a specific language corpus rarely pay attention to consistency in the use of capital letters, not even in mainstream literature of error correction in an ESL context (Melvin 2014; Ojwang, 2012). However, a proper use of capital letters reflects the subject's linguistic competence and accuracy. In a globalized world where English is the language of digital communication, the proper use of capital letters becomes more and more important as a carrier of meaning. At the same time, digital environments –from conventional computer interfaces to apps and instant messaging–, with their emphasis on speed and instantaneous communication, encourage a casual use of capitalization. Students working within the context of digital educational platforms usually relax their level of writing correctness and show an inconsistent or careless management of spelling in their written exchanges. This is especially the case with capital letters, to the point that many students may not even be aware of the significance of writing “English” with a capital “E”.

This paper analyses a specific corpus from students of English for the Degree of Early years Education at UNIR University, Spain. This learner corpus collects the input of more than one hundred students in the subject entitled “ICT tools applied to the learning of English language”. It gathers the students' written participation in an online-debate (‘foro’) assessed and marked by the faculty members in charge of the aforementioned subject. This learner corpus also compiled by the faculty members in charge of the subject throughout two academic years, i.e. 2013-2014 and 2014-2015, is being analyzed by the ENTELEARN group from UNIR so as to offer a taxonomy of errors and mistakes in the frame of undergraduate degrees.

The main purpose of this paper is to examine the correct or wrong use of capital letters in the data collected in this learner corpus. The inputs of students have been sorted out with a specific corpus management program called AntConc 3.2., which has generated key words in context (KWIC) to indicate all the concordance instances and, therefore, assess the use of capital letters.

The level of students varies from B1 to C1. Since the corpus is not homogenous in its level of English competence, we might encounter a considerable percentage of grammar and spelling mistakes. In particular, the preliminary results of our analysis reveal that most of these occurrences are inconsistent. Once the quantitative search on the use of capitalization by students is described, we will propose two hypotheses for their prevalence in light of these results. In this regard, the paper aims at opening up a much needed debate about the use and misuse of capitalization as indicative of linguistic competence.

Key words: Corpus linguistics – AntConc 3.2 – Capitalization – Error correction – Concordance

METODOLOGÍA MINDFULNESS CREATIVO. VANGUARDISTA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN QUE VINCULA LA PRÁCTICA FORMAL MINDFULNESS DE AUTO CONEXIÓN, Y LOS RESULTADOS DE IDEAS CREATIVAS POR PARTE DE LOS ALUMNOS

AUTOR

José Jesús Vargas Delgado
Universidad Europea de Madrid (España)
jjesus.vargas@uem.es

El nuevo paradigma de desarrollo comunicativo del individuo, demanda una inspiradora reformulación de una consciente, y transformadora, reflexión de las etapas en el proceso de creación. Profundizamos en nuestra investigación en parámetros firmes que nos permitan superar las limitaciones cognitivas, y emocionales, que bloquean el desarrollo de las capacidades creativas a través de técnicas individuales y grupales consolidadas en el sector publicitario. Metodología Mindfulness.

Atención plena creativa, es un sofisticado procedimiento que permitirá encontrar la forma de serenar el potencial de la producción creativa. Superadas las secuenciales etapas de procedimiento de creatividad racional, y emocional, nos encontramos con una renovadora etapa de exaltación de la consciencia de creación. Eliminar los automatismos compositivos de las conductas, aumentando la conciencia de provocación creativa. Abrir nuestra mente, y estar disponibles a las nuevas perspectivas inventivas, utilizando la herramienta de la respiración creativa como centro neurálgico.

Un transformador método de creatividad, vinculado sobre la atención plena, que pasa por la búsqueda de un silencio en la mente del creativo, que le permite escuchar con nitidez la intuición creativa. Para ello la investigación propone la inserción de la práctica formal, a través de la meditación diaria. La aplicación de esta metodología se basa en una implementación pragmática de un método disciplinado y, vanguardista, basado en una meditación diaria enfocada en la estimulación conceptual creativa.

Este método se aplica en los alumnos durante un periodo mínimo de 40 días para poder obtener resultados óptimos, y empíricos, de producción creativa. La investigación se basa en el desarrollo metodológico de un protocolo operativo de meditación creativa, para potenciar los procesos productivos conscientes de la comunicación persuasiva.

Palabras clave: Creatividad – Mindfulness creativo – Meditación creativa – Comunicación Consciente.

LAS TIC EN LA EDUCACIÓN DE LA PAZ Y LA CONVIVENCIA: ESPACIO PARA LA INVESTIGACIÓN

AUTORA

Ana Dolores Vargas Sánchez
Universidad de La Sabana (Colombia)
ana.vargas12@unisabana.edu.co

El objetivo de este espacio de investigación es contribuir al fortalecimiento de la convivencia y la cultura de paz en las instituciones educativas del contexto colombiano, a través de la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Este proceso nace en el marco del proyecto profesoral “Las TIC en la educación de la paz y la convivencia” de la Maestría en Proyectos Educativos mediados por TIC de la Universidad de La Sabana. Dentro del cual los estudiantes se encuentran desarrollan subproyectos de investigación que aportan al objetivo general desde el 2014.

Todo lo anterior, tomando en cuenta que en el Plan Nacional Decenal de Educación 2006 – 2016 se hace alusión a que uno de los principales desafíos que enfrenta la educación Colombiana es “promover una educación en y para la paz, la convivencia y la ciudadanía democrática” (Ministerio de Educación Nacional, 2006). De esta forma el sistema educativo colombiano ha generado varios cambios como lo fue la Ley 1620 de 2013 “por la cual se crea el sistema nacional de convivencia escolar y formación para el ejercicio de los derechos humanos, la educación para la sexualidad y la prevención y mitigación de la violencia escolar” (Congreso colombiano, 2013), así como la Ley 1732 de 2014 por la que se establece como obligatoria la cátedra de paz en todos los colegios (Congreso colombiano, 2014).

Dentro de los subproyectos que se encuentran en marcha hay varios enfocados en la resolución de conflictos usando distintas estrategias pedagógicas mediadas por TIC (como redes sociales, juegos digitales, plataformas), dos de los subproyectos buscan apoyar las Competencias Ciudadanas establecidas por el MEN; otras experiencias buscan promover espacios para que los estudiantes controlen la ira y manejen las competencias emocionales. Asimismo un grupo se encuentra focalizado en brindar un espacio de sistematización para las experiencias de aula que los docentes han estructurado para afrontar las problemáticas relacionadas con la convivencia y la cultura de paz.

Entre los resultados parciales de esta investigación se han encontrado que la mayoría de proyectos ejecutados dentro del contexto colombiano abarcan la convivencia y la paz con estrategias o intervenciones presenciales, por lo que se ha dejado de lado la integración de TIC. Por otro lado, se ha hecho evidente que aunque varios de los colegios públicos de Bogotá cuentan con proyectos previos que buscan mejorar la convivencia y la cultura de paz, estos no han generado los cambios que se esperan lograr, según lo evidencian los resultados de las pruebas de estado (Saber Pro) que se realizan sobre Competencias Ciudadanas, así como las entrevistas y encuestas realizadas a varios docentes.

A medida que el proceso de investigación va avanzado se buscará dar respuesta a interrogantes como: ¿cuál es el papel de las TIC dentro de la promoción de la convivencia escolar y la paz?, ¿cómo contribuyen al fomento de la convivencia escolar y la paz la creación de estrategias pedagógicas apoyadas en TIC? y ¿cómo promover la paz y la convivencia escolar por medio del uso de TIC?

Palabras clave: Convivencia – Cultura de Paz - TIC – Educación – Resolución de conflictos

DISPOSITIVOS MÓVILES Y *E-BOOKS*: DEL OMNÍVORO AL INMIGRANTE DIGITAL. OPORTUNIDADES EN EL DESARROLLO DE CONTENIDOS DIGITALES PARA LOS LECTORES EN EDAD ADULTA

AUTORES

María Isabel Zapata Cárdenas y Carlos Alberto Galvis Ortiz

Universidad de Medellín (Colombia)

mizapata@udem.edu.co y cagalvis@udem.edu.co

La presente ponencia deriva del proyecto denominado “La palabra escrita en tinta electrónica. Las nuevas posibilidades comunicativas de los libros electrónicos, como elementos de innovación en la producción y gestión del conocimiento”, que se presentó como parte del programa de incentivos y apoyos institucionales que la U. de Medellín otorga a los nuevos docentes incorporados a las Facultades, dentro del programa de convocatoria n° 20. Esta investigación queda entonces adscrita al grupo de investigación COP, liderado por la Fac. de Comunicación de la U. de Medellín. El proyecto busca indagar y explorar los retos que desde la Comunicación y la Gestión del Conocimiento se abordan por medio de la producción de libros electrónicos, elementos que bajo nuevos formatos, llegan al mercado editorial y ofrecen posibilidades propias de la convergencia de medios de comunicación, especificaciones que obligan también a evaluar y conocer las necesidades y experiencias de los e-lectores, como usuarios finales de esta nueva herramienta.

La participación en el CUICIID 2015, aborda las prácticas de consumo y apropiación de información y el uso que el público adulto, tiene con los dispositivos de lectura y el consumo en sí de libros digitales, a propósito del surgimiento de otros formatos de producción de contenidos y consumo editorial. El adulto mayor ya no es un público marginal para el tema de las TIC, uso y relacionamiento con dispositivos e información digital.

Tanto sectores rurales como urbanos, presentan incursiones de públicos mayores que exploran por medio de las TIC acercamientos al consumo de información online, consultas de servicios digitales, envío y recepción de contenidos, entre otros. Por ejemplo, España, presenta en el año 2011 el informe Ebook +55, perteneciente al programa Territorio Book de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, donde se abordaron tres aspectos importantes del impacto del libro digital y los dispositivos de lectura sobre los lectores de edad adulta (55 a 75 años): la investigación evaluó “el grado de apropiación y satisfacción del dispositivo digital, el nivel de comprensión lectora y los comportamientos según los tramos de edad” (González, Luis; Valbuena, Javier; Pinto, Joaquín, 2011, p. 5).

Al igual que este estudio europeo, en el caso colombiano los libros digitales y los dispositivos móviles trabajan con públicos en edad adulta, cuyo relacionamiento con la tecnología puede ser precaria, pero afrontan el reto de utilizar con efectividad el celular como instrumento de comunicación masiva, acompañando esta experiencia de las rutinas informacionales a propósito del surgimiento de un dispositivo tecnológico facilitador en algunos momentos de necesidades de laborales desde la experiencia adulta.

Para abordar esta investigación se articularon varios ejes conceptuales que permitieron analizar la temática de una manera global: la repercusión en el mercado de las tabletas y los libros electrónicos, el uso y la apropiación, la construcción de los contenidos digitales y la práctica y uso desde el caso de los libros electrónicos y su penetración en el mercado colombiano y latinoamericano; teniendo al público adulto como consumidores claves en el proceso de expansión y familiarización con la tecnología.

Palabras clave: Libros electrónicos – Adultos – Ancianos – Consumo – Dispositivos móviles

¿MIRANDO A EUROPA? EL CASO DE LA CAMPAÑA DE LAS ELECCIONES EUROPEAS DE 2014 EN LA PRENSA ARAGONESA

AUTOR

Ricardo Zugasti Azagra
Universidad de San Jorge (España)
rzugasti@usj.es

El trabajo propuesto analiza la cobertura que la prensa diaria aragonesa realizó durante la campaña electoral previa a las elecciones al Parlamento Europeo, celebradas en España el 25 de mayo de 2014. Para ello se toman en consideración los cuatro diarios generalistas de pago que se editan en Aragón: *Heraldo de Aragón*, *El Periódico de Aragón*, *Diario de Teruel* y *Diario del Altoaragón*.

La investigación, de carácter descriptivo, parte de la hipótesis, mostrada por otros estudios de elecciones europeas anteriores, de que estos comicios de carácter supranacional son cubiertos por los medios de comunicación a través de un enfoque eminentemente nacional que prima incluso sobre las perspectivas autonómica o local.

La metodología empleada es el análisis de contenido, una técnica cuantitativa especialmente indicada para trabajar con volúmenes elevados de información, como es el caso planteado. Para el análisis de contenido se utiliza un código que recoge, por un lado, variables formales de la unidad de análisis como el género periodístico o el lugar en el que se produce la noticia. Por otro lado, el código contempla variables que preguntan acerca de aspectos del contenido de la unidad de análisis como el tema principal, el enfoque geográfico que se otorga a dicho tema o el protagonista con más peso.

El análisis de estas cuestiones permite hacer una descripción detallada de los rasgos más relevantes de la cobertura informativa, distinguiendo además entre las diferentes cabeceras. El código de análisis se aplica al total de 1.293 piezas periodísticas que trataron acerca de los comicios europeos y que se publicaron en los diarios mencionados durante la duración oficial de la campaña electoral.

Palabras clave: Elecciones europeas – Aragón – Prensa – Periodismo político

NUEVAS INTERACCIONES DE LA AUDIENCIA EN LA RADIO A TRAVÉS DEL USO DE LAS REDES SOCIALES: ANÁLISIS DE CASO DE LAS DIEZ PRINCIPALES EMISORAS ECUATORIANAS

AUTORES

Hernán Yaguana Romero, María José González y Henry Rodrigo Martínez Ruque

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

hayaguana@utpl.edu.ec , mjgonzalez7@utpl.edu.ec y hmartinez2@utpl.edu.ec

La radio siempre fue interactiva, quizá el más interactivo entre los medios de comunicación, desde sus inicios incluyó al público en y desde sus programaciones, a tal punto de ser considerada como el medio más cercano a la gente, característica que en mayor parte la obtuvo por la misma tecnología con la cual funciona.

Los modos de participación de las audiencias han ido estableciéndose y diferenciándose durante el siglo de vida que tiene la radio: al inicio la escasa gente que participaba lo hacía en vivo, luego mediante cartas y comunicados, posteriormente a través del teléfono, a finales de los noventa con los mensajes de texto y la telefonía móvil y, en la actualidad son las redes sociales las que han marcado la acción comunicativa entre la radio y la audiencia. Por las características que vamos descubriendo nos damos cuenta que esta relación entre radio y audiencia mediada por internet es totalmente diferente al resto, pues marca una relación que va más allá de la participación, donde los segundos influyen directamente en el relato radiofónico a partir de sus gustos, inclinaciones, pensamientos, etc., es decir el oyente se vuelve productor – consumidor (Prosumer), cumpliéndose así con el postulado que McLuhan y Nevitt en 1972 señalaban: “con la tecnología electrónica el consumidor podría llegar a ser un productor al mismo tiempo”, lo que, sin duda, conlleva a un análisis profundo del papel que los medios de comunicación deberían ejercer en estos tiempos.

Al ser un tema nuevo de poca investigación en Latinoamérica hemos emprendido el análisis de las diez emisoras ecuatorianas con mayor interacción en redes sociales, para desde allí ir descubriendo las características y particularidades que nos ayuden a entender la nueva audiencia que participa en los medios radiofónicos ecuatorianos, pues las investigaciones preliminares en este campo nos dan a entender que en la actualidad el diálogo entre el medio y sus públicos ha cambiado de naturaleza pasando de un modelo lineal centrado y delimitado en el tiempo a un estado de multiplicación de mensajes y descentralización total, ocupando nuevos espacios y generando nuevas conversaciones (Martínez, 2011).

La investigación se ha realizado desde el análisis de las redes sociales de Twitter y Facebook, que son las más populares y de mayor uso en nuestro medio. La metodología aplicada inicia a partir de un censo preliminar donde exploramos e identificamos las principales emisoras de radio con mayor grado de interacción en las redes sociales, posteriormente realizamos un análisis etnográfico observando movimiento que han tenido estas emisoras en las redes sociales, durante el seguimiento poniendo atención en las variables más destacables; finalmente y, a modo de contrastación de resultados, se efectuó una encuesta aplicada al personal de las emisoras investigadas.

Palabras clave: Redes Sociales - Radiodifusión Ecuatoriana - Audiencias - Interactividad - Comunicación Digital



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INVESTIGACIÓN 2:

Los investigadores hoy: Criterios de trabajo y criterios de evaluación

ANÁLISIS ICONOLÓGICO DE LOS VALORES. ADAPTACIÓN DEL MODELO DE PANOFSKI AL ESTUDIO DE LAS REPRESENTACIONES JUVENILES

AUTOR

José Antonio Alcoceba Hernando
 Universidad Complutense de Madrid (España)
jaalcoce@ucm.es

La presente comunicación forma parte de una investigación financiada en el año 2015 por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), cuyo objeto de estudio es el análisis de los valores juveniles. El objetivo general de la misma ha sido la exploración de la representación icónica de los valores entre los jóvenes universitarios, analizando los procesos de auto-construcción de dichas representaciones en relación con los discursos sociales y mediáticos.

Para la consecución de este objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos de esta investigación:

- Identificar los mapas conceptuales y perceptuales con los que los jóvenes construyen su imaginario iconológico de valores y contravalores.
- Analizar la construcción visual de estereotipos y las representaciones icónicas de modelos de los valores con los que los jóvenes conforman sus mentalidades.
- Analizar críticamente las valoraciones identitarias y culturales de los jóvenes universitarios, atendiendo a sus autorepresentaciones iconológicas deseables e indeseables en el contexto sociohistórico actual.

La metodología propuesta para llevar a cabo esta investigación partió de un modelo experimental que tomaba en cuenta tanto la perspectiva auto-etnográfica como la iconológica. Para ello, se procedió a plantear un diseño experimental que tomase en consideración esta complejidad del análisis, combinando la metodología cualitativa y cuantitativa.

Esta comunicación, se centra únicamente en el análisis iconológico cualitativo, tratando de adaptar el modelo iconológico que Panofski desarrolló para estudiar las obras de arte, al análisis de los valores juveniles representados en imágenes, partiendo de los principios propuestos por dicho autor: 1. Lectura del sentido fenoménico de la imagen, es decir, la iconología; 2. Interpretación de su significado iconográfico; y 3. Penetración de su contenido esencial como expresión de valores.

En nuestro caso, la adaptación del modelo de Panofski, se concretó en un análisis que comprendía dos fases diferenciadas pero complementarias: 1. La descripción y el análisis preiconográficos y 2. El análisis iconológico.

- Descripción y análisis preiconográficos. Esta primera fase, aborda la significación perceptiva primaria además de la *“Identificación de imágenes, historias y alegorías”*. El análisis iconográfico implica un método descriptivo y no interpretativo y se ocupa de la identificación, descripción y clasificación de las imágenes. El análisis iconográfico necesita profundizar en los cambios históricos de la representación de determinados temas iconográficos.

- Análisis iconología. Verdadero objetivo del análisis de la obra de arte, y en nuestro caso de las imágenes sobre valores juveniles: dilucidar la significación intrínseca o contenido. Supone un proceso interpretativo: *“la iconología es un método de interpretación que procede más bien de una síntesis que de un análisis”*. Igual que en los pasos anteriores, debe aplicarse un principio correctivo que documente las *“tendencias generales y esenciales del espíritu humano”* que se expresan en determinados momentos históricos.

Palabras clave: Valores Juveniles - Iconología - Representaciones icónicas - Identidades Sociales

DECONSTRUCCIÓN TEÓRICA Y PERSPECTIVAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA PRODUCCIÓN CIENTÍFICA DE LAS REVISTAS LATINOAMERICANA DE MAYOR IMPACTO

AUTORES

Alejandro Álvarez Nobell y Antonio Castillo Esparcia

Universidad Nacional de Córdoba (Argentina) y Universidad de Málaga (España)

aalvareznobell@eci.unc.edu.ar y acastilloe@uma.es

La Comunicación en Latinoamérica, como fenómeno y como ciencia, atraviesa un escenario circunscripto en sus lados por: una visible madurez académica; una creciente consolidación de actividad y trayectos investigativos; una exponencial y significativa incidencia social, comunitaria, cultural, educativa, económica y política; y complejos procesos de institucionalización (simbólica y material). Todo ello hace que adquiera, la Comunicación una importancia superlativa, con un desarrollo equilibrado en todas sus dimensiones, dotada de un rol estratégico para la intervención en los más diversos debates y procesos de construcción de la realidad, que requieren un espíritu crítico acorde a la complejidad del mundo hoy.

En lo que refiere específicamente al campo académico e investigativo, nos encontramos con un fructífero y profundo cúmulo de tensiones en los más diversos ejes, muchos de ellos propiciados (o cobijados) desde la propia realidad sociopolítica que hoy vive América Latina. Tales disputas, también son teóricas y metodológicas entre las distintas corrientes (funcionalistas, críticas, culturalistas, alternativistas, post-colonialistas y decolonialistas, feministas, etc.) que promueven la reflexión; las cuales puján y se relacionan de modos conflictivos o consensuales para no perder vigencia o reinventarse. Todo ello configura una riqueza de enfoques, marcos teóricos, autores y métodos que permiten abordar cada vez más complejos objetos de estudio, en clave interdisciplinaria y necesariamente ceñidos ideológicamente en las prácticas y actividades académicas, el quehacer profesional y los sistemas de comunicación.

Todo ello claro está, se ve reflejado también en la investigación y divulgación que se desarrolla en comunicación a través de congresos, libros y revistas científicas; lo que supone la constatación de que los procesos de creación y difusión del conocimiento ha sufrido un crecimiento notable en las últimas décadas. Según datos de producción científica, el espacio latinoamericano ha sufrido un crecimiento significativo del número de revistas científicas, del número de investigadores y del número de artículos científicos. Sin embargo, todo ese aumento de la producción, de los espacios y de los textos no implica que exista un espacio común de pensamiento científico.

Para ello, este texto se propone ‘deconstruir’ las perspectivas y enfoques teóricos que denotan los autores referenciados en los artículos publicados en las principales revistas científicas de mayor impacto que se presentan en el campo. De este modo nos hemos propuesto estudiar la evolución de la producción científica a través del análisis del número de artículos en los diferentes países latinoamericanos, en un estudio longitudinal que abarca desde 1996 hasta 2013. Con esta investigación será posible aproximarnos a los enfoques teóricos y perspectivas que los académicos e investigadores dejan entrever en las aportaciones científicas que se difunden en las principales revistas científicas latinoamericanas en comunicación incluidas en el SJR de Scopus.

Palabras clave: Comunicación – Investigación – Autores – Revistas – Scopus

ESTUDIO EXPLORATORIO DE FAMILIAS CON HIJOS/AS CON TRASTORNO DEL ESPECTRO AUTISTA

AUTORAS

Elena Benito Lara y Carmen Carpio de los Pinos

Universidad de Castilla la Mancha (España)

elenabela200@yahoo.es y carmen.carpio@uclm.es

A través de métodos de investigación empírica se van a indagar formas de evaluación de familias con un miembro con discapacidad, en concreto y para delimitar el foco de estudio, algún hijo/a con trastorno del espectro autista (TEA). La familia como núcleo primario de relaciones está teniendo transformaciones de estructura, valoración, misión y desempeño. Dada su importancia en la asistencia y educación de los seres humanos en todo el ciclo vital, se hace necesario un conocimiento más profundo de las claves de su funcionamiento óptimo. Uno de los pilares de la educación es atender a las necesidades familiares, pues repercute directamente en la calidad de vida de los niños/as.

Se estudian las prioridades, necesidades y recursos utilizados por las familias con hijos/as con Trastorno del Espectro Autista. Se trata de una exploración preliminar para planificar futuras intervenciones basadas en el enfoque centrado en la familia y la calidad de vida, tendencias de próxima implantación. Se ha explorado mediante la Escala de Calidad de Vida Familiar adaptación para Colombia (Córdoba, Verdugo y Gómez, 2011), Cuestionario de Crianza Parental para Padres (ECP-P) y Cuestionario de Opinión de la Calidad de los Servicios Recibidos (The Arc. Texas, Proyecto de apoyo a la familia) La muestra consta de 12 familias voluntarias. Se ha utilizado una metodología correlacional y descriptiva entre las diversas dimensiones de las pruebas utilizadas.

Entre los resultados a destacar, mostraban mayor insatisfacción en las dimensiones de recursos generales de la familia y apoyo a la persona con discapacidad, y daban mayor importancia a las dimensiones de apoyo a la discapacidad e interacción familiar. Se encontró que a mayor importancia y satisfacción en las diferentes dimensiones de la escala de calidad de vida de la familia (interacción familiar, rol parental, recursos familiares, salud y seguridad y apoyos a la persona con discapacidad) mayor valor de calidad de vida perciben las mismas, obviamente.

Respecto a los servicios recibidos, se constata que a mayor disponibilidad percibida de los servicios, mayor implicación escolar por parte de los progenitores. Otro resultado fue que a mayor dedicación personal y ocio compartido con los hijos/as se percibe una mayor información y planificación por parte de los servicios recibidos. Respecto a la percepción de competencia parental se encuentra una correlación significativa entre importancia que dan a la calidad de vida familiar y la asunción del rol de ser padre. Por último, se observa una tendencia de dar una mayor importancia a la calidad de vida familiar durante la edad escolar, respecto a la edad adulta.

Los métodos de evaluación empleados han servido para explorar las necesidades y constatar la importancia de la percepción en la calidad de vida familiar, que tiene que ver con los servicios recibidos y de si resuelven la problemática del hijo/a. A partir de los resultados, en las futuras intervenciones, habrá que mejorar los apoyos directos a los escolares con TEA y otros específicos para familias, ayudando a asumir el rol de paternidad.

Palabras clave: Autismo - Calidad de Vida - Relaciones Familiares - Diagnóstico - Método Empírico

LAS MEDIACIONES SOCIALES EN LA OBRA DE MANUEL MARTÍN SERRANO

AUTORES

Francisco Bernete y Daniel Franco

Universidad Complutense de Madrid (España)

fbernete@ucm.es y dfrancor@ucm.es

La ponencia analiza la producción intelectual de Manuel Martín Serrano referida a las mediaciones sociales. En el contexto de los debates sobre el papel de las tecnologías comunicativas en la transformación del capitalismo industrial, Martín Serrano planteó a mediados de los años setenta el paradigma de la mediación, una propuesta teórica-metodológica para estudiar la comunicación como una actividad mediadora.

El autor dio a conocer su propuesta en *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977). Un libro que sigue siendo su obra de referencia en este ámbito y que situó el estudio de la comunicación en una perspectiva sociohistórica y macrosociológica que permite esclarecer cómo interviene lo comunicativo en los cambios históricos y en la reproducción de las sociedades.

En concreto, el paradigma mediacional centra su interés en analizar cómo la comunicación participa en la construcción de las visiones del mundo compartidas que contribuyen a generar los consensos que facilitan la cohesión social. Martín Serrano señala que esos modelos del mundo se vehiculan principalmente a través de los códigos que organizan los relatos y sólo secundariamente a través de sus contenidos explícitos. Propone, en consecuencia, que el análisis de la influencia de la comunicación se traslade de los contenidos a los códigos y aporta, para ello, nuevas metodologías de naturaleza lógica.

En su momento, estos planteamientos ofrecieron una nueva orientación para la investigación de la comunicación y, desde los años setenta, sirven a estudiosos de Europa y de América Latina de marco común para el análisis de los vínculos entre los cambios sociales y las transformaciones comunicativas.

El propio Martín Serrano ha dedicado buena parte de su obra –que abarca un abanico muy amplio de temas– al desarrollo del paradigma de la mediación. Desde sus formulaciones iniciales, ha seguido actualizando y ampliando sus categorías y metodologías en sucesivas investigaciones y publicaciones.

En esta ponencia se hace un recorrido por el conjunto de esas aportaciones. Se acude, para ello, a los textos originales del autor y se repasan y analizan los fundamentos teóricos que sustentan su propuesta, los métodos que ha creado para el estudio de las mediaciones y la abundante evidencia empírica que ha ido acumulando a lo largo de cuatro décadas y que ha servido para contrastar su validez.

Palabras clave: Cambio social – Comunicación – Manuel Martín Serrano – Mediación – Reproducción social

¿ES ADECUADO EL ENFOQUE DE LOS LIBROS DE TEXTO PARA EL DESARROLLO DE LA COMPRESIÓN LECTORA?: ANÁLISIS CRÍTICO DE MATERIALES DE EDUCACIÓN PRIMARIA

AUTORAS

Ana Victoria Castillo López y Gracia Jiménez Fernández
Universidad de Granada (España)
anavictoriacastillo@correo.ugr.es y gracijf@ugr.es

Esta investigación ha tenido como objetivo analizar la orientación de la enseñanza de la comprensión lectora en los libros de texto de Lengua Castellana y Literatura del segundo y tercer ciclo de Educación Primaria. Tras hacer una selección representativa de diferentes libros, atendiendo a la editorial y al momento de publicación, se ha examinado cómo se produce la enseñanza de los diferentes niveles de comprensión (literal, inferencial, valorativa y metacompreensión), la tipología de textos usada (expositivos, narrativos), así como la inclusión de herramientas o estrategias que ayuden a desarrollar la comprensión de los estudiantes.

Los resultados del análisis han indicado que, a pesar de que la investigación muestra que las mayores dificultades en comprensión se relacionan con los textos expositivos y las preguntas inferencias, los libros de texto incluyen fundamentalmente textos narrativos con preguntas literales. Asimismo, es destacable el bajo porcentaje de actividades de comprensión valorativa o de estrategias de intervención de la comprensión que están incluidas en los libros de textos de Educación Primaria.

A partir de estos datos, se establecen unas conclusiones sobre las relaciones entre las dificultades en comprensión lectora de los escolares de Educación Primaria y el enfoque de enseñanza de los materiales que ofrecen las editoriales para los alumnos en esta etapa. Finalmente, se incluyen unas sugerencias de actividades que se pueden realizar para complementar la propuesta de los libros de texto y, de ese modo, facilitar a los niños la comprensión lectora a través de estas estrategias.

Palabras clave: Comprensión Lectora - Libros de texto - Educación Primaria - Lectura Comprensiva - Estrategias de Lectura

PAPEL DE LOS INVESTIGADORES EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

AUTOR

Kerwin José Chávez Vera

Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt (Venezuela)

kerwinchavez@gmail.com

El Estado venezolano ha promovido en los últimos años cambios en el diseño y formulación de políticas públicas en ciencia, tecnología e innovación lo que representa un giro en su visión en cuanto al papel que estos aspectos cumplen en el proceso de desarrollo de la nación. De allí que algunas directrices giren en torno a propiciar en las universidades la realización del quehacer científico fuera de sus ámbitos cerrados y disciplinares, y con ello lograr una relación con el entorno que genere redes de actores Universidad-Comunidad, de problemáticas y de conocimientos, con el propósito de producir impacto y generar cambios en la vida de las personas.

En tal sentido, y para promocionar ese proceso de transformación surge el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2005-2030, en el que se deja de verse estos aspectos como meras parcelas, para considerarlo como un sistema integrado e interconectado de actores, instituciones, Estado y como tal, y con base en ello proponer mecanismos que permitan combinar el capital social e intelectual con el objetivo de mejorar la capacidad productiva y la calidad de vida de los ciudadanos.

Lo anterior conlleva a los investigadores a plantearse algunas cuestiones relevantes, como es su papel en el cumplimiento de estas políticas de carácter público, la visión que estos deben tener en ese sentido y el grado en el que pudiesen contribuir con formación de una nueva cultura científico-tecnológica como eje transformador de la actividad investigativa que permitan la generación, la transferencia, y de construcción de un conocimiento que se convierta en un saber colectivo útil a la sociedad.

Palabras clave: Investigadores – Plan Nacional de Ciencia y Tecnología e Innovación 2005-2030 - Universidad - Comunidad científica

PERFIL DE LOS AUTORES ESPAÑOLES ALTAMENTE PRODUCTIVOS EN EL ÁREA DE COMUNICACIÓN (2009-2013)

AUTORES

Bernardo Gómez Calderón y Sergio Roses
Universidad de Málaga (España)
bjgomez@uma.es y sergioroses@uma.es

La carrera académica es cada vez más competitiva en lo que concierne a los hábitos de publicación de artículos científicos. Las instituciones y organizaciones responsables de la evaluación del profesorado universitario reclaman a la academia española mayores cotas de productividad, impacto e internacionalización.

Desde diversos campos de las Ciencias Sociales, como la Psicología o la Pedagogía, se ha tratado de identificar los factores que convierten a los investigadores en altamente productivos. En el área de Comunicación, sin embargo, no abundan los trabajos de este tipo, y aún menos en el caso español. Más allá del estudio de Jiménez Contreras et al. (2011), centrado en el Social Science Citation Index, y del de Roca y Pueyo (2012), limitado a las contribuciones a una única revista, *ZER*, los análisis bibliométricos disponibles hasta la fecha sólo ofrecen algunas pinceladas que permiten intuir las propiedades que confluyen en los publicadores más destacados.

En este trabajo nos propusimos identificar y describir el perfil profesional de los autores más productivos de los departamentos del área de Comunicación de las universidades españolas; y, adicionalmente, determinar mediante un análisis de clúster si entre estos investigadores existen grupos diferenciados por el impacto y grado de internacionalización de su obra.

Para alcanzar las metas planteadas, se recuperaron todos los artículos científicos publicados autores pertenecientes a universidades españolas en revistas indexadas en la base de datos Scopus durante el quinquenio 2009-2013. Tras una corrección sistemática de los errores de normalización de la firma de los autores, se procedió a seleccionar únicamente a aquellos adscritos a departamentos con área de conocimiento en alguna de las disciplinas de las Ciencias de la Comunicación, y se identificó al 5% más productivo (n= 68).

El perfil de estos autores se trazó, en primer lugar, documentando la información correspondiente al sexo, la antigüedad como doctor en número de años, la categoría académica, la situación laboral, la universidad de adscripción y la comunidad autónoma de trabajo. A continuación, y con objeto de medir el impacto y la internacionalización de su producción, se crearon dos variables que incluían, como indicadores, el cuartil promedio de las revistas en las que habían publicado, el promedio de citas obtenidas por sus trabajos, el porcentaje de colaboración con investigadores extranjeros y la tasa de publicación en revistas internacionales. Con toda esta información, acometimos el análisis de conglomerados.

Algunas conclusiones que pueden avanzarse de nuestro estudio son la existencia de una élite de profesores titulares altamente productivos; la escasa presencia de investigadores productivos en algunas universidades con un volumen de profesorado muy elevado; y el liderazgo de los autores adscritos a universidades catalanas en cuanto a impacto e internacionalización.

Palabras clave: Universidades españolas - Scopus - Productividad - Impacto - Internacionalización

EL PROCESO DE CODIFICACIÓN: ASPECTO CLAVE DENTRO DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD DE ALIMENTOS

AUTORAS

Cristina González Díaz y Mar Iglesias García

Universidad de Alicante (España)

cristina.gdiaz@ua.es y mar.iglesias@ua.es

Este trabajo se enmarca dentro del proyecto emergente I+D+i de Universidad de Alicante titulado “Estudio de la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos” (GRE12-18).

Tomando como punto de partida el manual de codificación (codebook), este estudio tiene como objetivo general plantear el proceso de trabajo llevado a cabo para el abordaje de codificación y pilotaje de una plantilla de análisis, aplicado a un proyecto de investigación en curso, sobre la presencia de los mensajes de salud en la publicidad de alimentos.

La técnica de investigación en comunicación basada en el análisis de contenido, puede ser entendida como aquella “(...) destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (Krippendorff, 1990: 28). Esta herramienta ha sido y es ampliamente utilizada. Para abordar el análisis de contenido dentro de cualquier proyecto de investigación, hay que tener en cuenta diferentes pasos por seguir para que dicha investigación llegue a buen cauce. Siguiendo a Igartua (2006: 213) en una investigación que utiliza el análisis de contenido “(...) van a participar varios codificadores o analistas con formación, expectativas y estilos personales diferentes (...)” por lo que antes de comenzar el proceso de codificación definitivo, y posterior a la redacción del manual de codificación, también denominado libro de instrucciones, es necesario emprender la tarea de “pilotaje” o prueba de la plantilla de análisis. Este proceso de rodaje, cuyo objetivo es entrenar a los codificadores y ayudarlos a familiarizarse con las variables a codificar, ha sido ampliamente desarrollado por Neuendorf (2002) entre otros.

Bajo este contexto, este trabajo tiene como objetivos específicos: 1) Describir las características generales que componen el manual de codificación; 2) Plantear los parámetros a seguir para llevar a cabo el proceso de entrenamiento del codificador/es (*coder training*) y 3) Chequear su fiabilidad.

A grandes rasgos, el planteamiento que recoge el estudio es llevar a la práctica el proceso de entrenamiento de los codificadores que van a participar en la investigación, y las posibles correcciones a realizar en el manual de codificación, como consecuencia del transcurso de depuración y perfeccionamiento de los parámetros a analizar por los investigadores, todo ello aplicado a un tema muy concreto: el análisis de la publicidad de alimentos.

Los primeros resultados apuntan a una modificación puntual de determinadas variables para ser mejor comprendidas por los codificadores, así como la necesidad de realizar una primera codificación conjunta que diera pie a una revisión para pulir y perfeccionar tanto las variables como las unidades de registro a codificar. También se observa la necesidad de formar no sólo en las unidades de análisis objeto de estudio, sino también en el programa que acoge la plantilla (SPSS).

Palabras clave: Codificación – Análisis de contenido – Publicidad – Alimentos

NARRAR ES NARRARSE, INVESTIGAR ES INVESTIGARSE: REFLEXIONES SOBRE LA FORMACIÓN INVESTIGATIVA.

AUTOR

Darwin González Sierra

Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia y Corporación Unificada Superior (Colombia)
darwingonzalezsierra@yahoo.com

El ejercicio de investigación-reflexión que aquí se presenta, surge de la necesidad de discutir los discursos, las prácticas y las intencionalidades formativas en los procesos adyacentes a la investigación académica desde la experiencia de formación doctoral y el trabajo universitario en investigación científica e investigación formativa

Esta necesidad, parafraseando a Hans Georg Gadamer en unos de sus últimos textos: “Educación es educarse”, designa la acción autónoma que está implícita en el ejercicio investigativo contemporáneo. Investigar es investigarse, es indagar la propia naturaleza del investigador en clave de sus prácticas y acciones. La investigación es, entonces, una narración; un modo privilegiado de conversar con la historia y con su-historia, desde sí y desde el otro.

El investigador que reflexiona su práctica, posiciona su discurso, y las intencionalidades de los escenarios que tienen lugar en su proceso formativo. Claves de esta experiencia han sido, por un lado la necesidad de ampliar la capacidad de comprensión de las dinámicas educativas y pedagógicas de la investigación, y por el otro, la reflexión permanente por el hacer en el aula y alrededor de esta.

Palabras Clave: Investigación - Narración - Formación - Educación

EVALUACIÓN DEL PROGRAMA EDUCATIVO DEL PROFESIONAL ASOCIADO EN GERONTOLOGÍA. UN CASO DE ESTUDIO EN LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CAMPECHE, MÉXICO

AUTORAS

Jaqueline Guadalupe Guerrero Ceh y Ana Rosa Can Valle
 Universidad Autónoma de Campeche (México)
jgguerre@uacam.mx y anarocan@uacam.mx

Antecedentes

Cada vez con más frecuencia se escucha en la sociedad que pronto seremos una ciudad, un país y un mundo de “viejos”. Los expertos en gerontología expresan con frecuencia: “Envejecemos desde que nacemos”, una realidad que en pocas ocasiones nos detenemos a reflexionar. Las expectativas de vida del Ser Humano se han incrementado considerablemente con el paso de los siglos; en el Siglo XXI es de lo más común encontrar personas con más de 65 años de vida.

En este tenor, se precisa la formación de recursos humanos con las competencias académicas enfocadas al cuidado del Adulto Mayor. La Universidad Autónoma de Campeche, México, tomó el reto de formar a los profesionistas en la atención de los Adultos Mayores, al autorizar en el 2005 el inicio del Programa Educativo denominado: Profesional Asociado en Gerontología, con una duración de dos años. En el 2010 se suspende con cuatro generaciones de egreso y sin evaluación del mismo.

Planteamiento del problema

¿Permite el modelo de evaluación de los CIEES, la toma de decisiones pertinentes del programa educativo del Profesional Asociado en Gerontología, así como la identificación de los factores que propician su suspensión? Nuestra hipótesis es que el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo.

Objetivo General

Determinar si el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo.

Materiales y métodos

Con la intención de realizar la evaluación del Programa Educativo, han sido seleccionadas: por su enfoque en la toma de decisiones, la teoría Evaluación Sistémica de Daniel L. Stufflebeam y Anthony J. Shinkfield, y los indicadores de los Comités Interinstitucionales para la Evaluación de la Educación Superior (CIEES), se elaboró una lista de cotejo que integra una selección de 142 ítems en once carpetas. El enfoque de la investigación es de tipo cuantitativo, con un alcance descriptivo, un diseño no experimental - transversal.

Resultados

La Hipótesis es aceptada, el sistema de evaluación de los CIEES permite la toma de decisiones pertinentes al identificar los factores que propician la suspensión de un programa educativo. En términos generales el resultado de la evaluación con los indicadores de los CIEES, da como resultado que se alcance a cubrir el 49.60% de los mismos. Hizo falta continuar creyendo en el Profesional Asociado, apoyarlo, dar seguimiento al programa para continuarlo y ofrecerlo como una salida transversal a la Licenciatura en Gerontología.

Palabras clave: Evaluación – Programa Educativo – Gerontología

LOS NEXOS UNIVERSIDAD-EMPRESA UN RETO HACIA LA SOSTENIBILIDAD DE LA SOCIEDAD: COMUNICANDO ESTRATEGIAS

AUTORES

Manuel Paulino Linares Herrera, Javier Santovenia Díaz y Amalia Margarita Cruz Vilain
Academia de Ciencias de Cuba, Biblioteca Nacional José Martí y Universidad de La Habana (Cuba)
linares@academiaciencias.cu; interactivo@infomed.sld.cu y amalia45@fcom.uh.cu

La Universidad está llamada a desempeñar un papel protagónico como instancia que vincula el quehacer universitario con la sociedad a través de sus procesos extensionistas inicialmente, llamados estos a desarrollarse e implicarse. La relación Universidad–Empresa propicia toda una extensa actividad que sobrepasa los ámbitos diversos, para declararse como proceso ineludible en la sostenibilidad de la sociedad. Los preceptos de generalización y uso del conocimiento están condicionados a la capacidad de los actores sociales para interactuar y fortalecer las redes de conocimientos que propicien capacidad científico-tecnológica, competitividad, innovación y desarrollos productivos.

La materialización de los nexos universidad-empresa es un paradigma para la sostenibilidad de la sociedad. La investigación sobre las hipótesis relacionadas a este binomio, permiten proponer procedimientos y pautas que aseguren proceder viables, para plantearnos entonces, estrategias hacia una sociedad sostenible.

Los entornos internacionales en la educación y las empresas se globalizan a partir de sus tácticos intereses como estrategia y, mantención sus posicionamientos productivos. El debate reflexivo que se plantea en esta indagación permitirá enriquecer el conocimiento, para detenernos con más certeza en el necesario binomio: Universidad-Empresa.

Un análisis teórico con sus prescripciones analíticas conforma el método de investigación empleado. Resultar en propuestas estratégicas desde la comunicación como herramienta para su interacción es el propósito del estudio.

Palabras clave: Universidad-empresa – Comunicación empresarial – Transferencia del conocimiento

ANÁLISIS DE LA TOPOLOGÍA DE OPERACIÓN PARA REDUCIR LOS NIVELES DE CORTOCIRCUITO EN UN NODO DE TRANSMISIÓN CON APORTE DE GENERACIÓN Y ELEVADA CAPACIDAD INSTALADA

AUTOR

Pablo Marelli

Universidad Tecnológica Nacional en Santa Fe (Argentina)

pamarelli@frsf.utn.edu.ar

La planificación, el diseño y la operación de los sistemas eléctricos de potencia, requiere de minuciosos estudios para evaluar su comportamiento, confiabilidad y seguridad. Entre los estudios típicos que se realizan se destaca el cálculo de cortocircuito, siendo esencial para la selección de equipos y el ajuste de las respectivas protecciones del sistema. Las dimensiones de una instalación eléctrica y de los materiales que se instalan, así como la determinación de las protecciones de las personas y bienes, precisan el cálculo de las corrientes de cortocircuito en cualquier punto de la red. Un estudio de corto circuito tiene la finalidad de proporcionar información sobre corrientes y voltajes en un sistema eléctrico durante condiciones de falla.

En general, un estudio de corto circuito sirve para determinar el poder de ruptura de los elementos de protección (interruptores y fusibles), realizar la coordinación de los dispositivos de protección contra las corrientes de cortocircuito, dimensionar las mallas de puesta a tierra y realizar estudios térmicos y dinámicos que consideren los efectos de las corrientes de cortocircuito en algunos elementos de las instalaciones tales como barras y cables.

En Argentina las inversiones en las redes de transporte de 500 kV presentan serios retrasos en contraposición con el crecimiento sostenido de la demanda, con tasas promedio del 4% interanual.

Entonces, ante la ausencia de nueva infraestructura proyectada en Estaciones Transformadoras de 500/132 kV y electroductos de 500 kV, resulta necesario potenciar los nodos existentes instalar centrales de generación de energía de mediana y gran potencia en cercanías de los centros más importantes de consumo; de modo de evitar saturaciones y condiciones de inestabilidad en la red de Transporte. Surge el problema entonces de incrementos importantes en las potencias de cortocircuito establecidas en aquellos nodos de 132 kV de la red, donde se combinan elevada capacidad de transformación instalada y aporte importante de potencia proveniente de generación local. Tal es el caso que se presenta en la Estación Transformadora de Santo Tomé 500/132 kV con 900 MVA de potencia de transformación instalada y configuración en 132 kV de doble barra con acople transversal. En el corto plazo, se prevé el ingreso en servicio de una central térmica de ciclo combinado y otra central térmica de gas que inyectarán una potencia total de 470 MW en barras de 132 kV de dicha nodo. Para esta situación, se estima que los niveles de cortocircuito en barras de 132 kV superarán la capacidad de admisible de cortocircuito del nodo (5000 MVA).

En este trabajo a partir de la utilización de un software específico de sistemas eléctricos de potencia, se modela la red de transmisión del nodo Santo Tomé y se evalúan todas las posibles alternativas de configuración de barras tal que permitan solucionar la problemática sin mayores efectos adversos sobre la confiabilidad y calidad de suministro. Se simulan para cada alternativa los flujos de carga en estado estacionario y se calculan las corrientes de cortocircuito monofásicas y trifásicas en todas las barras de 132 kV del subsistema en estudio.

Palabras clave: Potencia de Cortocircuito - Estación Transformadora - Capacidad de Ruptura - Topología - Generación

COMPARTIR, COMUNICAR Y MOVILIZAR EL CONOCIMIENTO: UN RETO DE LA INVESTIGACIÓN SOCIO-EDUCATIVA

AUTORAS

Ángeles Parrilla, Manuela Raposo Rivas y M^a Esther Martínez-Figuera

Universidad de Vigo (España)

parrilla@uvigo.es, mraposo@uvigo.es, esthermf@uvigo.es

Este estudio forma parte de una investigación subvencionada por el Plan Nacional de investigación de I+D+i titulada "Escuelas que caminan hacia la inclusión. Trabajar con la comunidad local para promover el cambio" (MINECO EDU2011-29928-C03-01). Dir: Ángeles Parrilla (Universidad de Vigo).

La investigación en el ámbito social, especialmente la investigación educativa se está viendo interpelada por un conjunto cada vez más amplio de movimientos sociales y académicos (Choudry y Kapoor, 2010) que reclaman una investigación comprometida con el desarrollo de modos de construcción de conocimiento más justos y democráticos. Algunas cuestiones que se plantean desde estos movimientos hacen relación a la necesaria revisión de la forma en que se desarrollan la construcción y participación en los procesos de investigación, pero también a la necesidad de que la investigación pueda informar la toma de decisiones sobre las prácticas y políticas profesionales y sociales a las que alude. La coproducción de conocimiento, la creación de comunidades participativas de investigación, o la forma en que este conocimiento se moviliza, comunica y transfiere a la sociedad, son algunos de los temas y retos más relevantes que los investigadores y la investigación socio-educativa de hoy en día debe afrontar.

Basándonos en los planteamientos teóricos de la llamada investigación participativa y en las teorías sobre la transferencia e intercambio de conocimiento, en esta propuesta sometemos a análisis los criterios de trabajo y evaluación seguidos en un estudio desarrollado a lo largo de 5 años en una comunidad local en Galicia (España). La investigación supuso la creación de tres redes de participación (escolar, inter-escolar y comunitaria) contando con la participación de todos los centros educativos de educación infantil y primaria de una misma localidad a los que se unían distintas instituciones sociales. El trabajo, realizado entre 2010 y 2015, ha pretendido la construcción gradual de un proyecto socio-educativo inclusivo de ámbito local, intentando crear a la vez una cultura basada en la investigación participativa como motor para superar las desigualdades socio-educativas con base local.

El análisis del proceso seguido demuestra cómo los esfuerzos realizados para movilizar, comunicar y coproducir conocimiento dotan de un valor añadido a la investigación. Igualmente señalan algunas ideas sobre orientaciones futuras que ha de tomar la investigación si quiere romper las tradicionales barreras entre científicos y comunidad y desarrollar alternativas e iniciativas innovadoras para pensar y comunicar la investigación de forma que esta contribuya a la transformación y la equidad social.

Palabras clave: Investigación Educativa - Movilización del conocimiento - Investigación participativa

INVESTIGACION FORMATIVA: UNA EXPERIENCIA SIGNIFICATIVA PARA LA CULTURA ACADEMICA EN LA EDUCACION SUPERIOR

AUTORA

Gregoria Polo de Lobatón

Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia)

gregpolo1@hotmail.com

El sentido de la Universidad, tomar en consideración las consecuencias del largo plazo, esto es heredar la tradición del conocimiento, asumiendo altas responsabilidades con la sociedad, la lleva a comprender y representar simbólicamente los procesos, predice y calcula consecuencias a partir de lo ya conocido y modifica sus propios caminos de acuerdo con lo que recoge y con lo que establecen los acuerdos, luego a partir de la cultura académica la Universidad distingue y cualifica las tareas de docencia, investigación y proyección social, en reflexiones de Mockus (2012), indujeron a la pregunta por lo investigación formativa en la Educación Superior, y formuló como propósito la interpretación de la Investigación formativa para la cultura académica a partir de una experiencia significativa.

La metodología de trabajo se aborda desde los presupuestos del paradigma cualitativo con una tipología fenomenológica; el muestreo caso-tipo, emprendió el estudio en una Universidad de carácter privado en Colombia; con entrevistas semiestructuradas, la experiencia de la investigadora, la observación y la revisión bibliográfica. Los resultados de investigación determinaron que en la Educación superior se traduce la cultura académica en la articulación de docencia, investigación y proyección social a partir de la misión, la conduce a la obediencia de sí misma como tradición y proyecto, como institución y comunidad es tradición universitaria desde la premisa que el conocimiento transitorio por la universidad es la que hace posible la Universidad como comunidad y como institución posibilita la reproducción de esas comunidades, y potencia y abriga la sociedad, afirmando la propuesta de Mockus.

Concluyendo que la interpretación de la Misión conduce la cultura académica en la medida que se construya una cultura investigativa a través de la investigación formativa para que florezca una investigación científica productiva y cultura académica, como constructora de conocimiento.

Palabras clave: Investigación, investigación formativa, cultura académica, Educación Superior, Experiencia significativa.

APROXIMACIÓN EPISTEMOLÓGICA A LA METODOLOGÍA EN CIENCIAS SOCIALES: LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA APLICADA AL ESTUDIO DE LA ORGANIZACIÓN DE ACTOS, EL CEREMONIAL Y EL PROTOCOLO

AUTORA

Marta Pulido Polo

Universidad de Sevilla (España)

martapulido@us.es

La organización de actos es una técnica genuina de relaciones públicas (Xifra, 2007 y Otero, 2008) que permite a las organizaciones vehicular un sistema de comunicación bidireccional con sus *stakeholders*, fomentando de este modo la interacción con los públicos clave de su entorno. Asimismo, las teorías relacionistas sobre la bidireccionalidad y la coorientación (Grunig 2000, Xifra 2003, Castillo 2010) hacen posible que la organización de actos, el ceremonial y el protocolo pueden ser analizados desde la función social de las relaciones públicas (Noguero, 1995) por cuanto resuelven la necesidad de las organizaciones de responder a los intereses de la sociedad en la que se encuentra inserta.

En este contexto, resulta pues evidente, que la investigación científica relacionada con la organización de actos, el ceremonial y el protocolo, debe abordarse desde la base epistemológica de las ciencias sociales, principio rector de aquellos estudios que pretendan la consecución de sus objetivos desde la perspectiva de la metodología científica. No obstante, la lectura de determinados trabajos (artículos, tesis doctorales, etc.) de este ámbito de estudio, nos permite observar que muchos de estos trabajos adolecen de un diseño metodológico sólido estructural que cimenten estas investigaciones.

En consecuencia, este trabajo tiene como finalidad realizar una aproximación epistemológica a la investigación científica en ciencias sociales en general, para posteriormente, mostrar los métodos, las técnicas y las herramientas de investigación científica más adecuados para abordar el estudio científico de temáticas relacionadas con la organización de actos, el ceremonial y el protocolo.

Palabras clave: Metodología - Ciencias Sociales – Organización de actos - Ceremonial - Protocolo

PROPUESTA METODOLÓGICA PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN DE CRISIS TERRORISTAS

AUTORA

Cristina Zurutuza Muñoz

Universidad San Jorge de Zaragoza (España)

czurutuza@usj.es

La comunicación en crisis causadas por el terrorismo encierra unas particularidades que hacen necesario abordar su estudio desde un ángulo diferente. El sentido narrativo de un atentado terrorista, su configuración como mensaje violento que busca una respuesta y su búsqueda de ruptura del orden social demandan una fórmula innovadora de análisis y comprensión.

Las metodologías principalmente empleadas en el estudio de este tema han sido cuantitativas y centradas en el contenido de coberturas informativas. Existen también, no obstante, casos en los que la fórmula cualitativa predomina y se supera el enfoque del análisis del comportamiento mediático para centrarse en otros actores del proceso como los ciudadanos o las administraciones.

Esta última forma, si bien ha aportado resultados muy interesantes y enriquecedores, pocas veces se ha sistematizado. El objetivo es, por tanto, formular una propuesta para la sistematización del estudio cualitativo de la comunicación de crisis frente al terrorismo, en concreto, una relectura de la comunicación de crisis terroristas desde las teorías dramatísticas de la comunicación.

El modelo que se propone parte de la teoría dramatística de Kenneth Burke y, en concreto, de su péntada dramatística como herramienta para el estudio de la acción humana. A diferencia de otros modelos para el estudio de la comunicación, Burke no ubica el punto de partida del análisis en el actor-emisor del mensaje, sino en la escena en la que transcurre cualquier transacción comunicativa, y es en esa escena en la que el investigador debe rastrear la interacción entre los cinco elementos de la péntada (actor, acto, escenario, motivos y medios para la acción) para comprender el significado completo de una acción comunicativa dada.

La flexibilidad de la propuesta burkeana como base de esta relectura dramatística permite la entrada de otros autores para la configuración del modelo. A través de sus aportaciones, contribuyen a orientar el criterio del investigador para comprender la comunicación que se da en esa escena. Se trata, en concreto, de Robert L. Heath, Hugh D. Duncan, Robert E. Entman y Richard W. Leeman.

Conjugando las teorías de unos y otros, y siguiendo una progresión inductiva, se establecen una serie de categorías cualitativas de análisis a través de las cuales se configura este modelo. Este método ayuda al investigador al estudio sistemático y guiado de cómo es la comunicación de cualquier actor en un escenario caracterizado por tratarse de una crisis causada por el terrorismo.

En conclusión, esta comunicación presenta una propuesta metodológica para el estudio de la comunicación de crisis terroristas, basada en un análisis cualitativo de la comunicación en la escena. No tiene otra pretensión que la de ser una exégesis epistemológica de la relectura dramatística que subyace al modelo, una explicación del camino que el investigador ha recorrido desde las teorías de Burke hasta la constitución del modelo, presentándolo como una posibilidad más para el estudio de la comunicación de crisis terroristas.

Palabras clave: Comunicación de crisis – Terrorismo – Teoría dramatística – Metodología cualitativa



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

INVESTIGACIÓN 3: Lo último en I+D+i e investigaciones no regladas

APROXIMACIÓN A LA PUBLICIDAD EXTERIOR DESDE LA NEUROCIENCIA: PUNTOS DE CONFLUENCIA

AUTORAS

Eva Brea Franch y Magdalena Mut Camacho

Universitat Jaume I de Castellón (España)

franch@uji.es y mcamacho@uji.es

Existen espacios urbanos donde la presencia de la publicidad exterior ha ido conformando estéticas particulares que, en algunos casos, se han convertido en marcas icónicas de la ciudad. Algunos autores afirman que la historia de la publicidad está ligada a la historia de las ciudades y que la ciudad y su realidad son la razón de ser de la publicidad. Se puede encontrar bibliografía científica que reflexiona sobre la dimensión estética y la percepción del paisaje urbano desde la combinación armónica, donde existen cada vez más evidencias científicas sobre la importancia del ambiente urbano en la calidad de vida de los ciudadanos.

Por otra parte, hay un campo de estudio llamado neuroarquitectura en el que las neurociencias y los estudios de la psicología ambiental demuestran que determinados espacios ayudan en la edad adulta a la producción de nuevas células nerviosas (Eriksson et al, 1998) o que el diseño de los espacios arquitectónicos influyen en los estados emocionales y el comportamiento de los individuos (Bell et al, 2001). La combinación de las neurociencias y la psicología ambiental está permitiendo dar respuesta a preguntas nuevas y a formular otras en las que se introduzcan nuevos campos investigadores.

El objeto de este trabajo es plantear una revisión bibliográfica a todo lo escrito sobre la neuroarquitectura que sirva para construir conocimiento sobre la publicidad exterior. Esta investigación forma parte de una más amplia en la que la unión de publicidad exterior y neurociencia nos aportará soluciones de comunicación que mejoren la calidad del paisaje urbano y la eficacia en la inversión publicitaria de las marcas.

Palabras claves: Publicidad exterior - Ciudad - Neuroarquitectura

LA METODOLOGÍA FEMINISTA EN LOS ESTUDIOS DE COMUNICACIÓN PARA LA PAZ Y EL CAMBIO SOCIAL

AUTORA

Laura Castillo Mateu

Universidad Jaime I de Castelló (España)

laura.castillo@uji.es

La propuesta que esbozamos a continuación se centrará en presentar cuál ha sido la aportación de la metodología de los Estudios Feministas y de Género a los Estudios para la Paz en su vertiente comunicativa. El objetivo con el que desarrollamos el presente trabajo responde a la necesidad de renovar los Estudios de Comunicación y, con ellos, la formación de futuros y futuras profesionales de los medios. Una necesidad que se ha hecho patente a tenor de los cambios del paradigma comunicativo y político que se han desarrollado alrededor de acontecimientos sociales como el 15M, la conocida como Primavera Árabe o los movimientos *Occupy*; hitos en los cuales el feminismo ha constituido un, afortunadamente, incómodo testigo de tales procesos de “cambio” (Gámez Fuentes, 2012)

En este sentido, nuestra propuesta toma como referente la tradición académica de la Cátedra UNESCO de Filosofía para la Paz en la UJI (paraguas que acoge al Instituto Interuniversitario de Desarrollo Social y Paz –IUDESP- en su sede en Castellón, además de los programas de Master y Doctorado en Estudios Internacionales de Paz, Conflictos y Desarrollo), que vincula las líneas de investigación sobre “Comunicación para la Paz y la Solidaridad” con las de “Género y Ética del cuidado”. Entre ambas ramas existe una relación sinérgica que se concreta en la propuesta de “giro epistemológico” de Martínez-Guzmán (2001), en cuyos ejes destaca la necesaria incorporación de la categoría de género como instrumento de análisis discursivo para ver cuando la construcción del conocimiento “ha dejado de lado a las mujeres en nombre de la neutralidad”.

Es, precisamente, a través del análisis del discurso por donde accedemos a la doble articulación de la investigación pazológica (Martínez Guzmán, Comins Mingol y París Albert), en la que conviven y se retroalimentan, por una parte, la dimensión deconstructiva crítica y, por otra, la reconstructiva. Dicho en otras palabras: la denuncia de los diferentes tipos de violencia según Galtung (1995) –directa, estructural y cultural– y el planteamiento de alternativas que transformen los conflictos por medios pacíficos. En concreto, aquí, nos centraríamos en el nivel cultural de la violencia, o la violencia simbólica del discurso de la Modernidad que delimita los marcos de inteligibilidad dominantes (Butler, 2004).

Para ello, se traerá a colación la idea de “performatividad del discurso como expresión comunicativa de la intersubjetividad” (Martínez Guzmán, 2001). Luego, veremos cómo integramos la perspectiva de género de manera transversal en las investigaciones sobre Comunicación para el Cambio Social en aras de reconocer y poner en valor los productos de la cultura mediática representativos de una “pedagogía comunicativa” (Gámez-Fuentes y Nos-Aldás, 2012) que integra las voces y las miradas de la otredad para interpelar los imaginarios culturales dominantes y proponer maneras innovadoras de hacer, ver y conocer.

Palabras clave: Comunicación para el Cambio Social – Metodología feminista – Perspectiva de Género – Estudios para la Paz

LA EXCLUSIÓN FINANCIERA EN EL MUNDO MUSULMÁN

AUTORA

M^a del Carmen de la Orden de la Cruz
Universidad Rey Juan Carlos (España)
carmen.de laorden@urjc.es

En la actualidad, se calcula que hay unos 2.500 millones de personas excluidas financieramente, es decir, más de un tercio de la población mundial. Hay diferentes factores que provocan esa exclusión y, entre ellos, la religión. Este es el caso de la población musulmana creyente frente a la banca convencional ya que ofrece productos y servicios financieros que no cumplen la ley islámica, basada en la prohibición del cobro de interés y la compartición del riesgo de la pérdida o ganancia de los proyectos. Bajo estos principios se ha desarrollado la banca islámica y actualmente se configura como una de las herramientas de lucha contra la exclusión financiera y no sólo de la población musulmana.

Este trabajo hace una revisión general de los factores y causas de la exclusión financiera, y de las iniciativas y herramientas que se han llevado a cabo para reducirla. En concreto, se centrará en una de las alternativas disponibles como lo es la banca islámica. Actualmente es una realidad en todo el mundo, que ha demostrado la viabilidad de este tipo de instituciones que desarrollan la actividad financiera cumpliendo con los preceptos del Islam. Así, se considera actualmente como un ejemplo de banca ética, configurándose también como una alternativa para aquella población no musulmana que demanda un compromiso social y ético en su actividad.

De este modo, el potencial de este tipo de instituciones es muy fuerte ya que se prevé que en el año 2050 un tercio de la población mundial sea musulmana y prácticamente igualará al número de cristianos.

Palabras clave: Exclusión financiera – Inclusión financiera - Responsabilidad social – Banca Islámica

CONSIDERACIÓN CIENTÍFICA DE LA EMPRESA INFORMATIVA

AUTOR

Pedro García-Alonso Montoya

Universidad Complutense de Madrid (España)

pedro.garciaalonso@gmail.com

Desde la introducción del planteamiento kantiano con la Crítica, la Teoría del Conocimiento o la Gnoseología, toda estudio de una disciplina científica debe partir de una justificación razonada y demostrada de su capacidad, alcance y valía cognoscitiva. No sirve cualquier tipo de conocimiento para asumir el rango constitutivo de toda una Ciencia. En las ‘Ciencias de la Información’, o más modernamente denominadas ‘Comunicación’, científicamente estudiamos como objeto la transmisión de contenidos, mediante los medios informativos y la comunicación pública del saber.

Nuestro nuevo mundo del tercer milenio, pivota y gira especialmente en torno a este aspecto social y humano, del transvase de informaciones publicitarias, políticas, comerciales... hasta el punto de ser por ello bautizado como ‘Era de la Comunicación’. Es totalmente incuestionable que hoy podamos potencialmente comunicarnos prácticamente de modo directo con cualquier entidad o individuo. Multitud ingente de datos lo avalan. No obstante, no basta con mostrar un acontecimiento, para sólo con ello pretender que su estudio pueda independizarse y constituir un modelo científico propio, plenamente segregado de la sociología, o de la psicología, o de la historia... capaces de estudiarlo como otro más de los fenómenos que el transcurso de los acontecimientos transforman el tiempo, las civilizaciones, las comunidades o los caracteres humanos.

El estudio de las Empresas Informativas, asumido como materia de investigación científica y de docencia superior, planteado desde una perspectiva periodística, enlaza con otras áreas científicas muy próximas, tan incuestionables hoy como puedan ser la Economía de la Empresa, el Comercio y el Márketing, la organización productiva, la Publicidad y la doctrina jurídica mercantil.

En esta ponencia se pretenden afianzar los puntos clave que demuestran el carácter plenamente científico del Área de la Empresa Informativa, tanto de su objeto de estudio, como de sus fuentes y método, así como de sus escuelas y enfoques, sin omitir sus creadores y autoridades que lo iniciaron y los expertos profesores e investigadores que hoy la acreditan. La Empresa Informativa es un conocimiento científico, de carácter específico, que se atreve a plantear cuestiones desde un conocimiento teórico-práctico, contribuyendo a aumentar el conocimiento y a formar las destrezas y las mentes de los estudiosos en la materia. Su estructura y su orientación facilitan igualmente el ejercicio del periodismo profesional. Sus contenidos proporcionan nociones imprescindibles para afianzar el funcionamiento de los medios y de la actividad periodística.

Esto lo demuestra más aún la digitalización global de nuestro mundo por la Web. Las nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) han transformado el sector, dando a sus usuarios o consumidores una capacidad productiva y difusora enormes, impensables hace muy poco tiempo, potenciando la capacidad de elección, la riqueza de planteamientos y libertad de opinión de sus públicos hasta grados incalculables. Las TIC incluyen “un conjunto de innovaciones tecnológicas pero, también, las herramientas que permiten una redefinición del funcionamiento de la sociedad” (López y Villafañe, 2010: 11). Por eso no conviene olvidar que la aplicación de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación, afecta radicalmente a saberes organizacionales y de la gestión del conocimiento.

Palabras clave: Empresa informativa – Conocimiento científico - TIC – Ciencias de la Información

MÉTODO DE ANÁLISIS DE INVESTIGACIÓN APLICADO A ÁLBUMES ILUSTRADOS INFANTILES ACTUALES

AUTORA

M^a Carmen Hidalgo Rodríguez
Universidad de Granada (España)
hidalgor@ugr.es

En este trabajo se presenta un método de análisis diseñado para el Proyecto de I + D “Excelencia” titulado *Multiculturalismo y Exclusión Social en Imágenes Infantiles: Ilustración y Pedagogía*, presentado y concedido por el Ministerio de Economía y Competitividad en la convocatoria de 2014 en su primera fase de adjudicación. Pretendemos investigar los recursos artísticos, plásticos y semánticos dirigidos al público infantil dentro del respeto a "lo diferente" en las publicaciones infantiles españolas.

Desde hace años existen algunas iniciativas que proponen publicaciones concretas para luchar contra diferentes injusticias sociales: sexismo, racismo, maltrato. Como objetivo principal se intenta conseguir un catálogo de instrumentos artísticos que sirvan a la integración social tanto de niños de otras culturas como con deficiencias físicas o psíquicas, y siempre atendiendo a la igualdad de sexos. Para ello se hará un estudio exhaustivo de las ilustraciones publicadas en España en los últimos diez años y que por tanto componen las bibliotecas públicas y escolares. Las relaciones de estas imágenes con los textos que las sustentan será uno de los ejes de la investigación. El proyecto además se centra en:

-Utilización de las imágenes y publicaciones infantiles para la inclusión social de razas desfavorecidas, especialmente y debido al ámbito geográfico en el que nos situamos, la magrebí, la gitana, la sudamericana y en menor medida la subsahariana.

-Diseño de instrumentos pedagógicos que favorezcan la integración y que se basen en álbumes ilustrados para niños donde la ilustración juegue un papel fundamental.

La investigación se centra en las imágenes y el contenido transmitido en álbumes ilustrados infantiles publicados en España en la última década. Una vez rastreadas las editoriales especializadas en el público infantil más relevantes de nuestro país, seleccionaremos una muestra representativa de estas publicaciones que transmitan los valores que andamos buscando para proceder a su análisis. De esta manera se hace imprescindible, en una primera fase, la elaboración de un método de análisis que recoja todas las variables sintácticas y semánticas que nos interesan. Además es fundamental que este sistema de análisis esté elaborado en un software específico que facilite tanto la recopilación de la información como el recuento y la extracción de resultados tras la formulación de cuestiones derivadas de los objetivos planteados. Los resultados obtenidos más relevantes serán expuestos gráficamente con el fin de facilitar la comprensión de los mismos.

En este artículo presentamos el método de análisis elaborado así como los primeros resultados extraídos de una primera fase de análisis que nos sirven sobre todo para corroborar el método de trabajo seguido.

Palabras clave: Método de análisis – Ilustración infantil – Álbum ilustrado – Integración racial – Inclusión social

CONFIANZA, ESTADO DE DERECHO Y EMPRENDIMIENTO

AUTOR

Alfonso Miguel Márquez García

Universidad de Jaén (España)

mmarquez@ujaen.es

La confianza aparece como un elemento fundamental en las relaciones (Deutsch, 1958), tanto personales como económicas, y componente fundamental del capital social (Coleman, 1988; Fukuyama, 1995; Putnam, 2002). De hecho, se la considera como una de las variables básicas en cualquier interacción humana (Gambetta, 1988), y un fenómeno universal (Huemer, 1994). En el ámbito de la creación de empresas la confianza del individuo es una variable clave (Welter y Smallbone, 2006; Welter, 2012) al influir sobre sus actitudes, normas subjetivas y control percibido (Ajzen, 1991). Asimismo, la ética y el cumplimiento de la normativa legal se configuran como variables relevantes. Aunque desde una perspectiva jurídica positivista los valores no pueden conocerse objetivamente, éstos no son externos a la reflexión jurídica. De hecho, valores como la libertad, justicia, igualdad,... son los inspiradores de las leyes y normas, y se sitúan en el centro del ordenamiento. En particular, la confianza está muy relacionada con el concepto de buena fe que constituye uno de los principios generales del derecho.

El Estado de Derecho reconoce, protege y tutela una serie de derechos en diferentes niveles: individuales, relacionales, generales. Sin embargo, la aplicación de la ley puede no ser el procedimiento más adecuado para proteger los derechos y expectativas, pues en la mayoría de las ocasiones será un método lento, caro, y con resultados también sujetos a cierta incertidumbre. Ante esta situación, Blomqvist (1997) pone de manifiesto el papel limitado del Derecho y sugiere la importancia de la ética como base en el desarrollo de los intercambios. Los fundamentos éticos del intercambio y la contratación incluyen aspectos como la equidad, responsabilidad, compromiso y confianza (Blomqvist, 1997, 275). Así, la confianza y el control social junto con las potenciales sanciones no legales (p. ej., ridículo, pérdida de la consideración y ayuda del otro, ostracismo, etc.) pueden ser importantes suplementos al control legal (Macaulay, 1963; Luhmann, 1996).

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre confianza y Estado de Derecho a nivel de país, y su influencia sobre la actividad emprendedora. La Encuesta Mundial de Valores (WVS) permite obtener información sobre la confianza genérica, el oportunismo y la confianza en instituciones en 59 países. El World Justice Project ofrece información sobre el Estado de Derecho en 102 países, empleando 8 indicadores, y el Global Entrepreneurship Monitor (GEM) sobre actividad emprendedora en más de 100 países.

Según la UNESCO (2002) la educación no es un fin en sí misma, sino que es un instrumento clave para que se produzcan los cambios en el conocimiento, valores y comportamientos necesarios para lograr la sostenibilidad y la estabilidad dentro y entre países, la democracia, la seguridad y la paz. Con este objetivo, y desde una perspectiva autopoiética (Luhmann, 1997) la sociedad, y su sistema educativo se reorientan para cubrir estas necesidades (justicia, confianza y emprendimiento) que son relevantes para hacer posible un desarrollo sostenible.

Palabras clave: Confianza – Estado de Derecho – Emprendimiento – Instituciones – Educación

INVESTIGACIÓN ACERCA DE LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA RESPECTO AL CEO. CASOS DE EMPRESAS ESPAÑOLAS

AUTORES

José Gabriel Mira Agulló, Beatriz Peña Acuña y María Concepción Parra Meroño

Universidad Católica San Antonio (España)

jgmira@ucam.edu, bpena@ucam.edu y mcparra@ucam.edu

En esta disertación se muestra cual es la tendencia en dirección de comunicación de la estrategia de construcción del CEO (Chief Executive Officer) en las empresas. De hecho, se trata de un tema de investigación en I+D, a nivel europeo, por su interés empresarial, tal y como se puede corroborar en el estudio “European Communication Monitor 2014”, realizado por la asociación Europea de Directores de Comunicación (eacd-online.eu).

Se entiende que la imagen de esta figura central en la empresa (CEO) repercute tanto en la comunicación interna como en la comunicación externa, de modo que es un factor que fortalece la imagen corporativa de la empresa y así se expone de un modo teórico. Por tanto, el cuidado de la imagen de la cabeza visible de la institución pretende tanto una fidelización de los empleados como de los clientes (y resto de stakeholders).

En este trabajo se analizan los casos de varias empresas españolas del sector agroalimentario, siguiendo la metodología del caso y en concreto, del estudio de caso llamado múltiple. Las empresas seleccionadas, para esta exposición, no solo han sobrevivido a la crisis actual sino que, además, continúan su expansión nacional e incluso internacional.

En este estudio se realizará una descripción de la empresa y se facilitarán una serie de datos económicos para que se pueda apreciar su envergadura. Seguidamente se describirá el plan de comunicación que siguen o tienen establecido, es decir, se identificarán tanto los instrumentos y estrategias de comunicación interna, como los de comunicación externa. Del mismo modo, se tendrán en cuenta los canales que han dispuesto para la comunicación horizontal, vertical y transversal, y cómo está prevista y se desarrolla la comunicación formal y si se identifica y se tiene en cuenta la informal. Se atenderá especialmente a la figura del CEO y a su recorrido personal. Y por último, se estudiará de qué herramientas se dispone –especialmente las que incluyan nuevas tecnologías- desde la dirección de comunicación, para fortalecer la imagen corporativa y el liderazgo dentro de la empresa.

Palabras clave: Liderazgo - CEO - Empresa - Redes sociales - Nuevas tecnologías

LÍNEAS DE I+D+i EN MATERIA DE BIOMASA PARA LA INDUSTRIA ENERGÉTICA EN LA UNIÓN EUROPEA

AUTOR

José Pablo Paredes Sánchez
Universidad de Oviedo (España)
paredespablo@uniovi.es

La demanda creciente de energía y el carácter limitado de los recursos energéticos tradicionales, como el carbón o el petróleo, constituye una preocupación para el suministro energético mundial. Un problema adicional, que es preciso solucionar, es la emisión durante su combustión de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

Las fuentes de energía renovables juegan un papel clave para mitigar los impactos del calentamiento global y la dependencia energética en la actual política energética de la Unión Europea (UE). La UE viene adoptando medidas para estimular el uso de la biomasa, como el “Plan de Acción sobre la Biomasa”. Esta situación permite que la producción de energía primaria con biomasa en la UE alcanzara las 80,1 Mtep en 2010.

En la actualidad, los Estados Miembros Europeos deben establecer los mecanismos necesarios a través de los denominados “Planes de Acción de Energías Renovables” (PANER) para incrementar el aprovechamiento de la biomasa con el objetivo puesto en el año 2020. En una Europa donde el principal productor de energía primaria con biomasa sólida es Alemania con 12,2 Mtep seguido de Francia con 10,5 Mtep, España ocupa el sexto lugar, pues la biomasa supone apenas un 42,2 % de la producción primaria con energías renovables, lejos del 67,6 % de la UE-27. La tendencia marcada, ya sea tanto en aplicaciones térmicas como eléctricas, es su crecimiento sostenido.

En base a este contexto, el objetivo de la presente trabajo es analizar el potencial energético de la biomasa como recurso energético para el desarrollo de aplicaciones industriales. Para ello, se presentan Proyectos de Investigación, Desarrollo e Innovación (I+D+i) que contribuyan al “Desarrollo Energético Sostenido y Sostenible” teniendo en cuenta tres pilares fundamentales Economía, Tecnología y Política.

La seguridad en el suministro y la sostenibilidad medioambiental son dos cuestiones importantes en relación con el uso de biocombustibles en la industria. Las tecnologías de aprovechamiento eficiente contribuyen a la gestión sostenible de los recursos. En algunos casos, pueden llegar a transformar residuos (“wastes”) en nuevos recursos (“resources”). El almacenamiento de energía como biomasa se produce principalmente en entornos agrícolas y forestales. Esta situación, pone en disponibilidad un recurso renovable capaz de limitar los efectos ambientales y económicos nocivos derivados del aprovechamiento energético de los combustibles fósiles. En este sentido, la industria, especialmente la agro-alimentaria demanda de nuevas líneas de trabajo e investigación sobre bioenergía, pues consume el 70,3 % de la energía de biomasa que se produce en España.

Palabras clave: Biocombustible – Energía – Industria – Investigación

TÉCNICAS 3D EN SERIES DE ANIMACIÓN TELEVISIVAS

AUTOR

Jesús Pertíñez López
Universidad de Granada (España)
jplopez@ugr.es

El auge de la animación en el mundo ha venido de la mano del desarrollo de tecnologías que han abaratado significativamente los costes de producción. En pocos años, la técnica de 3D está al alcance cualquier estudio de animación y por tanto, ha servido para inundar el mercado de productos audiovisuales de diversa calidad.

Durante años, el Grupo de Investigación “Forma y Contenido en Dibujos Animados” de la Universidad de Granada, ha estado analizando las series de televisión que se emiten en España, tanto en canales generalistas como temáticos (17 en total, en horario de 6 a.m. a 22 p.m) dando como resultado un enorme cúmulo de datos que nos permiten comprobar de forma certera cómo ha evolucionado la animación en España. El análisis que hemos realizado incluye más de 200 series de animación, a las que hemos aplicado una tabla de análisis que contiene nueve aspectos principales de creación audiovisual, desde la creación de personajes, técnicas artísticas, color, mensajes... a la banda sonora.

Son dos los aspectos que nos interesan: en primer lugar, la técnica de realización, es decir, la forma de creación del 3D. Las herramientas nos ayudan a la construcción de personajes, escenarios y movimientos, automatizando muchos de los procesos de creación. Esta técnica ha servido para dotar a los personajes de un movimiento más realista y permitir mas movimientos de cámara que hasta hace poco eran impensables en animación. Pero lo que puede ser una ventaja por el ahorro de tiempo y presupuesto, se convierte en un problema de homogenización estética que hay que evidenciar.

Por otro lado, queremos comprobar de qué forma técnica y mensaje se condicionan, qué tipo de valores y comportamientos nos transmiten los personajes creados con técnicas 3D. Esto está relacionado con las cadenas de televisión que abogan más por esta técnica frente a otras que defiende la animación tradicional o experimental.

Nuestra contribución se completa con una defensa de las técnicas 3D que apuestan por la originalidad e innovación demostrando que sus posibilidades son enormes frente a aquellos estudios que priman la utilización de estereotipos artísticos. No olvidamos que el núcleo de nuestra investigación está destinado a niños y debe servir, además de entretenimiento para su formación estética. Este trabajo ha sido financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia a través de dos Proyectos de I+D+I consecutivos.

Palabras clave: Animación – Televisión – 3D – Mensajes - Creatividad

EL TUMOR EN LA ECONOMÍA: UN ANÁLISIS METAFÓRICO EN EL PERIODISMO ECONÓMICO

AUTOR

Ismael Ramos Ruiz

Universidad de Granada (España)

iramos@ugr.es

La información económica es un contenido indispensable en los medios de comunicación, y concretamente, en la prensa digital y en papel. Asimismo, la actual crisis económica ha provocado que los asuntos económicos adquieran gran relevancia e impacto social y, por consiguiente, una gran presencia en estos medios, ya que son temas que afectan directamente a la gente. El periodismo pues tiene como objetivo la trasmisión de información de un emisor a un receptor. Es por ello que uno de los recursos lingüísticos empleados en dicho proceso comunicativo es la metáfora, que ha sido ampliamente estudiada desde hace siglos como un recurso estilístico, y en las últimas décadas, con el desarrollo de la Ciencia Cognitiva, como un recurso lingüístico y cognitivo.

Actualmente, la metáfora es considerada como un componente de la estructura cognitiva (Tercedor *et al* 2012) que está presente en nuestra vida cotidiana (Lakoff y Johnson 1980) y nos permite comprender y conceptualizar el mundo que nos rodea. Asimismo, empleando las metáforas, podemos expresar la realidad de otra forma, como un proceso de variación léxica; o expresar nuevas realidades, mediante la creación léxica.

La metáfora, al estar presente en nuestra vida cotidiana, es un fenómeno ampliamente utilizado en el lenguaje especializado y no especializado. Por tanto, forma parte del lenguaje periodístico. Asimismo, se ha observado que no sólo se emplea en las metáforas el dominio médico como dominio fuente mediante algunos conceptos concretos, sino que el dominio médico es empleado en su conjunto a través de las distintas categorías de enfermedades, como las Enfermedades infecciosas (Ramos 2015).

En este trabajo, analizamos las metáforas médicas del campo de los Tumores. En primer lugar, basándonos en la Lingüística de corpus, realizamos una búsqueda metafórica en el corpus de textos. Y, en segundo lugar, llevamos a cabo un análisis fraseológico: sintáctico y semántico de las metáforas encontradas para estudiar las combinaciones léxicas que se dan en este campo médico. Para ejemplificarlo, observamos la siguiente oración en la que encontramos el término «tumor maligno, acompañado por otros términos, como «cáncer» o «extirpar», entre otros.

*[...] la creación de un 'banco malo' que permitiría limpiar el balance de los principales bancos irlandeses, contaminados hasta el tuétano, y extirpar el **tumor maligno** que el cáncer inmobiliario estaba provocando en los dos pulmones financieros de la isla [...].*

Palabras clave: Economía - Prensa - Metáforas - Vocabulario médico

EQUIPOS DIRECTIVOS Y GESTIÓN DE POLÍTICA TIC EN CENTROS DE PRIMARIA Y SECUNDARIA: EL CASO DE LA COMUNIDAD AUTONOMA ANDALUZA TRAS LA SUPRESIÓN DEL PLAN ESCUELA TIC 2.0

AUTORES

Manuel Rodríguez López y Mercedes Llorent Vaquero

Universidad de Sevilla (España)

rodri@us.es y mllorent@us.es

El interés por la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en diversos ámbitos de la vida humana ha venido incrementándose en las últimas décadas. En el campo educativo, los esfuerzos iniciados por los distintos gobiernos a nivel nacional, autonómico y local por la adaptación de la escuela a los retos planteados por la Sociedad del Conocimiento ha quedado patente a través de las distintas políticas educativas que se orientan a la eficiencia en este complejo proceso. De este modo, hemos asistido a iniciativas políticas de diversa índole, siendo las más extendidas en los últimos años los modelos 1:1, cuyo objetivo principal es dotar a las escuelas de medios tecnológicos como vía de acceso a las transformaciones deseadas. No obstante, estas iniciativas han encontrado un obstáculo significativo en la crisis económica mundial, a causa del importante desempeño económico que suponen.

Como parte de un Proyecto aprobado y financiado por el Plan Nacional de I+D+i (EDU2010-17037, “Las políticas de un «ordenador por niño» en España. Visiones y prácticas del profesorado ante el Programa Escuela 2.0. Un análisis comparado entre Comunidades Autónomas.”), esta aportación propone una aproximación al estudio de las políticas que median estos procesos. La investigación se centra en una de las comunidades autónomas españolas con más trayectoria política en los procesos de integración de las TIC en los centros educativos: Andalucía. Específicamente, este trabajo describe la situación actual en políticas educativas TIC, tras la supresión del Plan Escuela TIC 2.0, basado en el modelo 1:1. En este sentido, el análisis se centra en caracterizar cómo los Equipos Directivos de los centros educativos han abordado los distintos objetivos marcados por el Plan Escuela TIC 2.0 una vez extinguido. Estos objetivos se enmarcan en cuatro grandes líneas de actuación: Formación del profesorado; Dotación y mantenimiento de los recursos TIC del centro; Organización del centro para el uso de las TIC; e, Integración de las TIC en el proyecto de centro.

Los resultados además encuentran relación entre los aspectos estudiados y dimensiones como si el centro participa en algún programa de innovación relacionado con TIC, si el centro incentiva la formación permanente del profesorado en TIC o si la mayor parte del profesorado recibe o ha recibido formación en TIC, entre otras.

Palabras clave: Política Educativa – Tecnología Educativa – Políticas de Escuela – Análisis de políticas

GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN SUSTENTABLE EN UNA INDUSTRIA CEMENTERA DEL ESTADO ZULIA-VENEZUELA

AUTORAS

Sofía Elena Storey Contreras y Belinda Elena Colina Arenas

PDVSA de Maracaibo (Venezuela)

sofiastoreycontreras@gmail.com y belicolina@gmail.com

El origen de los problemas de escasez de agua, contaminación atmosférica, afectación de los suelos y la precariedad del estado de los bosques en el mundo, está relacionado con la ética con la cual el hombre ha tomado las decisiones sobre el uso de los recursos naturales a lo largo de la historia de la humanidad. La aceleración en la escasez de los recursos naturales en el mundo impone nuevas dinámicas en la gestión de los mismos no sólo para la vida, sino para garantizar el desarrollo humano. Un ejemplo de ello es que, un aspecto medular de estos recursos lo constituye el agua y su adecuada gestión. Aunque las estadísticas relacionadas con el uso de este preciado líquido a nivel mundial reflejan, que el consumo de agua por parte de la industria sólo representa alrededor del 3%, las empresas deberán comprometerse realmente en la búsqueda de soluciones.

Esto exige el diseño y ejecución de agendas en las naciones para la revisión de las políticas ambientales, de ciencia y tecnología dirigidas al establecimiento de mecanismos de control, al tiempo que obliga a definir las políticas internas de las compañías y de las organizaciones a fin de que realicen innovaciones no solo para ser competitivos técnico económicamente, sino que se innove para ser sustentables, y para garantizar estándares de ecoeficiencia.

La presente ponencia tiene como objetivo general analizar la gestión de la innovación sustentable en una industria cementera del estado Zulia-Venezuela, con la finalidad de validar en qué medida el nivel gerencial toma decisiones acertadas con el propósito de generar innovaciones sustentables. Se empleó el método de estudio de caso, sustentado en un trabajo de campo, entrevistas e investigación documental de textos especializados y consultas a internet.

Entre sus resultados se destaca que:

1. La gerencia está altamente comprometida con la visión de administración sustentable de los recursos naturales, evidenciada en la inversión en tecnología para el control de emisiones atmosféricas, la obtención de certificaciones ambientales, la selección de personal con altos niveles de formación en el tema ambiental, desarrollo de una cultura en pro del ambiente que involucra al personal y la comunidad.
2. Dispone de una cartera de proyectos orientados a la protección del ambiente.
3. Mantiene relaciones estrechas con la comunidad dirigidos al desarrollo humano, y con el Estado relacionados a la mejora continua de los procesos ambientales. Como conclusión puede afirmarse que esta empresa posee características idóneas para la administración de recursos bajo estándares de ecoeficiencia. Sin embargo, un aspecto a mejorar es que es preciso revisar de qué manera el Estado articula sus mecanismos de control con las empresas con el propósito de acelerar la implementación de más y mejores medidas de prevención, cónsonas con las políticas de preservación y resguardo del ambiente implementados por esta empresa y con sus proyectos de innovación sustentable.

Palabras clave: Gestión de la Innovación Sustentable - Ecoeficiencia - Desarrollo Humano - Políticas Ambientales - Industria de Cemento

USOS SOCIALES DE LAS TIC QUE HUMANIZAN Y DESHUMANIZAN

AUTORAS

Olivia Velarde y Begoña Ballesteros

Universidad Complutense de Madrid (España)

ovelarde@ccinf.ucm.es y begoballesteros@ccinf.ucm.es

Esta ponencia presenta algunos resultados de la investigación I+D+I, “La producción social de comunicación y la reproducción social en la era de la globalización”, llevada a cabo por el grupo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid “Identidades Sociales y Comunicación”.

Desde una perspectiva macrosociológica y sociohistórica, en la mencionada investigación se analizan algunos de los vínculos existentes entre el cambio social y la transformación de la comunicación. La metodología ha consistido en un análisis sistemático de los discursos científicos existentes en la literatura especializada, en la que se reflexione a propósito de la implicación de la comunicación en la producción y en la reproducción de las sociedades. En concreto, se ha identificado el repertorio de concepciones alternativas utilizadas para explicar esa implicación, con el objetivo general de comprender cómo es el bosque teórico que ha crecido en el espacio globalizado de la comunicación. Porque al quedar oculto por la exuberancia de los árboles no se manifiesta en toda su dimensión al observador del estado del arte.

Hemos comprobado que una parte de las transformaciones descritas en esas publicaciones, se refieren a los efectos de los usos sociales de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) en la humanización. Ese es el objeto de estudio que abordamos en esta ponencia. Los resultados que ahora presentamos se refieren específicamente al encuentro de “las humanidades” con los usos sociales de las TIC. Hemos observado que están implicadas en la difusión de las dimensiones humanizadoras de las innovaciones técnicas, en la perspectiva de la revolución digital en curso. Mostramos que estos análisis movilizan producción científica multidisciplinaria e interdisciplinaria que dinamiza las ciencias humanas y sociales. El repertorio de efectos relativos a la humanización que identificamos en estas fuentes, repercuten tanto en la antropogénesis como en la sociogénesis. Además, estas representaciones de un futuro más humano, basado en la información y el conocimiento compartidos, tienen un vínculo con la historia de las ideas que describimos en esta ponencia.

Palabras clave: Humanismo – Humanización – TIC – Publicaciones científicas – Cambio social



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

MISCELÁNEA 1:

Redes, arte y comunicación persuasiva

PROMOCIÓN TURÍSTICA 2.0. ANÁLISIS DE LA INTERACTIVIDAD Y PARTICIPACIÓN EN LAS REDES SOCIALES GUBERNAMENTALES DE IBEROAMÉRICA

AUTORES

Verónica Paulina Altamirano Benítez, José Miguel Túñez López y Karina Paola Valarezo González

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador) y Universidad Santiago de Compostela (España)
vpaltamirano@utpl.edu.ec, miguel.tunez@usc.es y kpvalarezo@utpl.edu.ec

El aporte del turismo como un eje promotor de desarrollo social y económico se fortalece en el ámbito internacional gracias al surgimiento de nuevos destinos turísticos, con lo cual la actividad se ha convertido en uno de los sectores económicos de más amplio crecimiento a nivel mundial. Por esta razón la comunicación turística 2.0 adquiere especial relevancia y es aprovechada por los Gobiernos Nacionales de los 22 países de Iberoamérica como una plataforma para la promoción y difusión de su oferta.

El objeto de estudio de la presente investigación es analizar la participación e interacción de los viajeros frente a la oferta presentada en los canales oficiales utilizados para la promoción y difusión turística de los organismos gubernamentales de Iberoamérica. Para lo cual se utilizó una combinación de metodologías cualitativas y cuantitativas aplicadas a partir del monitoreo de los portales Web y las Redes Sociales (Facebook, Google +, Twitter, Flickr, Instagram, Pinterest y YouTube) oficiales.

Entre los principales resultados de la investigación se destaca la convergencia digital de la comunicación turística en la que se evidencia como la oferta turística se adapta a los diferentes formatos digitales, lo cual provoca diferentes reacciones en los turistas 2.0, que varían en relación a los contenidos publicados y las herramientas utilizadas.

Palabras clave: Promoción turística - Lo 2.0 - Redes sociales - Redes sociales gubernamentales

EL PROYECTO *PATRIMONIOSN* DE LA ORQUESTA SINFÓNICA DE NAVARRA SOCIAL

AUTOR

Marcos Andrés Vierge
 Universidad Pública de Navarra (España)
marcos.andres@unavarra.es

Este texto informa sobre una experiencia de trabajo iniciada en 2014 por la Universidad Pública de Navarra a través de la modalidad de un contrato de investigación para la Orquesta Sinfónica de Navarra. El objetivo fundamental de dicho contrato consiste en la recuperación, conservación y divulgación de patrimonio musical de Navarra, exhibido o interpretado en el territorio donde surgió o con el que se relaciona contextualmente. De esta manera, el trabajo se fundamenta en los ejes estructurales que han determinado tradicionalmente las políticas en torno a la gestión de los bienes patrimoniales artísticos y musicales. Pero además, con criterios más actuales, el proyecto busca la relación territorial y contextual con la música exhibida, así como su divulgación a través de *Internet*, lo que responde a la dinámica general en los últimos años de las orquestas sinfónicas, que utilizan el espacio virtual de manera cada vez más relevante en sus políticas de difusión y comunicación.

El proyecto *Orquesta Sinfónica de Navarra Social* surgió en 2013 con el objetivo de hacer de la Orquesta Sinfónica de Navarra una institución con más proyección en ámbitos sociales, educativos y culturales. *Universosn*, vinculado al Planetario de Pamplona, *Relacionadosn*, proyectado hacia la exclusión social, *Trotamundosn*, asociado a una localidad de Navarra, *Civivosn*, relacionado con barrios de Pamplona, *Emisariosn*, proyecto de colaboradores no profesionales y finalmente, *Patrimoniosn*, son las actividades o subproyectos de la *Orquesta Sinfónica de Navarra Social*. Se trata por tanto de acciones “socioeducativas” y culturales características de las orquestas de nuestra época tal y como atestigua la bibliografía.

Patrimoniosn consiste en el asesoramiento sobre obras musicales inéditas u olvidadas y merecedoras de ser recuperadas, así como en todas las tareas necesarias para su proyección en concierto. El signo distintivo del proyecto radica en el entorno en el que es exhibido. La experiencia comenzó el año pasado con la recuperación de dos obras del Archivo de la Real Colegiata de Roncesvalles, sitio emblemático del Camino del Santiago, donde tuvo lugar un concierto que permitía comprender la verdadera dimensión del patrimonio musical cuando lo relacionamos con un territorio, un patrimonio monumental y también geográfico. En el año 2015 el proyecto continúa con la recuperación de una obra orquestal del compositor navarro, nacido en la no menos emblemática ciudad de Olite, Jesús García Leoz. Los dos trabajos sobre los que da cuenta el presente texto no hubieran sido posibles sin la colaboración de diferentes personas que representan a entidades diferentes: la Orquesta Sinfónica de Navarra, la Universidad Pública de Navarra, el Conservatorio Superior de Música de Navarra, el Archivo General de Navarra, la Real Colegiata de Roncesvalles y la Sociedad General de Autores. Todo ello parece representar la idea actual de que solo lo verdaderamente compartido es un bien patrimonial.

Palabras clave: Patrimonio Musical - Difusión Musical - Fundación Pablo Sarasate - Orquesta Sinfónica de Navarra - Orquestas Sinfónicas

LA COMUNICACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: UNA MIRADA CRÍTICA

AUTORA

Victoria T. Bazaine Gallegos

Universidad Complutense de Madrid (España)

vbazaine@ucm.es

Bajo el nombre de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se cobija la práctica de autodeterminación por la cual se asumen “voluntariamente” ciertos principios éticos frente a la sociedad –*vgr.* transparencia, equidad, respeto, justicia, etc.-. Sin embargo, al tiempo que toma fuerza este discurso como símbolo de nueva conciencia en los negocios, numerosas contradicciones en la actuación de corporativos compromete la credibilidad del ideario ético desatando sospechas: desde la década de los 90 en el siglo pasado y a lo largo de este segundo milenio resulta casi imposible disociar al sector privado de los escándalos donde despilfarro, fraude, corrupción o soborno son portada recurrente en medios masivos de comunicación.

La razonable duda que surge frente a este escenario es si la pretendida formulación de nuevas y mejores prácticas verdaderamente se plantea mejorar a la sociedad o sólo incrementar ganancias (por ejemplo reputación/legitimación) a cualquier precio, incluso el de engañar.

Aún no está claro si estas manifestaciones de “conciencia” son moda transitoria o parte del inicio a un proceso continuado en el tiempo; lo cierto es que la comunicación abocada a divulgar esta “filosofía responsable” comparte la indefinición, en este caso respecto a su cometido, razón de ser, funciones específicas, normas y ámbitos de influencia: a veces persuade, otras informa, algunas manipula percepciones y, generalmente, pierde identidad estableciendo relaciones simbióticas con áreas complementarias como el marketing y las relaciones públicas.

Numerosos encuentros, publicaciones y foros de discusión ceden amplios espacios al tema de la comunicación de la RSC y, sin embargo, sus igualmente numerosos preceptores difícilmente ofrecen una panorámica esclarecedora de sus compromisos al frente de la tarea de producir mensajes. Con un protagonismo indudable en tiempos donde identidad, imagen corporativa y RSC son inseparables, la comunicación parece estar atrapada entre contradicciones y usos instrumentales.

En este artículo se pretende exponer una serie de elementos de reflexión en torno a la comunicación de la Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial. Desde una mirada crítica se pondrá el foco de atención en su papel como elemento imprescindible en el tejido de nuevas relaciones entre empresa-sociedad y la importancia que ese diálogo tiene para la construcción de entornos más justos, sostenibles y humanizados.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa - Responsabilidad Social Empresarial - Comunicación - Empresa - Reputación

DISEÑO DE ILUMINACIÓN PARA CONSERVACIÓN DE OBRAS DE ARTE. EL CASO DEL PROYECTO ZEUS

AUTORES

Anto J. Benítez, Daniel Vázquez Moliní y Antonio Álvarez Fernández -Balbuena
Universidad Carlos III de Madrid y Universidad Complutense de Madrid (España)
abenitez@hum.uc3m.es, dvazquez@ucm.es y antonioa@ucm.es

El Proyecto ZEUS, Sistema de caracterización y proyección de iluminación espectro espacial en obras de arte, está financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (HAR2012-31929).

La exposición a la radiación, incluida la radiación lumínica, deteriora las obras de arte. El diseño de iluminación para la exposición de las obras de arte pertenecientes al patrimonio cultural de una comunidad debería cumplir dos funciones esenciales: crear la atmósfera adecuada para poder contemplar la obra en las mejores condiciones y tratar de minimizar los daños potenciales para los materiales que la componen, aplazando su deterioro y ampliando al máximo sus plazos de conservación. Para conseguirlo, habría que contar con luminarias capaces de iluminar una obra de forma inteligente, evitando las longitudes de onda más dañinas en cada punto de su superficie.

El proyecto integra a instituciones implicadas en la conservación y difusión del patrimonio cultural (Instituto del Patrimonio Cultural Español, Centro Nacional de Arte Museo Reina Sofía, Universidad Complutense de Madrid) y a investigadores en Comunicación y Tecnología Audiovisual (Universidad Carlos III), trata de encontrar soluciones válidas a esta dicotomía entre exhibición y conservación. El Equipo de Iluminación y Color del Grupo Complutense de Óptica Aplicada de la Escuela de Óptica de la Universidad Complutense de Madrid ha desarrollado el conocimiento y los procesos técnicos necesarios conseguir estas metas. Han trabajado en importantes obras como son El Pórtico de la Gloria de la Catedral de Santiago de Compostela, la Sala de Polícromos de la Cueva de Altamira o el Guernica de Pablo Picasso.

En estas líneas se exponen los fundamentos teóricos y el estado actual del proceso del proyecto ZEUS, con referencia a los retos alcanzados y los futuros. También se hace una revisión de la literatura que relaciona el cuidadoso control sobre la iluminación –tradicionalmente, tarea también desempeñada por los directores de fotografía e iluminadores en los medios audiovisuales- y la conservación del patrimonio.

Las herramientas que están en desarrollo por el proyecto pretenden responder simultáneamente a las necesidades de la funcionalidad y de la optimización de las condiciones de conservación. El proceso comienza con la recogida de datos a partir de un sencillo sistema de medida con imágenes multispectrales. Este diagnóstico, singular para cada obra, permite conocer con certeza la paleta de colores utilizada por los artistas y dar información a los conservadores acerca de los distintos repintes y barnizados o, en general, las modificaciones a partir de la obra original. Además, también posibilita calcular y proyectar sobre cada punto de su superficie una cantidad de luz restringida a las longitudes de onda que interactuarán efectivamente para su contemplación, sustrayendo por lo tanto aquellas que se absorben por los pigmentos o materiales de las obras.

Palabras clave: Iluminación – Conservación del Patrimonio – Tecnología Audiovisual – Óptica

EROTISMO Y CRÍTICA SOCIAL EN EL GÉNERO SICALÍPTICO: “LA CORTE DE FARAÓN” EN EL CINE

AUTORES

José Salvador Blasco Magraner y Francisco Carlos Bueno Camejo

Universitat de València (España)

Jsbm_34@yahoo.es y Francisco.Bueno@uv.es

El presente artículo analiza la trascendencia cinematográfica de la opereta de Vicente Lleó "*La corte de faraón*". Esta obra lírica obtuvo un total de 772 representaciones seguidas desde el día de su estreno, el 21 de enero de 1908 en el teatro Eslava de Madrid.

Desde la aparición de esta opereta, la revista sicalíptica fue sustituida por una fina pícaro insinuación, unida a un rasgo muy característico de la opereta francesa: la cómica ridiculización de figuras legendarias.

Este último aspecto lo aprovecharon de forma magistral los cineastas para ridiculizar la dictadura de Franco en España.

Palabras clave: Cine - Vicente Lleó - La corte de Faraón - Ridicularización

“IMAGEN POLÍTICA DE OLLANTA HUMALA EN LAS CAMPAÑAS ELECTORALES 2006 – 2011”

AUTORA

Ymelda Cabanillas García

Universidad Complutense de Madrid (España)

ymelcaba@gmail.com

Después del golpe de estado fallido para alcanzar el poder, Ollanta Humala Tasso funda el Partido Nacionalista Peruano, con el objetivo de presentarse a las elecciones generales del año 2006 de la mano del partido Unión por el Perú liderado por Javier Pérez de Cuellar, ex Secretario General de las Naciones Unidas. En mencionadas elecciones el PNP, no alcanzó el 50% más uno de los votos, por tal motivo se celebró una segunda vuelta saliendo vencedor el candidato Alan García Pérez quien representaba al Partido Aprista Peruano.

Tras la derrota electoral el candidato nacionalista realiza un cambio de imagen política para presentarse como un líder renovado en las elecciones presidenciales del año 2011, dejando atrás el discurso populista radical que en algunas oportunidades fue comparado por políticos y diversos medios de comunicación, con el presidente Hugo Chávez y su revolución bolivariana, que lejos de favorecerle, restaba votos principalmente en la capital y ciudades más importantes de la costa peruana.

Este estudio tiene como objetivo conocer los detalles de la evolución de la imagen del líder Ollanta Humala, durante sus épocas de candidato a la presidencia de la República del Perú y dar a conocer el cambio de imagen que fue necesario realizar para la aceptación del líder populista.

La investigación se centra en el pensamiento nacionalista expuesto en los carteles de ambas campañas electorales 2006 y 2011, para ello hemos recurrido a las investigaciones de la Psicología Social especialmente estudios sobre la imagen del líder político de los años 60 (Berlo, Lamert, Metz, 1966; Carrera 1980) quienes llegan a la conclusión que la imagen política se compone de tres factores fundamentales: la credibilidad, la atractividad y el poder de la fuente, a su vez cada atribución se subdividen en tres características que en su conjunto permite que se logre el objetivo.

Además de un análisis de los carteles más representativos de cada campaña, también se ha realizado un breve análisis comparativo de otros elementos persuasivos como son: el símbolo, el vestuario y la gestualidad, que fueron afinados para captar un público costeño, teniendo como objetivo principal atraer los votos de la capital que representa la tercera parte del total de votos del país.

Palabras clave: Imagen política – Nacionalismo – Elementos persuasivos – Ollanta Humala

EL *POLITING* EN LATINOAMÉRICA: EL CASO DE RAFAEL CORREA

AUTORA

Martha Carolina Chaparro Medina

Universidad EAN -Escuela de Administración de Negocios- (Colombia)

mchaparro.d@ean.edu.co

Durante los últimos treinta años la historia política ecuatoriana ha sido muy disímil a la del resto de países que conforman el bloque latinoamericano. Esto ha hecho que el estudio de su acontecer político sea interesante para el análisis y la incidencia del marketing político en los procesos electorales hemisféricos.

La propuesta parte de la hipótesis que el éxito de Rafael Correa y el movimiento Alianza PAIS, está relacionado con su capacidad de canalizar las necesidades de los diferentes grupos y organizaciones populares ecuatorianas, los cuales han encontrado en los postulados del movimiento Alianza PAIS la razón de ser del ecuatoriano, que ha venido desarrollándose alrededor de un proyecto nacional – popular reivindicador del control estatal y nacional de los recursos propios y el cual se encuadra en la denominación del socialismo del siglo XXI.

En relación a lo anterior, se han revisado varias investigaciones sobre el poder político ecuatoriano en las últimas décadas. Igualmente, hay estudios más precisos sobre la política de Rafael Correa y la incidencia de éste en las decisiones hemisféricas. A diferencia de estos trabajos, la presente propuesta busca conocer y describir la forma como el discurso del candidato Rafael Correa permea en la sociedad ecuatoriana y logra cambiar la intención de voto y la participación de la opinión pública en la toma de decisiones del Estado ecuatoriano, utilizando el marketing político como elemento generador de fidelización y sostenibilidad política

Para intentar dar respuesta al cuestionamiento planteado, se revisaron algunos de los aportes teóricos más representativos sobre qué es el marketing político, la opinión pública y su relación con los procesos electorales ecuatorianos.

Palabras Clave: Marketing Político - Comunicación electoral - Persuasión electoral

EL APRENDIZAJE DE LAS REDES SOCIALES EN LA FORMACIÓN DE FUTURAS MAESTRAS DE EDUCACIÓN INFANTIL

AUTORES

José Miguel Correa Gorospe y Estibaliz Aberasturi Apraiz

Universidad del País Vasco (España)

jm.correagorospe@ehu.eus y estitxu.aberasturi@ehu.eus

El proyecto *Big Bang Data*, está inspirado en la exposición artística del mismo nombre (www.cccb.org/es/exposicio-big_bang_data-45167). En una sociedad mediatizada por las interacciones tecnológicas nuestro rastro, reputación *on line* e identidad digital, se construye en un contexto donde Internet ha intentado sostener el mito de la democratización, igualdad de oportunidades y la privacidad de la red.

Uno de los problemas relacionados con el momento de uso intensivo de las tecnologías que nos está tocando vivir es el de la vigilancia y el control en Internet y un espacio de investigación asociada a la mercantilización y transformación de nuestras identidades como es el conocido con el nombre de *Big Data*.

En esta comunicación presentamos esta experiencia de aprendizaje basada en las artes con un grupo de futuras investigadoras educativas del master de investigación de la Universidad del País Vasco (España).

Palabras clave: Identidad - Formación de profesores - Digitalización - Internet - Brecha digital

POLITICAL *WEBDOC*: EL NUEVO ESCENARIO PARA LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

AUTORAS

Laura Cortés Selva y Marta Pérez Escolar

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

lcortes@ucam.edu y martaperez@ucam.edu

El poder ciudadano depende de la disposición del individuo a participar en el espacio público y en su capacidad para forjar sus propias opiniones, independientemente de los juicios de valor que transmitan los mensajes mediáticos. La revolución digital ha facilitado que la “sociedad red” (Castells, 2008) pueda confeccionar su propia agenda temática de intereses de forma independiente a la de los medios o a la de los líderes políticos (Benkler, 2006; Shirky, 2008). Este nuevo escenario es propicio para una “comunicación participativa” (Servaes, 1996; Servaes & Malikhao, 2005), en la que los ciudadanos colaboran de modo activo en el escenario público y político.

En este contexto surgen los *webdocs*, plataformas digitales en las que convergen los *new media* (Manovich, 2001), los cuales comparten con los medios de comunicación tradicionales el deseo de contar historias y cuya característica principal es la interactividad. Esta comunicación defiende que el maridaje entre los *webdocs* y la política permite –a través de la transformación del esquema comunicativo unidireccional de Laswell (1948) en otro paradigma de carácter multidireccional- la creación de modelos políticos más abiertos, capaces de aumentar y configurar nuevas formas de participación ciudadana en el espacio público y que convierten el relato político (*political storytelling*) en un elemento orgánico. Los ciudadanos, según Dahlgren (2013), tienen las habilidades necesarias para producir sus propios contenidos, interactuar con los demás miembros de la comunidad, compartir información y participar en los debates políticos y movimientos sociales organizados en el entorno digital.

Por tanto, el objetivo principal de esta investigación es mostrar las posibilidades desde el punto de vista político que ofrecen los *webdocs* para que el ciudadano participe activamente en la vida política y que sus acciones tengan una repercusión real al permitir no solo la comunicación directa con el gobierno, sino entre los propios ciudadanos de forma ubicua y en tiempo real. Para ello se realiza un recorrido por un conjunto de *webdocs* en los que la actividad política está presente desde una forma representativa.

Palabras clave: *Webdoc* – Participación ciudadana - *Storytelling* – Política – New media

REPENSAR LA FUNCIÓN SOCIAL DEL ARTE EN LA ERA DIGITAL: EL ARTISTA FABRICIO CAIAZZA (FACA)

AUTORA

Sonia D'Agosto Forteza
Universidad de Sevilla (España)
sdagosto@us.es

Las obras están siempre ligadas a objetos. La era digital nos ha demostrado que un objeto no tiene por qué ser físico, puede ser virtual y seguir siendo un objeto, incluso un objeto de arte. El arte en la red se muestra receptivo no solo a factores tecnológicos de Internet, sino también a los sociales y culturales. En este espacio, que está en continua expansión, vamos a dejar de ser meros receptores de información. Ahora vamos a tener la posibilidad de producir pensamiento, de elaborar y reelaborar los mensajes a través de internet.

La presente ponencia pretende dar a conocer las intervenciones artísticas del argentino Fabrizio Caiazza. Este artista recopila informaciones que aparecen en los foros, blogs, twitter, etc, para posteriormente descontextualizarlas en forma de paneles que son colocados en un medio urbano concreto. Estas acciones estéticas, que posteriormente volverán a ser colgadas en la red, cambian el significado original del mensaje y plantean desconcierto al espectador para luego generar un nuevo discurso. Para Caiazza -Internet no cambió nuestra manera de ver y entender el mundo. Internet, es nuestra manera de ver y entender el mundo, nuestro modo de consumir y relacionarnos, aún con los sitios de descarga cancelados, aún con las computadoras apagadas-.

Palabras clave: Arte digital - Social - Internet - Red - Caiazza

COMUNICACIÓN PERSUASIVA: JUGANDO CON EL MARKETING EXPERIENCIAL Y SENSORIAL

AUTORA

Mencia de Garcillán López-Rúa
Universidad Complutense de Madrid (España)
menciag@yahoo.com

Hace unos años, las empresas centraban su marketing en la venta de productos o servicios utilizando estrategias basándose en precios, promociones... pero estas técnicas ya se han quedado obsoletas.

Por un lado, el avance de las tecnologías de la información y su cada vez mayor implicación en la vida cotidiana de las personas, ha dado lugar a la creación de nuevos modelos de negocio que buscan atraer y asombrar de forma original a los usuarios finales. Hay que destacar que hoy en día gran parte de los consumidores están continuamente al corriente de lo que ocurre en las redes sociales. Las redes sociales traen una gran cantidad de información tanto por parte de las empresas como por parte de los consumidores, creando así un comprador más informado, más crítico pero también más emocional.

Ahora que los consumidores tienen a disposición datos comparativos sobre las características, precios y ventajas de las ofertas a su alcance, es cuando no adoptan decisiones de gran racionalidad.

El consumidor de esta era que estamos viviendo es más crítico pero también emocional, menos fiel pero más participativo, cambia de una marca a otra con facilidad porque busca continuamente experiencias nuevas, está tecnológicamente conectado, donde escribe y opina en blogs y redes sociales. Es un cazador de tendencias, está atento a cambios o es avisado por otros más atentos que el para adoptar nuevos estilos y busca placer a la hora de comprar.

Es ahora cuando nace con más fuerza el consumo simbólico y experiencial, donde las marcas compiten en cuestiones intangibles como sus valores o la responsabilidad social corporativa.

El marketing sensorial está de moda. Ya sea a la hora de crear experiencias, o a la de modificar el comportamiento de los potenciales clientes a favor de los intereses de una marca. En esta ponencia se acercara la visión de lo que se entiende básicamente por marketing sensorial, el desglose por sentidos y las diferencias con el marketing tradicional.

El marketing sensorial y experiencial invita al cliente a vivir sensaciones diferentes y placenteras a partir de los productos, bienes o servicios, de nuestra empresa. Generar experiencias respecto a la percepción, sentimiento, pensamiento, acción y relación.

Se abordará el concepto marketing experimental y experiencial según Bernd H. Schmitt y por otro lado, el marketing sensorial de Martin Lindstrom desde el punto de venta y el análisis de los cinco sentidos: vista, oído, olfato, tacto y gusto. La empresa que pretenda enriquecer su propia oferta, de forma que se perciba como única, tendrá que convertirse en una “creadora de experiencias”. Siendo capaz de involucrar al cliente a nivel emotivo, físico e intelectual. El marketing experiencial no es solamente un proceso creativo guiado por la intuición sino que requiere una metodología de implantación.

Palabras clave: Comunicación persuasiva – Marketing sensorial – Marketing experiencial – Publicidad sensorial – Experiencias en la compra

PROPAGANDA TERRORISTA EN INTERNET VERSUS LIBERTAD DE EXPRESIÓN

AUTORA

Gilda Gadea Aldave
Universidad de Granada (España)
ggadea@ecssr.eu

En la última década han surgido nuevas formas criminales en Internet, que al amparo del desconocimiento o de la escasa legislación en la materia, están teniendo un crecimiento acelerado.

Tal es el caso del uso de Internet por parte de grupos terroristas con fines propagandísticos, cuyas acciones en la red están destinadas, entre otras, a la exhibición de las acciones violentas, la difusión de manuales armamentísticos, el enaltecimiento o glorificación del delito, el reclutamiento online, etc.

La importancia de la propaganda terrorista en Internet, y asimismo su aspecto más peligroso, radica en el hecho de que Internet permite llegar a todo tipo de usuario, simpatizante o no, por medio del uso común de servicios en línea.

La relación que puede establecerse entre terrorismo e Internet es muy variada, y está compuesta casi exclusivamente por hechos delictivos por parte de los grupos terroristas para la consecución de determinados fines criminales específicos.

Ello ha generado una rápida y profusa respuesta institucional a fin de elaborar un marco jurídico adecuado en el ámbito internacional y europeo tendiente a la erradicación de estos delitos de terrorismo.

El marco jurídico internacional referente a la lucha contra el uso de Internet con fines terroristas comprende una gran variedad de fuentes, basado principalmente en iniciativas multilaterales, regionales y nacionales.

La concepción criminológica del fenómeno de terrorismo, que persigue la neutralización del enemigo, en ocasiones fundamenta la noción de que el recorte de garantías otorgadas por el Estado de derecho puede estar justificado en la consecución de los fines propios de la persecución de los crímenes de terrorismo, actuando en ocasiones sin proporcionalidad y/o denotando como terrorismo acciones u opiniones personales que no representan ninguna finalidad criminal y atentan deliberadamente contra la libertad de expresión.

Palabras clave: Libertad de expresión – Propaganda – Terrorismo – Internet

LA ÉTICA DEL PERIODISMO ANTE LA ESTETIZACIÓN DEL SACRIFICIO TERRORISTA. ESTUDIO DEL CASO DE LA VIRALIZACIÓN DE LAS EJECUCIONES DE ISIS

AUTORES

Alicia Gómez Montano y Gonzalo Velasco Arias

Universidad Camilo José Cela (España)

amontano@ucjc.edu, gvelasco@ucjc.edu

El paradigma de representación del mal durante el siglo XX está marcado por el tránsito entre lo que Hannah Arendt llamó “mal radical” al “mal banal”. La relativa pacificación mundial hacía de las manifestaciones de violencia política procedentes del sur geopolítico excepciones residuales a una nueva normalidad posttotalitaria en la que el mal radical se había metamorfoseado en el mal banal. La nueva tipología de terrorismo internacional advenida tras el 11 de septiembre de 2011, sin embargo, ha supuesto el retorno de un tipo de violencia radical que, a diferencia de la anterior, se manifiesta de forma explícita, hasta el punto de tener en su visibilización mediática su principal objetivo. Concretamente, la difusión viral de las ejecuciones realizadas por ISIS desde 2014 está evidenciando que el papel ético del periodista está siendo trascendido.

La deontología del periodismo se ha visto siempre comprometida por la colisión entre sus fines informativos y su instrumentalización como caja de resonancia del terrorismo. Si las imágenes circulan con independencia de la sanción de las redacciones de la televisión y de los periódicos digitales, mostrar o no mostrar ya no es la decisión vinculante para el periodista que quiere ejercer su labor informativa desde un punto de vista a la vez crítico y moral. Si el periodista no puede ya administrar e impedir el desbordamiento de las imágenes, ¿debe ceder a su reproducción?

La presente comunicación tiene como objetivo plantear los nuevos términos del debate ético sobre la reproducción de la violencia terrorista en el periodismo a través de los recientes casos de ajusticiamientos ejecuciones por parte de ISIS. El estudio de este reciente fenómeno es significativo por un doble motivo: en primer lugar, por su reproducción viral y las distintas reacciones de los canales de información internacional al respecto; en segundo término, por la inédita estetización de las grabaciones. Acontecimientos tan atroces como la quema de un rehén o su decapitación han sido abordados con una consciente estética cinematográfica. Para poder responder adecuadamente al papel de los medios occidentales en la reproducción de la violencia terrorista destinada a su viralización, es preciso ensayar una reflexión sobre sus fines. ¿Se trata de un manejo deliberado del lenguaje más común al mundo occidental, que es el cinematográfico? O, al contrario, ¿tiene más bien una función interna, la de restaurar mediante el sacrificio la integridad simbólica de la comunidad religiosa, como teorizaron antropólogos como René Girard?

La hipótesis a través de la cual trataremos de abordar estos objetivos parte de la constatación de que el papel crítico y ético del periodista ya no puede dirimirse según estrategias de mostración u ocultamiento, sino a través de la construcción de contra narrativas que asuman como un hecho la viralización de las imágenes violentas. Nos basaremos para ello en los estudios previos entre los cuales destacamos James Farwell “The Media Strategy of ISIS”. *Survival: Global Politics and Strategy*, 2014, 56:; Anne Aly, “Making ‘Noise’ Online: An Analysis of the Say No to Terror Online Campaign”, *Perspectives on Terrorism*, 2014, 8, 5.

Palabras clave: Sacrificio – Estetización de la violencia – Viralización – Contra narrativas – Ética periodística

NARRATIVA VISUAL Y FOTOGRAFÍA EN LA COMUNICACIÓN INFORMATIVA Y PUBLICITARIA DE LAS ONG

AUTOR

Rafael Marfil Carmona
Universidad de Granada (España)
rmarfil@ugr.es

La imagen fotográfica es un contenido clave, junto a las producciones audiovisuales, para conseguir implicar a la ciudadanía en las campañas de las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD). Además de captar la atención de sus públicos, estas instituciones solidarias tienen que cuidar un estilo y unos niveles de calidad en las fotos que difunden, tanto en la forma como en el contenido, además de tener presentes algunas cuestiones fundamentales de carácter ético y de protección de la intimidad. La imagen acompaña a las palabras en un proceso intencional, cargado de simbología. Desde la metodología cualitativa del análisis de contenido, este texto expone diversos resultados relevantes y líneas de interés en torno a las fotografías que generan y difunden algunas de las principales ONGs en su actividad de difusión corporativa y publicitaria. En el contexto digital, encontramos esos contenidos visuales tanto en medios de comunicación como en redes sociales.

El análisis realizado profundiza en diversos estudios de caso, prestando una atención especial a la dimensión estética, artística, compositiva, informativa y simbólica de ese imaginario, que va creciendo, cada día, en la Red. El objetivo de esa aportación de contenido fotográfico institucional no es otro que conseguir la colaboración de voluntariado o la aportación económica de la ciudadanía, haciendo posible las actividades de ayuda y cooperación. En muchos casos, una fotografía es un complemento documental o informativo; en otros, es la propia base de la información o de la campaña publicitaria. En definitiva, se trata de informar y persuadir, utilizando el valor de la imagen, para que las personas se sumen de forma colaborativa a la construcción de un mundo mejor, haciendo posible las actividades de cooperación. Lo más interesante del proceso que permiten los medios digitales es que, cada vez más, esa aportación de imágenes adquiere una dimensión de bidireccionalidad y autoría horizontal. En otras palabras, la interactividad digital favorece que sean las propias personas que simpatizan con una ONG las que aportan una parte de ese contenido fotográfico, de ese universo visual solidario.

Palabras clave: ONG - Fotografía - Narrativa visual - Cultura digital - Redes Sociales

EL PAPEL DEL PROSUMIDOR EN EL DISCURSO TUITERO. EL CASO DE CAMPOFRÍO

AUTORAS

Estrella Martínez Rodrigo y Pura Raya González

Universidad de Granada (España)

emrodrigo@ugr.es y pmraya@ugr.es

En una sociedad marcada por el incesante cambio tecnológico, el ciudadano, en su papel de cibernauta, adquiere un empoderamiento social como prosumidor, pues no solo consume, sino que también produce contenidos en la red. El paso de la Web 1.0, vista como espacio en el que encontrar información, a la Web 3.0, abierta a la intervención activa del usuario, ha convertido al ciberespacio, en general, y en las redes sociales, en particular, en soportes para opinar, compartir y crear de manera bidireccional.

En el campo de la publicidad, esta realidad supone para las empresas el mejor termómetro con el que conocer las preferencias del consumidor y, en base a ello, planificar sus líneas de acción. En este sentido, las redes sociales recogen tanto los halagos del cliente a la marca, como las quejas o reclamaciones hacia la misma, por lo que es imprescindible una correcta producción y gestión de contenidos.

En este trabajo queremos mostrar cómo la empresa Campofrío, líder en el sector cárnico español, interactúa con sus seguidores en la red social *Twitter*, qué papel juegan las publicaciones producidas por los mismos en el *timeline* de @Campofrio_es, y, sobre todo, cómo afectan estos a la imagen de la marca. Así, cuantificaremos en qué medida el internauta que sigue la cuenta de Campofrío en *Twitter* actúa como prosumidor, qué cantidad de mensajes positivos y negativos produce, sobre qué aspectos tratan y cómo responde a ellos la empresa.

En definitiva, esta investigación pretende poner en valor el papel del denominado prosumidor, convirtiendo al cliente en protagonista y asumiendo su papel activo dentro del mundo de la comunicación y la publicidad de los nuevos entornos digitales.

Palabras clave: Prosumidor – Redes Sociales Digitales – *Twitter* – Campofrío

LA EXHIBICIÓN Y PROMOCIÓN DE LA PRÁCTICA ARTÍSTICA A TRAVÉS DE LAS REDES SOCIALES

AUTORA

Sandra Martorell Fernández

Universitat Politècnica de València (España)

sanferm2@epsg.upv.es

La apertura de internet a lo social y al intercambio supuso una oportunidad para numerosos artistas para poner sus trabajos a disposición del público masivo. Este fenómeno no ha hecho más que potenciarse convirtiéndose no únicamente en una nueva vía de exposición, como si de una galería se tratase, sino también en una lanzadera de artistas que han ido creciendo y revalorizándose de un modo que de no haber sido por los nuevos canales y el manejo de las tecnologías hubiera sido, al menos en la mayoría de casos, prácticamente imposible, dada la complejidad y la idiosincrasia del mercado del arte.

En este sentido las redes sociales de carácter generalista cobran un papel fundamental. A través de ellas comparten, hacen convocatorias, intercambian trabajos y opiniones. A la vez los usuarios se convierten en seguidores con los que suelen mantener una actitud cercana, llegando incluso a que los propios artistas lleven a cabo la creación de textos, videos y obras tras oír sus peticiones. No obstante también han proliferado las redes sociales específicas que reúnen a artistas varios, sin mediadores, sin grandes pretensiones, con la única voluntad de dar a conocer sus obras y portfolios. Se trata de redes como Deviantart o Behance entre otras.

Ahora bien, todo esto nos hace ahondar no solamente en la importancia de las redes sociales en la exposición pública del arte sino también en el hecho de tener que revisar el concepto de artista y de obra de arte y en cómo se entienden éstos desde los diferentes colectivos del sector (galeristas, comisarios, investigadores, tasadores y artistas). Porque es frecuente en los tiempos de web social que corren ver proliferar artistas o sistematizar la palabra 'arte' para trabajos que se pone en tela de juicio si son merecedores de este apelativo.

No obstante, por otro lado se observa que no son pocas las ocasiones (algo que cada vez va en aumento) que los propios galeristas y comisarios están pendientes de lo que se mueve por las redes sociales y este tipo de plataformas para recluir a nuevas generaciones de creadores. Como de igual forma muchos creadores se ven de un día para otro con miles de seguidores y dando charlas y talleres por países de todo el mundo.

Y esto es lo que pretende abordar la presente propuesta. Por un lado ver cómo las redes sociales han supuesto una oportunidad para los nuevos creadores, y por otra cómo esto influye, dinamiza, agracia, cambia o pervierte el mundo del arte entendido este último en el sentido tradicional, anterior a la era 2.0., con el objetivo de poder ver los cambios que las redes sociales y las nuevas formas de comunicación suponen en este campo y vaticinar los nuevos derroteros que puede tomar en base a una tendencia evolutiva, para lo cual nos serviremos de una metodología de carácter cualitativo basada tanto en el análisis como en la evidencia, pero también de estudios de caso y de material obtenido a partir de entrevistas y *focus groups*.

Palabras clave: Web 2.0 - Redes sociales - Arte

ARTE EN 3D. TECNOLOGÍA Y REPRODUCCIÓN DE OBRAS DE ARTE

AUTOR

Santos M. Mateos Rusillo

Universidad de Vic y Universidad Central de Catalunya (España)

santos.mateos@uvic.cat

Durante la primera década del presente siglo, *The Digital Humanities Manifesto 2.0* puso de manifiesto el hecho que las herramientas, técnicas y medios digitales han alterado la producción y difusión del conocimiento en las artes y las ciencias sociales y humanas.

Con el inicio de la revolución digital, el ámbito de las humanidades y del arte en particular ha experimentado un conjunto de profundas transformaciones; directamente vinculadas con el avance tecnológico y científico. Algo que realmente no supone una novedad en el devenir histórico de estas manifestaciones humanas, pues la vinculación con los avances técnicos es algo que siempre las ha acompañado: si en la pintura del siglo XV la tecnología punta eran los pinceles de pelo de turón y la técnica del óleo, en la del XX lo será el ratón y el píxel.

Después de una primera oleada tecnológica en la que primó lo cuantitativo, desde hace unos años las Humanidades digitales se encuentran en una fase cualitativa: ahora se están exprimiendo buena parte de las potencialidades que ofrece el mundo digital. Englobada en esta segunda fase de relación entre el arte y lo digital, la tecnología 3D aporta múltiples bondades para la creación de réplicas de obras de arte.

Con la misión de preservar el patrimonio artístico mueble, los museos han retirado obras o conjuntos artísticos de los lugares para los que fueron creados. Con el paso de las décadas, los gestores de algunos de esos lugares han comenzado a reclamar su restitución, conscientes de la significación que muchas de esas piezas poseen actualmente. Ante esa petición, algunas instituciones y museos han abordado el tema, dando respuesta a esas solicitudes mediante copias de las obras originales. Si tradicionalmente esas réplicas se realizaban de forma artesanal, ahora se utilizan recursos digitales, como la impresión 3D y la tecnología audiovisual.

Este artículo se centra en la presentación y análisis de réplicas realizadas con tecnología 3D con un objetivo patrimonial concreto: la reconstrucción de obras de arte perdidas o conservadas en museos y, por tanto, deslocalizadas del lugar para el que fueron creadas. Para ello, se analizará el proyecto *Taiüll 1123* (Lleida, España) y el trabajo del Museu Episcopal de Vic (Barcelona, España), muestras de la utilización de las nuevas herramientas tecnológicas al servicio del patrimonio artístico.

Palabras clave: Patrimonio artístico - Museo – Reproducción Digital - Impresión 3D - *Mapping*

LA OBLIGATORIEDAD DEL VOTO COMO REFLEJO DE LA PARTICIPACIÓN CIUDADANA

AUTORA

Angélica Mendieta Ramírez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (México)

angelicamendietaramrez@yahoo.com.mx

Para analizar el voto obligatorio como ventaja o desventaja para la consolidación de la cultura política ciudadana, consideramos pertinente hacerlo desde el electopartidismo (2011). Esta propuesta se integra a partir de la identificación de las siguientes problemáticas: el debilitamiento de la legitimidad de las instituciones políticas y de los partidos como agentes de intermediación entre la sociedad civil y el Estado. Si partimos de la premisa de que los niveles de participación política electoral obedecen al interés o desinterés hacia el espacio público y específicamente hacia el ámbito político, encontramos que los índices de participación electoral son mayores en los países en donde el voto es obligatorio y sancionado.

El Voto Obligatorio libera a los partidos políticos de sus responsabilidades de campaña de concientizar y transportar a sus votantes.

Para identificar el Nivel Electopartidista en los resultados de cada elección, se considera fundamental tanto el índice de participación/abstencionismo expresada mediante el voto de los ciudadanos como el tipo de competitividad partidista y el margen de victoria entre la primera y la segunda fuerza partidista, y en su caso entre la segunda y tercera fuerza partidista. Sin embargo, el Nivel Electopartidista no es suficiente para comprender y analizar la desafección, apatía y desconfianza entre partidos políticos y ciudadanos.

A raíz de estas reflexiones críticas surge a finales de 2011 el Bucle de la Comunicación Política, porque nos guste o no, la comunicación política es indispensable como medio de interacción, interrelación y diálogo entre la ciudadanía y los gobernantes. Básicamente éste se identifica como:

1. Un modelo para la interpretación de la COMPLEJIDAD política y social de la comunicación en la sociedad contemporánea que Cuestiona, dialoga y debate de manera constante e ininterrumpida.
2. Dinámico y establece sinergias que emergen de los TEJIDOS.
3. Una propuesta de articulación de una visión de Estado.
4. Sólo funciona como praxis colectiva-humana que se comunica a través de enlaces cíclicos (tejidos) para construir un discurso político atento a TODOS.

La noción de bucle o espiral, tomada de Edgar Morin sirve para mostrar el dinamismo, los actores, los tejidos, las sinergias y las fuerzas que activan el proceso de comunicación política.

Como conclusión podemos afirmar que los procesos de participación político-electoral en el mundo, ponen a prueba el ideal de la democracia como forma de gobierno, de ahí la importancia de estudiar los mecanismos que potencian o limitan el aumento de los índices de votación capaces de consolidar la calidad de la democracia representativa.

Palabras clave: Democracia – Electopartidismo – Voto Obligatorio – Voto – Bucle de la Comunicación Política

LAS NARRATIVAS DE LOS ESTUDIANTES Y SU PROCESO DE APRENDIZAJE

AUTORES

M^a Pilar Munuera Gómez y Francisco Gómez Gómez

U. Complutense de Madrid (España)

pmunuera@ucm.es y fgomez@ucm.es

La utilización de narrativas, relatos cortos o cuentos puede ser una estrategia para intervenir en la construcción de una nueva realidad en el estudiante que puede identificarse metafóricamente en el relato o cuento para conseguir una nueva identidad. La identificación y percepción de las vivencias vividas a través de los relatos presentados permite movilizar su capacidad para construir “la mejor historia de su realidad” de aprendizaje. Esta estrategia educativa parte de la escucha y la comprensión de la situación actual para llevarle a una realidad futura positiva.

Los adultos y especialmente los niños pueden superar las circunstancias en las que se encuentran construyendo un futuro mejor desde la expresión emotiva que ofrece la experiencia vivencial al sumergirse en la lectura de un texto o cuento.

La arteterapia ha sido aplicada en diversos contextos a la vez que en educación e incluso en los movimientos sociales en todo el mundo (Philippini, 2004). La palabra en general y la literatura en particular pueden actuar como bálsamo reparador, como remedio eficaz para curar. El cuento favorece la comprensión de las tareas o procesos que las personas tienen que resolver a lo largo de su proceso formativo. Las imágenes, frases, relatos, metáforas, paradojas, etc. utilizadas en el aula pueden quedar grabadas en la memoria del estudiante con un gran poder transformador de sus competencias.

El arteterapia es visto como la terapia o el cambio que se consigue a través de la utilización de las diversas artes (Philippini, 2004). Los textos o cuentos forman parte del arte de la escritura/literatura dentro del género de la narrativa. Este tipo de narrativa se distingue por su relato corto cuya concentración de sucesos y brevedad permiten al lector recordar durante mayor tiempo los detalles de los hechos narrados que suelen llevar un mensaje moral. Las historias que aparecen en los cuentos quedan impregnadas en las personas pasando a través de generaciones de abuelos, padres, profesores, profesionales, terapeutas, que las recuerdan con fines terapéuticos.

Los relatos utilizados dan respuestas a los problemas con los que se enfrentan los estudiantes ofreciendo consejo, estima, soluciones, etc. Orlando Fals indica que “el arte significaba un elemento movilizador y concienciador de las masas populares, más para aprovecharlo había que saber comprenderlo, estudiarlo e interpretarlo, con las armas de la investigación bien hecha (Fals, 1985: 414). Los cuentos tienen capacidad como arte que son para crear imágenes, símbolos y ritos que guían los procesos de reconcentración de una vida mejor desde la resiliencia (Vidal, 2009).

Palabras clave: Participación - *Empowerment* - Estudiantes - Arte - Narrativas

POSICIONAMIENTO ACTUAL Y TENDENCIA DE LA PUBLICIDAD EN VENEZUELA EN EL RÁNKING IBEROAMÉRICA

AUTORES

Estela Núñez Barriopedro y Almudena González del Valle
Universidad Internacional de la Rioja (España)
estela.nunez@unir.net y almudena.gdelvalle@unir.net

Esta actividad ha sido parcialmente financiada por UNIR Research (<http://research.unir.net>), Universidad Internacional de la Rioja (UNIR, www.unir.net), dentro del Plan Propio de Investigación, Desarrollo e Innovación [2013- 2015], Grupo de Investigación PROCOMM.

La experiencia ha demostrado que territorios deprimidos económicamente, han desarrollado sus capacidades creativas basadas en el esfuerzo, el trabajo duro y en la necesidad de afrontar y superar las adversidades de las que han sido objeto. El presente trabajo contribuye a la mejora constante de la formación profesional del comunicador social venezolano, tanto en sus aspectos científicos, tecnológicos y éticos, como en lo referente a la adquisición de una conciencia social de actitud ya que pueden observar como el fruto de su trabajo es galardonado, clasificado y jerarquizado en el *ránking* iberoamericano de publicidad.

Los rankings de publicidad nacen en los años 70 en Estados Unidos y Reino Unido. Actualmente continúan siendo un fenómeno anglosajón para listar y ordenar según méritos las agencias de publicidad. Tradicionalmente, el objeto de evaluación de estos rankings han sido los ingresos de las agencias, aunque también se ha recurrido al uso de encuestas a expertos y minoritariamente al uso de premios en festivales. Los rankings de publicidad tienen una alta repercusión en los medios, en la notoriedad de marca y prestigio de las agencias ya que sus resultados tienen gran capacidad para contener y simplificar las características de un sistema complejo.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de la posición actual de las agencias de publicidad venezolanas y de sus anuncios en el *Ránking* Iberoamericano de Publicidad que evalúa la calidad de las agencias a través de su trabajo publicitario y según una ponderación rigurosa de los premios que obtienen y los festivales en los que son galardonados. Asimismo, el presente trabajo estudia la tendencia y realiza una clasificación de agencias y anuncios en cuartiles según su posición y puntuación en el *ránking*.

El cálculo del valor de la agencia para una edición se hace sobre los premios recibidos en los dos años anteriores lo que indica que es un *ránking* actual. Para el caso de Venezuela se analizan el *ránking* de anuncios 2012-2013 y el *ránking* de agencias 2014-2015 para una muestra total de 2.130 y 2.175 anuncios, 775 y 538 agencias respectivamente en Iberoamérica.

Palabras clave: *Ránking* – Agencias de Publicidad – *Ránking* de anuncios – Premios de Publicidad – Diseño de *ránking*

QUINCENA DE ARTE DE MONTESQUIU (BARCELONA -ESPAÑA-): ANÁLISIS DE UNA EXPERIENCIA DOCENTE PARA REVISAR LOS LÍMITES PROPIOS DE LA CREACIÓN PLÁSTICA

AUTORES

Ana M^a Palomo Chinarro, Joan Frígola Reig y Guillem Marca Francés
Universitat de Vic y Universitat Central de Catalunya (España)
anna.palomo@uvic.cat, joan.frigloa@uvic.cat y guillem.marca@uvic.cat

El exceso de academicismo, la falta de encuentro y la relación vertical que han caracterizado a las diferentes generaciones de artistas visuales de las últimas décadas, han marcado la evolución del arte contemporáneo en el estado español. Artistas, críticos, académicos, distribuidores e incluso políticos han tratado el arte desde ópticas tan distantes que su relación se ha basado más en una confluencia de intereses que en un, muy necesario, acercamiento entre los diferentes ámbitos.

Es por ello que en este artículo analiza un caso pionero: la QUAM-Quincena de Arte de Montesquiu (Barcelona -España-). Esta experiencia docente nació, hace más de veinticinco años, con la idea de convertirse en un espacio común imprescindible para alejar a los artistas de las urgencias conceptuales, de los simples procesos de producción y promoción... y conseguir que se acomodasen en la pluralidad del pensamiento, el rigor del debate, el reconocimiento de la diferencia y sobre todo, que recibiesen el estímulo necesario para enfrentarse y revisar los límites propios de la creación plástica. Durante el análisis nos remitimos, sin duda alguna, al marco en el que se sitúan otras iniciativas del estado español, que se han desarrollado de manera más o menos simultánea, como son los Talleres de Arte Actual, en Madrid, o Arteleku, en San Sebastián.

La QUAM pretendía consolidarse con los años en un espacio de reflexión –fórum-, en un espacio de formación -*workshop*- y en un espacio pensado como plataforma para la presentación de proyectos afines al marco general de las diferentes ediciones –escenario-. Estudiamos, mediante entrevistas y textos redactados para las diferentes ediciones, la aportación a estos espacios de algunos personajes del mundo del pensamiento, la crítica y la producción artística vinculados a la experiencia; a saber: José Luis Brea, José Lebrero Stäls, Mar Villaespesa, Kewin Power, Francisco Jarauta, Jeffrey Swartz, Juan Vicente Aliaga, Antoni Llena, Hans Peter Kuhn, Margarita Rivière, Lluís Pasqual, Pere Portabella, Ignacio Ramonet, Toni Negri, Maurizio Lazzarato, Ute Meta Bauer, Rubén Gallo, Eugeni Bonet, Mario Perniola, Jorge Luis Marzo, David G. Torres, Karin Frei, Eva Lootz, Xabela Vargas, Pedro G. Romero, Curro González, Antoni Abad, Albert Oehlen, Hannah Collins, Perejaume, Rodney Graham, Antoni Muntadas, Juan Hidalgo, Joan Fontcuberta, Jana Sterbak, Santiago Sierra, Bert Theis, Fabrice Hybert, Rirkrit Tiravanija o Patty Chang, entre otros.

Finalmente algunos de los alumnos participantes de las diferentes ediciones nos dan cuenta de si realmente la QUAM ha conseguido ser una experiencia docente válida para completar la formación de las generaciones emergentes de artistas a los que algún día ellos mismos pertenecieron.

Palabras clave: Artes Visuales - Límites creación plástica - Experiencia docente

EL PAPEL DE LAS ESTRUCTURAS ACADÉMICAS Y LAS PUBLICACIONES A LA HORA DE CONFORMAR EL PENSAMIENTO CORPORATIVISTA DEL FASCISMO ITALIANO

AUTORA

Begoña Pérez Calle
Universidad de Zaragoza (España)
bperez@unizar.es

Entre 1925 y 1934: periodo de máxima expansión de la Economía corporativa fascista en Italia, los principales teóricos del corporativismo proclamaron que la Economía corporativa debería ser reconstruida según unas nuevas bases teóricas mediante el reemplazo del *homo oeconomicus* por el *homo corporativus*. Ello coincidió con la promulgación de legislación corporativa y política económica fascista y la marcha atrás del liberalismo. En 1930 se celebró el primer Congreso Nacional de Estudios Corporativos en la que, salvo alguna excepción, no tomaron parte apenas los economistas reputados.

Sin embargo, a final de este periodo podemos hablar de cierto éxito de la concepción corporativa apoyada tanto por la autoridad intelectual de economistas académicos, como por su capacidad como organizadores culturales. Hasta mitad de los años 30 fue posible mantener una relativa independencia y dignidad intelectual, restringiéndose los espacios de libertad a partir de entonces cada vez más. En esa época se asiste a un cierto debate, apagado con la realización del *Consiglio Nazionale delle Corporazione* de 1934, a partir del cual existirá un obligado conformismo.

Así, hasta 1943, Mussolini y su gobierno abandonarían sus proyectos más revolucionarios de Economía corporativa por el modelo de economía mixta, mientras que durante los últimos cinco años se reforzaría ese conformismo unido a un señalado empobrecimiento cultural, en parte motivado por las leyes raciales de 1938, a consecuencia de las cuales la Universidad había perdido a notables profesores.

Para la creación de ese clima conformista al que nos hemos referido, hizo falta un apoyo persuasivo de los medios de comunicación, así como de otras “señales persuasivas”. De hecho, y como vamos a observar en este trabajo, a lo largo del periodo fascista, la estructura académica del estudio de la ciencia económica en Italia aumentó considerablemente, tanto en número de titulares en materias económicas como en número de centros y escuelas, dirigiendo el régimen fascista sus principales esfuerzos hacia la institución de escuelas especiales e instituciones de investigación.

Asimismo se experimentó una notable expansión en la iniciativa editorial y las publicaciones difundiéndose textos económicos en revistas y colecciones. Las patrocinadas por el movimiento corporativo jugaron un papel fundamental en propagar escritos de autores institucionalistas, socialistas y del *new deal*, quienes probablemente contribuyeron a educar una nueva generación de “tecnócratas” que jugarían un papel fundamental en el estatus político e intelectual de posguerra.

Palabras clave: Fascismo – Corporativismo – Comunicación persuasiva – Propagandismo – Pensamiento Económico

COMUNICACIÓN Y MISIÓN EN LA GESTIÓN DE MUSEOS. EL CASO THYSSEN-BORNEMISZA

AUTORES

Lucía Pérez Pérez, Miquel Bastons Prat e Inmaculada Berlanga Fernández
U. de Málaga, U. Internacional de Cataluña y U. Internacional de La Rioja (España)
lucia.ppt@gmail.com, bastons@uic.es e inmaculada.berlanga@unir.net

Estudio parcialmente financiado por el Plan propio de investigación de UNIRResearch, 2014-2015. GdI-13 Procomm (Prospectivas en la comunicación multimedia). Los autores agradecen al museo Thyssen su asesoramiento.

A partir de la revolución tecnológica las instituciones son conscientes de la necesidad de una nueva cultura operativa en la que se contemple a la persona en toda su riqueza. Este artículo plantea un modelo innovador de la gestión de la comunicación museística: el modelo de gestión prosocial, basado en la misión.

Este modelo, apoyándose en las oportunidades que ofrecen las TIC, reorienta la actividad comunicativa de la mera información, que le interesa al museo, a una comunicación dirigida a la satisfacción de necesidades del público, es decir, orientada a la misión. Con este propósito se estudia el caso del museo Thyssen-Bornemisza, entidad que sobresale por este enfoque en el uso de las redes como herramientas de comunicación.

Mediante entrevistas enfocadas con los directivos encargados de las áreas que han sido objeto de nuestro estudio conocemos cómo han planteado la Gestión comunicativa-educativa, las Novedades educativas, las Novedades comunicativas y la Utilización de redes sociales.

A partir de los resultados obtenidos se dibuja el perfil de un modelo de gestión de la comunicación que usa tecnologías emergentes para una interacción eficaz con el público y para reforzar el cumplimiento de la misión de la institución.

Palabras clave: Modelos de gestión - Redes sociales - Educación - Comunicación - Museos

ELEMENTOS ICONOGRÁFICOS GITANOS EN LA PINTURA RELIGIOSA OCCIDENTAL (SIGLOS XVI-XVII)

AUTORA

Blanca Rodríguez Hernández
Universidad de Murcia (España)
blanca.rodriguez@um.es

Desde la aparición en Europa a comienzos del siglo XV de los primeros contingentes de gitanos, su presencia no pasó desapercibida ni para las instituciones ni para los individuos. Y por supuesto para los artistas, quienes en consonancia con lo referido en las crónicas y textos de la época comenzaron a fraguar una imagen inicial que el paso del tiempo ha repetido con pocas modificaciones. La constatación de parecidas actitudes y semejantes vestimentas ha sido un elemento fundamental en la formación de tópicos sobre ellos.

Siendo el objeto del presente estudio el de reconocer su presencia en las representaciones gráficas, lo hacemos partiendo de cuatro criterios de identificación: rasgos físicos (piel morena y cabellos oscuros), indumentaria (sombrero o turbante según el sexo, mando anudado al hombro, aros y pendientes en las orejas), acción o actividad que realizan (acarreo de hijos, práctica de la mendicidad, la adivinación y el robo) y la ubicación espacial en el cuadro (casi nunca protagonistas –excepto en los episodios de buenaventura-, semiocultos o en segundo plano). Establecemos así un modelo de interpretación, un paradigma, que nos sirve de referencia pero que nunca es excluyente y que se completa, matiza y enriquece con aportaciones documentales y literarias.

Los gitanos debían constituir un grupo colorido en el que destacaba con fuerza la figura de la mujer, que coronaba su indumentaria con un elemento nunca visto hasta el momento en la Europa de la época: el sombrero *egipcio*, en realidad un armazón de mimbre decorado con cintas de colores entrecruzadas. Fue este un elemento caracterizador al que recurrieron muchos artistas y que nosotros hemos encontrado en un buen número de grabados y pinturas. Con el transcurso del tiempo, probablemente, las propias condiciones de la vida errante les hicieron perder el armazón, de tal forma que el sombrero pasó a convertirse en un turbante.

La iglesia católica precisaba para sus necesidades de culto, y también con fines moralizantes, educativos y de exaltación, de historias bíblicas ocurridas en Oriente, de donde múltiples leyendas hacían proceder a los gitanos. No es de extrañar, por lo tanto, que en determinadas obras algunos personajes femeninos aparezcan tocados con esta particular forma de cubrición. En consecuencia no hablamos tanto de la presencia de personas de etnia gitana –que las hay, aunque pocas-, como de la utilización por parte de los artistas de la tradición pictórica occidental de elementos provenientes de la cultura gitana. Con tales elementos hacían una reinterpretación de temas que muchas veces tenía una apropiación con fines puramente estéticos, mientras que, en otras, servía para relacionarlos con conductas y actividades consideradas moralmente dudosas.

Palabras clave: Gitanos – Pintura Religiosa – Iconografía – Indumentaria

LA LEGITIMACIÓN DEL ESTUDIO PISA POR LA PRENSA ESCRITA ESPAÑOLA Y SU INFLUENCIA EN LAS POLÍTICAS EDUCATIVAS

AUTORES

Ariadne Runte Geidel
Universidad de Jaén (España)
arunte@ujaen.es

Introducción: Es evidente la importancia de la comunicación y de la información en nuestro mundo cada vez más globalizado.

En la actual sociedad del conocimiento, profundamente afectada por las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, es evidente la importancia que los medios de comunicación tienen sobre la formación de la opinión pública. Igualmente es ineludible reconocer la relevancia del estudio PISA a nivel mundial, principalmente en función del incremento en el número de países que participan en él (32 en 2000 y 73 en 2015). Asimismo, es pertinente considerar cómo la publicación de sus resultados ha ido cambiando progresivamente las políticas educativas de diferentes países del mundo.

Objetivos: El presente artículo trata sobre la influencia de los medios de comunicación sobre la formación de opiniones y su relación con las políticas públicas de educación. Consideramos fundamental saber qué imagen la prensa escrita española difunde respecto al sistema educativo nacional en base a los resultados obtenidos en PISA, para comprender los cambios propuestos en las actuales políticas educativas.

Metodología: Se analizan críticamente las noticias de los principales periódicos españoles sobre los resultados obtenidos por España en PISA, en un total de 89 reportajes en los periódicos El País, El Mundo, Público, el Expansión y el Cinco Días. Se ha utilizado mayormente el análisis de contenido para examinar dichas noticias, aunque apoyados por algunos datos cuantitativos.

Resultados: Los resultados indican que la mayoría de las noticias adoptan un tono alarmista y se basan casi exclusivamente en las comparaciones de ranking, difundiendo una imagen exageradamente negativa del sistema educativo español actual, lo que influye directamente sobre la opinión pública y en las decisiones sobre las políticas educativas.

Palabras clave: Estudio PISA - Medios de comunicación - Políticas educativas

LA IMPORTANCIA DE UNA EFICAZ COMUNICACIÓN PERSONAL EN LOS BUQUES MERCANTES

AUTOR

Javier Sánchez Beaskoetxea

Universidad del País Vasco (España)

javier.sanchez-beaskoetxea@ehu.eus

Un buque mercante es un centro de trabajo con unas características muy especiales. En ellos, un grupo reducido de personas provenientes de países y culturas diferentes, de estratos sociales variopintos, convive veinticuatro horas al día, durante varios meses, relativamente aislados del mundo y de sus familias y seres queridos.

En todo el mundo hay aproximadamente unos 50.000 buques mercantes que transportan el 90% de todas las mercancías que componen el comercio internacional anual. En la mayoría de estos buques la tripulación está compuesta por apenas dos decenas de personas que deben trabajar en equipo, superando sus barreras idiomáticas y culturales para evitar cualquier tipo de accidente y para poder soportar el relativo aislamiento en las mejores condiciones de trabajo posibles.

A lo largo de la historia de la navegación, no son pocos los accidentes causados indirectamente por problemas de comunicación o convivencia a bordo entre algunos miembros de la tripulación. Uno de los casos paradigmáticos es el del naufragio del petrolero “*Torrey Canyon*”, que en la primavera de 1967 causó una marea negra al chocar contra unas rocas por un error en la navegación y verter al mar las 120.000 toneladas de petróleo que transportaba. Entre las causas del desastre se cita a la nula comunicación entre el capitán y el primer oficial que llevaban un año embarcados y no se dirigían apenas la palabra.

En esta ponencia se pretende hacer un resumen de los problemas más habituales de convivencia a bordo debidos a la inadecuada comunicación entre las personas que componen las tripulaciones multiculturales que hay en la actualidad en la Marina Mercante mundial, así como explorar las posibles herramientas que se pueden utilizar para evitarlos.

Palabras clave: Comunicación personal – Marina Mercante – Buques – Seguridad

LOS TIPOS DE MÚSICA COMO MEDIO DE PERSUASIÓN A TRAVÉS DE LA PUBLICIDAD

AUTORA

María José Sánchez-Porras
Universidad de Granada (España)
mjsporras@gmail.com

Conocemos la capacidad de atracción que tiene la música. Hay productos cuya imagen se complementa con un tipo determinado de música para dirigirse a un sector concreto de la sociedad occidental actual o para conseguir unos efectos determinados sobre la sociedad. Pero, más específicamente, los expertos en publicidad utilizan la música para imprimirle al spot un valor añadido que en muchas ocasiones sería imposible hacerlos de otro modo y en el breve periodo de tiempo que se tiene en publicidad. Es la persuasión publicitaria a través de la música en el siglo XXI.

Partiendo del análisis de una muestra de spots en concreto de la marca Coca-Cola, comprobaremos la importancia que se da a determinados tipos de música en esta publicidad. Analizaremos el tipo de música que utiliza la marca para conseguir sus objetivos y llegar y permanecer junto a un máximo de público.

A través de la ejemplificación de un caso concreto se va a ofrecer una nueva perspectiva de la publicidad audiovisual. El enfoque proporcionado en este spot nos situará en una doble vertiente del mensaje publicitario. Así, seremos testigos de una concepción concisa y diferente de una publicidad que, partiendo de una estabilidad consolidada, se considera suficientemente fuerte como para acompañar una segunda publicidad sin llegar a participar de ella directamente. Claramente se deja ver de esta manera la persuasión.

Además, el estudio de la música en relación con el texto escrito y narrado nos hará ver una correlatividad estética y estilista entre el formato del spot, el público y aquello que es anunciado. La orientación del trabajo publicitario en definitiva deja clara la actitud persuasiva del mismo empleando un lenguaje sencillo y directo.

Esta comunicación mostrará, en definitiva, como el tipo música no es elegido arbitrariamente y la importancia que puede tener para hacer llegar el mensaje publicitario al público. La música, la persuasión, y la publicidad se dan la mano en un trabajo publicitario que es símbolo de una comunicación muy cercana y bien enfocada.

Palabras clave: Música - Publicidad audiovisual - Persuasión

COLISIONES TEMPORALES Y ESPACIALES EN LA CREACIÓN AUDIOVISUAL CONTEMPORÁNEA: EL CASO DE JANET CARDIFF Y DE GREGORY CHATONSKY

AUTORES

Jesús Segura Cabañero y Toni Simó Mulet
Universidad de Murcia (España)
jesusegu@um.es y simo@um.es

Este texto se enmarca en el conjunto de investigaciones desarrolladas en el proyecto de investigación "Temporalidades de la imagen: heterocronía y anacronismo en la cultura visual contemporánea", dentro de la modalidad de proyectos I+D+I del ministerio de Economía y Competitividad (HAR-2012-39322).

El presente texto analiza la recepción de la visualidad contemporánea a través de la temporalidad, la espacialidad, la memoria y la historia de la imagen proyectada en movimiento sobre las obras de los artistas Janet Cardiff y Gregory Chatonsky. El análisis se fundamenta en las características específicas del tipo de producción artística de los nuevos medios, basados en el tiempo, el espacio y la memoria, es decir, aquellas obras de arte que dependen de la tecnología, la duración temporal y su emplazamiento narrativo en el espacio como dimensión interpretativa, así como en sus modelos de persuasión comunicativa.

El problema de entender la contemporaneidad en la obra de arte se basa precisamente en esa colisión de los espacios y los tiempos, que son alterados debido a sus contextos y a sus prácticas procesuales.

Analizaremos las anacronías espacio-temporales de las intervenciones artísticas de Janet Cardiff. Sus obras decodifican la obsolescencia de un espacio para articular modelos espacio-temporales que dialogan entre pasado-presente. La obra de Cardiff se analizará teniendo en cuenta a autores como Andreas Huyssen y Dylan Trigg que han aportado el estudio de los palimpsestos urbanos y los discursos de la memoria del lugar.

Analizaremos también las heterocronías espacio-temporales en las prácticas artísticas del artista Gregory Chatonsky que modifican el estatuto espacial del lugar y que incorporan una hibridación de lo local y lo global. La obra de Chatonsky se contrastará con autores como García Canclini y Henri Lefebvre que han estudiado el proceso de transformación etnográfico de los espacios urbanos.

Palabras clave: Recepción - Audiovisual - Temporalidad - Memoria - Experiencia

DIAGNÓSTICO DE LA ARTESANÍA DE TÁNGER. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN PARA LA RENOVACIÓN DEL SECTOR

AUTORES

Esther Simancas González, María García García, Carmen Silva Robles, Said Balhadj y Driss Ferhane

Universidad de Cádiz, Universidad de Extremadura y Université Abdelmalek Essaâdi (Marruecos)
esther.simancas@uca.es, mgargar@alcazaba.unex.es, carmensilva.robles@uca.es y
sbalhadj@yahoo.fr

El proyecto ha sido desarrollado por investigadores pertenecientes a las universidades las Universidad de Cádiz y Universidad Abdelmalek Essaâdi de Tánger-Tetuán y financiado por el Aula del Estrecho.

La cooperación entre los territorios situados a ambos lados del Estrecho es una realidad apremiante. De acuerdo con Sánchez de las Heras (2006) puede decirse que el sur de España y el norte de Marruecos comparten un pasado histórico común y la pertenencia a un espacio geográfico de características ecológicas muy similares. Relaciones económicas, sociales, culturales que convierten la cooperación entre ambos países en un objetivo prioritario tanto para la Unión Europea como para los gobiernos de ambos países.

Asimismo, la artesanía es un sector debilitado a ambos lados del Estrecho en gran medida por los profundos cambios en los sistemas de producción y en las pautas de consumo (Sánchez de las Heras, 2006). Es por esto que la promoción de la artesanía local y su valor económico en la región transfronteriza Andalucía-Norte de Marruecos ha ocupado un lugar destacado para la Junta de Andalucía en los últimos años (Valencia y Agudo, 2011).

El principal objetivo de este trabajo es conocer los puntos fuertes y débiles de la artesanía de la región Tánger-Tetuán para sentar las bases de planes de comunicación y promoción sólidos que reflejen su identidad y sean coherentes con la realidad del sector y pueda ayudar al reposicionamiento del mismo. La correcta promoción y difusión de la artesanía podría suponer un acicate para un sector en horas bajas ya que según Blay Arraez et al. (2014:21) la competitividad y el futuro de los sectores tradicionales, como es el caso de la artesanía, pasa por “la instalación de la cultura de la comunicación en estos sectores, la oportuna cooperación entre las distintas empresas para construir marcas territorio potentes y la fijación de una relación de confianza y eficacia entre agencias y organizaciones”.

Ante la inexistencia de literatura previa que aborden la cuestión de la difusión y la comunicación del sector, se ha llevado a cabo una aproximación exploratoria al objeto de estudio con una doble dimensión: conocer la imagen interna y la imagen que el sector tiene en Andalucía.

Para ello, se han realizado entrevistas con actores andaluces (9 maestros artesanos y 3 instituciones) implicados en el sector artesanal y grupos de discusión con (9) artesanos tangerinos con el fin de realizar una primera radiografía del estado de la cuestión. El resultado de estas entrevistas y de los grupos de expertos se refleja en un análisis DAFO que revela un sector artesanal con una identidad muy diluida e indiferenciada así como reticente a la innovación y a las nuevas tecnologías.

Palabras clave: Sur de España - Norte de África - Cooperación - Artesanía - Fortalezas y debilidades

LA CREATIVIDAD EN EL ARTE COMO PROYECCIÓN ESTÉTICA DE LA PULSIÓN. HERMENÉUTICA DE LA IDENTIDAD DIGITAL

AUTORA

Rita Vega Baeza

Universidad Autónoma de Zacatecas (México)

mrvbaeza@hotmail.com

La creatividad tiene tal connotación en los ámbitos escolares de cualquier nivel que se le ubica como el punto de llegada óptimo tanto en el arte, la ciencia y la investigación. La propia creatividad también ocupa un lugar central en las expresiones artísticas escolares o no. Incluso se ha estudiado el lugar que ocuparía la enfermedad como generatriz de una determinada obra, lo que contraviene la idea común del aprendizaje y la sobriedad escolar para lograrlo. Una de las explicaciones sobre la creatividad es el concepto de “pulsión” que puede pensarse desde Freud y Lacan, pero estableciendo un diálogo con otros autores como Nietzsche, Sloterdijk, Sandblom, Heidegger, etc. y también considerando las metas de los grandes organismos internacionales ocupados de la educación en general y del arte y la cultura en particular como son la UNESCO y la OEI.

Hay un problema que surge actualmente y que no pudo ser pensado por los autores arriba mencionados que es el de la *identidad digital* y sus derivas. No es un reproche sino la observación de una realidad que les excedió, la de poder pensar las Tecnologías de la Información y la Comunicación en torno a la identidad del sujeto en general y las posibilidades del arte en particular.

Es que cuando Freud especifica que la meta de toda pulsión es la satisfacción pero que ésta se desvanece o no se puede reconocer –por parte del yo- apenas alcanzado el pretendido objeto que la satisfaría, en virtud de que éste último es lo más variable de la misma pulsión –quizá esto último podría quedar más claro si lo enlazamos con una analogía: todo número cualquiera puede pensarse como específico pero la numeración es infinita, no hay *el* último número-, se inferiría que en un trabajo como el de un pintor, por ejemplo, la deriva pulsional, en mejor de los casos, es la sublimación.

De ello se deducen otras consecuencias respecto del investigar, el obrar y el crear según el todavía actual y controvertido autor: «Aquel que ha comenzado a sospechar la magnificencia de la cohesión universal y sus inmutables leyes, pierde fácilmente su propio, pequeñísimo, yo. Sumido en la admiración y poseído de una verdadera humildad, olvida con demasiada facilidad que es por sí mismo una parte de aquellas fuerzas cuya actuación le maravilla y que puede intentar variar, en la medida de sus energías personales, una pequeñísima parte del necesario curso del mundo, de este mundo en el que lo pequeño no es menos maravilloso ni importante que lo grande» (S. Freud, 1910). Es que desde esta perspectiva el mismo acto de crear, de investigar, es por completo diverso y contrario de lo que en general se enuncia desde la propia ciencia, a saber, que ésta sería un producto exclusivo de la razón, de la conciencia; y su resultado óptimo evidente, sería sólo posible porque se ha usado el método científico apoyado en aquéllas.

Palabras clave: Creatividad - Arte - Pulsión - Hermenéutica - Identidad digital

LA UNIVERSIDAD VIGILADA: EL SEGUIMIENTO DE LOS ESPÍAS DEL TARDOFRANQUISMO A LOS OPOSITORES EN LA EDUCACIÓN A TRAVÉS DE SUS INFORMES CONFIDENCIALES

AUTOR

Ernesto Villar Cirujano

Villanueva Colegio Universitario adscrito a la U. Complutense de Madrid (España)

evillar@villanueva.edu

De todos los frentes de oposición a la Dictadura franquista, de la política a los púlpitos, de las fábricas a las aulas, uno de los más activos y eficaces fue la Universidad. La presencia constante de militantes y simpatizantes de la oposición, o la simple actitud reivindicativa de la juventud de la época, de cualquier juventud, obligó al Franquismo a mantener una permanente red de confidentes y agentes de información con el vano objetivo de adivinar, prevenir e impedir las protestas.

La presente ponencia analiza cómo fue el seguimiento y la vigilancia por parte de los servicios de información del Gobierno a todos estos grupos “subversivos”. Esta aproximación histórica se hace a partir de unos documentos inéditos hasta la fecha, que permanecían sin catalogar: los llamados **Boletines de Situación** elaborados por el Servicio Central de Documentación (SECED), la agencia de inteligencia dependiente de Presidencia del Gobierno y antecesora del Centro Superior de Información de la Defensa (CESID) y del Centro Nacional de Inteligencia (CNI).

Estos Boletines de Situación tienen su valor principal en que eran información estrictamente confidencial y privilegiada, ya que sus destinatarios eran únicamente las principales autoridades del Estado, desde Franco hasta el Príncipe Juan Carlos, pasando por el presidente del Gobierno, algunos ministros y determinadas autoridades militares. Se elaboraban semanalmente, tenían una media de 50 páginas y estaban divididos en los cinco sectores en los que a su vez se organizaba el SECED: político, religioso, laboral, profesional y, de especial importancia, el educativo. En la presente investigación se analizarán los 42 números correspondientes al último año de la Dictadura.

El contenido de estos Boletines aporta dos elementos de importancia histórica. Primero, porque los confidentes –como han destacado, 40 años después, sus autores en las entrevistas mantenidas con este autor- no se limitaban a describir unos hechos, sino que analizaban, interpretaban y categorizaban lo que estaba ocurriendo, de tal manera que servían de guía para que las autoridades tomaran las decisiones. Eran, como se ha destacado, información privilegiada, con el matiz añadido de que no eran una información “condescendiente” con el poder, sino que sus autores pretendían mostrar al Gobierno la realidad “tal cual era”, lo que incluía en ocasiones críticas a las autoridades educativas.

En segundo lugar, el análisis del contenido de los Boletines de Situación permite hacer un seguimiento, inédito hasta la fecha, de a qué grupos ilegales hacían un seguimiento los agentes infiltrados del Gobierno. El índice de detalle de los confidentes es tal que en cada uno de ellos se especifica no sólo qué actos de protesta ha habido, sino los eslóganes, el número de personas que los ha secundado y el resultado.

La conclusión es que, tal y como desvelan los informes, el Franquismo tenía una referencia detallada de la magnitud del “incendio” en las aulas, con todo lujo de detalles, pero precisamente las proporciones de esta protesta generalizada hicieron imposible impedirla.

Palabras clave: Servicios secretos – SECED – Franquismo – Universidad – Comunismo



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

MISCELÁNEA 2:

La realidad
audiovisual, la
publicidad y las
RR.PP. hoy

PUBLICIDAD INNOVADORA EN LAS GALAS DE CINE: EL CASO DE CANS

AUTORAS

Anna Amorós Pons y Patricia Comesaña Comesaña

Universidad de Vigo Pontevedra (España)

amoros@uvigo.es y print13@hotmail.com

La aportación se centra en investigar el modo en que las Relaciones Públicas especializadas diseñan estrategias publicitarias innovadoras aplicadas al caso específico de los eventos cinematográficos, al apoyarse en las características de inmediatez, movilidad, multipantalla, transmedialidad de contenidos que las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen como soportes publicitarios, que han llevado a generar nuevas formas de comunicar y novedosas fórmulas publicitarias que trascienden los tradicionales *mass media*.

A través de un estudio cualitativo de caso centrado en el Festival de Cans -como modelo de referencia en Galicia y España por su naturaleza peculiar y el modo en que desarrolla tanto sus estrategias promocionales y publicitarias 360° como sus acciones de relaciones públicas- que lo convierten en un patrón a seguir por otros eventos nacionales e internacionales de similares características.

Tras el análisis se constata la existencia de una estrategia publicitaria que se apoya en el diseño de un protocolo ceremonial *ad hoc*, considerado este como una estrategia de anti-protocolo. Estas acciones de Relaciones Públicas se apoyan en la parodia, el “agroglamour” y el concepto “Galiwood” (entendido desde el punto de vista de la estética de la cultura rural gallega) para trasgredir las normas tradicionales de etiqueta, convirtiéndose en un elemento de diferenciación frente a la concepción tradicional de los eventos cinematográficos. Tomando como punto de partida esta concepción se definen las estrategias *crossmedia* y *transmedia* vinculadas al festival gallego.

Conocer el modo en cómo se desarrollan las acciones *cross-channel*, cómo se gestiona el *social media* o se explotan las *fandom*, los *twitts*, los *hashtags* o los vídeos virales como soportes para incentivar la creación de contenidos -previamente, durante y posteriormente a la celebración del evento- permite vislumbrar la repercusión mediática de la gala, su capacidad de generar *engagement* y *feedback* en la audiencia así como la posibilidad de establecer sinergias con otras páginas sociales y marcas comerciales para obtener ingresos económicos derivados de la asistencia de público al festival, de la venta de productos de *merchandising* y de la financiación de entidades y empresas (a través de acciones de patrocinio y mecenazgo). Estas estrategias de comunicación 360° convierten el Festival de Cans en una herramienta de comunicación que trasciende su propia esencia como potenciador de la industria audiovisual gallega, para poner en valor otros aspectos como la cultura de lo rural, la música, el folclore y etnografía autóctona, la economía o el turismo de Galicia.

Los resultados obtenidos en el estudio transmiten la capacidad de los festivales de cine para llevar a cabo acciones de *blended marketing* aunando las acciones de relaciones públicas *offline* con las acciones de marketing y comunicación *online*, convirtiendo a estos eventos en una oportunidad de negocio.

Palabras clave: Publicidad innovadora - Galas cinematográficas - Festival de Cans - Galicia - España

MODA Y VESTIDO: MEDIACIONES AUDIOVISUALES PARA LA CREACIÓN DE SUBJETIVIDADES

AUTORA

Francia Andrade Quiroz

Universidad Simón Bolívar (Venezuela)

andrade.francia@gmail.com

Este trabajo plantea la importancia de la moda en los distintos productos que la industria cultural ofrece, especialmente, las telenovelas venezolanas, ya que los medios de comunicación audiovisuales contribuyen a la performatización de conductas y estereotipos y al mismo tiempo, a la creación de subjetividades. El objetivo general de este artículo es mostrar al vestido como una tecnología de poder capaz de dibujar en el imaginario colectivo distintos modelos vestimentarios vinculados con el estatus social y las ideologías políticas, religiosas, entre otras, que luego son reproducidos en el entramado social real.

La ponencia analiza algunas muestras de telenovelas venezolanas partiendo del clásico: “Por estas calles”, dramático venezolano que inaugura la era de la telenovela urbana con contenidos sociales y en donde se puede apreciar contundentemente, la estratificación de la sociedad venezolana para 1992.

Este trabajo tuvo su apoyo en las teorías de Michel Foucault y Denise Jodelet principalmente. También en impresos del Siglo XIX como la Revista *El Entreacto* y fotografías de la época de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez. El trabajo llega a la conclusión, de que la moda, el vestido, es y ha sido siempre un mediador de los procesos políticos, es una tecnología que dialoga con otras, como las telenovelas, para la creación de imaginarios y también para la imposición de ideologías, en nuestro caso, las mediaciones han estado, efectivamente, del lado de la política, pero con variaciones en la enunciación.

Palabras clave: Moda - Política - Enunciaciones - Medios audiovisuales - Subjetividades

LA LABOR DEL LENGUAJE EN LA FILMOGRAFÍA DEDICADA A LOS 300 ESPARTANOS: ‘EL LEÓN DE ESPARTA’, ‘300’ Y ‘CASI 300’

AUTORA

Cristina Armunia Berges

Universidad Complutense de Madrid (España)

cristinaarmuniaberges@gmail.com

“Si el pensamiento corrompe el lenguaje, el lenguaje también puede corromper el pensamiento” (George Orwell)

Cuando el cine trata temas del pasado intenta acercarse a las épocas remotas a través de elementos clave como son el vestuario, el *atrezzo*, la acentuación de los rasgos de los personajes, las bandas sonoras y también a través del lenguaje. La manera de expresarse de los personajes o del mismo narrador puede hacer que una cinta cambie radicalmente de género y también de objetivos.

El lenguaje lo vemos reflejado, casi en su totalidad, en los diálogos que mantienen los protagonistas. Cabe destacar que las películas que pretenden rescatar un pasaje histórico muy alejado en el tiempo suelen utilizar lenguajes completamente anacrónicos con respecto a la etapa relatada. Esto sucede por diferentes razones como por ejemplo por la complejidad que supondría para cualquier guionista reproducir conversaciones del siglo V anterior a Cristo. Otra de las razones que exponemos en este resumen podría ser la ineficacia del lenguaje clásico en las salas de cine actuales. Un lenguaje del pasado que casi no se entiende, con una gran riqueza de vocabulario, formas verbales y metáforas imposibles no atraería al gran público, que es para el que se realizan las películas y mucho más en la fábrica de Hollywood.

Lo que se suele hacer con el lenguaje clásico en las películas modernas es actualizarlo para que resuene a pasado pero se entienda en el presente. Esto resulta muy atrayente para el público masivo pero es una técnica que deforma en gran medida la historia y también las interrelaciones que mantienen los personajes.

Mientras que en *El león de Esparta* el lenguaje es solemne y trabaja al servicio de la historia, en la cinta cómica de *Casi 300* los hechos históricos son totalmente secundarios y lo que importa es hacer que el espectador estalle en una carcajada. Por otro lado, la película dirigida por Zack Snyder *300* utiliza el lenguaje como vehículo de la heroicidad y también del colonialismo cultural.

De la nobleza del héroe dibujada en *El león de Esparta* o en *300* se pasa, a través del lenguaje, a la ridiculización total del espartano Leónidas. El líder es dibujado en sus diálogos como un niño o un líder afeminado (y no es que importe su orientación sexual sino que los guionistas han escrito de tal manera la trama que se relaciona constantemente la homosexualidad con la poca fiereza del héroe Leónidas).

Historia, heroicidad y humor son la tríada de tonalidades que nos encontramos en los diferentes registros del lenguaje utilizados en las películas de Rudolph Maté, Seltzer & Friedberg y Zack Snyder sobre la historia de los 300 espartanos en la batalla de Las Termópilas.

Palabras Clave: Cine histórico - Anacronismos - Lenguaje - Humor

CUANDO LA MARCA ES VULNERABLE: LA PUBLICIDAD EXTERIOR VANDALIZADA

AUTORA

Rosana Bazaga Sanz

Universidad de Málaga (España)

r.bazagasanz@gmail.com

En plena era digital, conceptos como la generación de contenidos por parte de los usuarios parecen propiedad exclusiva de formatos publicitarios novedosos, propios de plataformas *online* como las apps o las redes sociales. Sin embargo, asistimos a un tipo de creación de contenido *offline* que recurre a técnicas analógicas y manuales para establecer diálogos con las marcas, sintonizando además con la realidad social más inmediata. Hablamos de las interacciones intencionadas que se producen entre el receptor y la publicidad exterior y que encontramos en los espacios públicos urbanos. Estas *conversaciones* lejos de seguir el tono comunicacional propuesto por el anunciante suponen un choque dialéctico que las sitúa dentro del movimiento del *culture jamming* o sabotaje cultural, un movimiento de resistencia a la comercialización de la sociedad mediante acciones de guerrilla (Pachecho, 2009).

En este artículo reflexionaremos sobre el concepto de *publicidad vandalizada*, haciendo hincapié en las connotaciones semánticas y en sus implicaciones sociales. Nos centraremos en aquellos casos en los que no se anule por completo el mensaje de marca ya que nos interesa la hibridación producida por un diálogo no planificado que hace virar el mensaje del discurso comercial hacia la protesta social, la expresión artística o el humor. Enmarcaremos el fenómeno dentro la contrapublicidad o *subvertising* y analizaremos algunos de los ejemplos de mayor repercusión mediática.

Palabras clave: Publicidad exterior - Publicidad vandalizada - Contrapublicidad - Comunicación social - Ciudad

DETERIORO DE LA IDENTIDAD DE MARCA: CAMBIO DE IMAGEN DE MARCA, PASOS A UNA REVOLUCION CORPORTIVA. CASO: CALZADO DEPORTIVO KELME

AUTOR

Amanda Bernabel Dicient

Universidad Camilo José Cela (España)

adamesnisa@gmail.com

El ser humano se rige por la percepción que tiene de las cosas, situaciones y actividades, esta a su vez se convierte en la imagen que se tiene de ellas, dando paso a una reacción favorable o desfavorablemente que hace que se actué de determinada manera frente a las cosas. Este circuito afecta también las marcas, la misma que era considerada sólo para reconocer una propiedad pero que hoy día ha llegado a considerarse como un verdadero fenómeno social (Costa 2004).

En esta dinámica entre percepción e imagen existe un factor preponderante; la sobreoferta de información que enfrenta un consumidor a la hora de elegir un producto que cambia de manera transcendental las reglas del juego selectivo. Frente a la catarata de oportunidades de información, aún el consumidor más avisado necesita realizar un trabajo de administración, un recorte del universo disponible y un sistema de resúmenes útiles al momento de adoptar una decisión; esa es la razón y el valor de las marcas, así como la importancia de crear una identidad fuerte (Vexina, 2002). Identidad que llega al consumidor por medio de un mensaje o línea comunicacional que se proyecta en la imagen que posee la marca o servicio, una estrategia de asociaciones que crean su esencia, la que permitirá diferenciar e identificar a esa marca del resto (Martin 2012), dando paso a que el mercado conozca la apuesta estratégica que hace una empresa para que sus marcas sean percibidas de una manera determinada.

Pero ¿que ocurre cuando ese mercado al transcurrir del tiempo pierde los intereses o ya no reconoce entonces esa marca como antes, puede haber un deterioro en ella, en el mensaje o en la línea de comunicación? Partiendo de todas estas interrogantes esta investigación analiza la Marca Deportiva *Kelme*, una marca española que en la actualidad pareciera no presentar el repunte que tuvo décadas atrás. Basándola en 14 entrevistas a profundidad del mundo deportivo y la publicidad, además de una auditoria de imagen de la marca *Kelme versus* su competencia, cuyos resultados fueron evaluados sobre el Análisis de Contenido para conocer si la marca de calzado deportivo *Kelme* tiene un deterioro de su imagen de marca, contrastándolo con una evaluación de su posicionamiento actual y aplicando las técnicas de reposicionamiento de marca para dar paso a analizar si es posible otorgarle, al menos desde el punto de vista comunicacional, una mejor imagen de marca de necesitarla.

Palabras Claves: Identidad - Imagen - Deterioro de marca - Marca deporte - Reposicionamiento

EL RÉGIMEN JURÍDICO SOBRE LA PUBLICIDAD COMPARATIVA EN EL DERECHO ESPAÑOL. ESTUDIO DE CASOS CONCRETOS

AUTORAS

Estela Bernad Monferrer y Zeynep Arda

Universitat Jaume I de Castellón (España) e Izmir University of Economics (Turquía)

bernad@uji.es y zeynep.arda@ieu.edu.tr

El régimen jurídico español de la publicidad comparativa ha sufrido importantes modificaciones como consecuencia de la transposición de distintas Directivas (Directiva 97/55/CE, de 6 de Octubre, del Parlamento Europeo y del Consejo de 6 de octubre de 1997 por la que se modifica la Directiva 84/450/CEE sobre publicidad engañosa, a fin de incluir en la misma la publicidad comparativa) que llevaron la revisión de la LGP de 11 de noviembre de 1988, cristalizando en variadas normas que han visto la luz en los últimos tiempos, especialmente, en la última década.

Debido a ello, en estos años, hemos podido observar como particularmente la doctrina ha ido plasmando un régimen propio para la publicidad comparativa, que ha pasado a ser contemplada como un instrumento muy útil mientras se realice de forma correcta y lícita. De esta forma, la tradición que comportaba la casi erradicación de la publicidad comparativa por considerarla denigratoria o desleal, ha sido sustituida por la implementación en nuestro sistema legislativo de la legislación comunitaria al respecto, permitiendo un cambio de planteamiento que ha comportado la aceptación de esta técnica publicitaria.

Los cambios legislativos se vieron plasmados en primer lugar, por la Ley 39/2002, de 28 de octubre, de transposición al ordenamiento jurídico español de diversas directivas comunitarias en materia de protección de los intereses de los consumidores y usuarios, y entre ellas la Directiva sobre publicidad engañosa y comparativa, que modificó el artículo 6 y el artículo 6 bis de la LGP. Posteriormente, esta norma volvió a ser modificada por la Ley 29/2009 (de 30 de diciembre, por la que se modifica el régimen legal de la competencia desleal y de la publicidad para la mejora de la protección de los consumidores y usuarios).

Todo este desarrollo legislativo derivado de la necesaria implementación del derecho comunitario a nuestro derecho interno, en algunos momentos ha llevado a que se produzcan situaciones de solapamiento e incomprensión con relación a la publicidad comparativa, que ha sido solventado tras la última modificación por la Ley 29/2009.

Con este trabajo, pretendemos analizar el recorrido de la figura de la publicidad comparativa partiendo de los ejemplos que se han producido en los últimos tiempos, sopesando la evolución producida en estos años, tomando la definición de esta técnica publicitaria para justificar la razón de ser de la misma que fundamenta su necesaria existencia, para poder facilitarnos una adecuada interpretación de su normativa reguladora.

Palabras clave: Publicidad comparativa – Publicidad ilícita – Ley General de la Publicidad – Ley de Competencia Desleal – Autorregulación

LA GESTIÓN DE EVENTOS COMO MEJORA DE LA REPUTACIÓN CORPORATIVA EN INSTITUCIONES Y EMPRESAS

AUTORA

Jara Bernués Oliván

Universidad Complutense de Madrid (España)

jara@comunicacionyprotocolo.com

La noción de gestión se extiende hacia el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto, a la vez que supone la dirección o administración de una compañía o institución. El objetivo de este artículo es reflexionar sobre la importancia de la gestión de un evento como fórmula para mejorar la imagen corporativa de empresas e instituciones.

Conseguir aumentar los resultados óptimos es el objetivo de la gestión, que depende de cuatro pilares básicos gracias a los cuales puede conseguir que se cumplan las metas marcadas.

El primer pilar es la estrategia. Es decir, el conjunto de líneas y objetivos que se deben llevar a cabo para consolidar las acciones y hacerlas efectivas. El segundo es la cultura como grupo de acciones para promover los valores de la empresa o institución en cuestión. En tercer lugar, la estructura como conjunto de actuaciones para promover la cooperación, compartir el conocimiento y situar al frente de las iniciativas a las personas mejor cualificadas. Por último la ejecución. Tomar las decisiones adecuadas, fomentar la mejora de la productividad y satisfacer las necesidades de los consumidores.

En esta ponencia se reivindica la necesidad de integrar la gestión como fórmula para el desarrollo de un evento.

La gestión de eventos en la empresa, en definitiva, supone un compendio de la gestión social, de proyectos y del conocimiento, en el que interactúan todos los factores para llevar a cabo una correcta producción de un acto.. Un buen gestor, a través de un buen acto, representará una buena imagen.

En la línea de algunos autores, una buena imagen atrae a la gente necesaria para el éxito: analistas, inversores, clientes, socios y empleados, o ciudadanos respecto a una institución. La investigación de la imagen de la empresa requiere situarse en las necesidades de acción estratégica de comunicación de la compañía y, a partir de ahí, abordar un proceso metodológico de descubrimiento y análisis de los diferentes aspectos requeridos, para asociar a la identidad de la empresa, institución u organismo de que se trate la valoración positiva de reputación

La imagen corporativa es la impresión que se genera en la mente del público. En realidad no podemos hablar estrictamente de imagen corporativa, sino más bien de imágenes corporativas, ya que están conformadas por las percepciones, impresiones y experiencias de un conjunto muy variado de personas.

Organizar un evento gestionando eficazmente los recursos que tengamos a nuestro alcance, valorando la innovación, la creatividad y el respeto a las tradiciones, es la herramienta más eficaz para mejorar la reputación corporativa.

Palabras clave: Gestión - Reputación corporativa- Eventos - Imagen - Institución

LAS RELACIONES PÚBLICAS EN EL ÁMBITO SANITARIO. ESTADO DE LA CUESTIÓN

AUTORA

Lorena Busto Salinas
Universidad de Burgos (España)
lbusto@ubu.es

La inclinación por las informaciones acerca de la medicina y la salud ha experimentado un gran crecimiento en los últimos años. Así, se han multiplicado los departamentos de comunicación en las instituciones sanitarias y el número de esta clase de informaciones en los medios de comunicación. Además, los pacientes se informan más acerca de sus necesidades y juegan un papel más activo en las decisiones relacionadas con su salud.

Todo esto no implica necesariamente que la calidad de las informaciones haya aumentado y, visto el interés que la población tiene por estos asuntos, parece evidente que las organizaciones sanitarias necesitan incorporar funciones de relaciones públicas en su actividad diaria.

En consecuencia, este artículo repasa el estado de la cuestión de las relaciones públicas en el terreno sanitario. Para ello, se ha hecho una revisión bibliográfica, incidiendo en varios aspectos de esta disciplina, como los roles y modelos adoptados, los conocimientos estratégicos y de investigación de los comunicadores, la gestión de conflictos potenciales y crisis, la relación con la dirección, la importancia a las diferentes etapas de un programa de relaciones públicas, etc.

Entre los resultados obtenidos se observa que, para empezar, existe muy poca bibliografía sobre relaciones públicas en el ámbito sanitario en comparación con otros campos. Pese a ello, de las pocas indagaciones realizadas hasta la fecha se constata que la mayoría de los comunicadores del ámbito de la salud adoptan un rol técnico frente a uno directivo y emplean normalmente modelos unidireccionales en vez de bidireccionales. Además, en general, aún no hacen un uso estratégico de la comunicación ni participan en la toma de decisiones de las entidades. Tampoco abundan los conocimientos sobre investigación ni se tiende a utilizar con eficacia las nuevas tecnologías. Por el contrario, en ocasiones forman parte de la dirección y muy a menudo dependen de gerencia; además, consideran que tienen bastante poder. En cuanto a la gestión de conflictos potenciales y crisis, se constata que la mortificación (una de las posibles respuestas ante una crisis, aparte de la negación, la distancia, congraciarse y el sufrimiento) se usa cada vez más.

Al igual que sucede con el resto de elementos estudiados, existen muy pocos estudios que analicen las fases de un programa de relaciones públicas (investigación, planificación, comunicación y evaluación) en el campo de la salud. Salvo casos concretos, los comunicadores sanitarios no otorgan demasiada importancia a las dos primeras etapas y suelen centrarse en la comunicación. En cuanto a la evaluación, hay diversidad de opiniones, pero la mayor parte de los estudios concluyen que no hay demasiada.

Palabras clave: Relaciones públicas – Comunicación sanitaria – Gestión de crisis – Nuevas tecnologías

LAS PRODUCCIONES DE FICCIÓN DE LAS PRINCIPALES CADENAS GENERALISTAS EN ESPAÑA: DESDE 'EL MINISTERIO DEL TIEMPO' A 'GALERIAS VELVET' PASANDO POR 'EL PRÍNCIPE': ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DEL SISTEMA DE PRODUCCIÓN

AUTORA

Natividad Cristina Carreras Lario
Universidad de Sevilla (España)
crisrina@us.es

En febrero del 2015 comienza la emisión de la serie *El Ministerio del tiempo* creada por los hermanos Olivares, pocos meses después Telecinco, estrena su segunda temporada de *El Príncipe*, y en septiembre comienza la tercera temporada de *Galerias Velvet* en Antena 3.

Las tres series, en apariencia, tan distintas, sobre todo en contenidos y géneros dramáticos, tienen muchos elementos en común en cuanto al sistema de producción. Además de compartir formato, presencia en *prime time* y reforzar la marca de estilo de cada una de sus cadenas, son las tres, series de éxito en audiencia directa, en redes sociales y en distribución internacional. Han sido producidas por algunas de las productoras más relevantes del panorama español del presente, en régimen de producción financiada: *Onza Partners* y *Cliffhanger*, *Plano a Plano*, y *Bambú Producciones*.

El objetivo de este estudio es poner de manifiesto las similitudes en la forma de trabajar de todos los departamentos que participan en cada una de las producciones. En España se ha creado un método de trabajo que hace posible que la ficción televisiva de nuestro país no solo sea mucho más demandada que las series norteamericanas en televisión lineal, sino que esté compitiendo con ellas en la televisión *on demand*, como es el caso de *El Ministerio del tiempo*.

Palabras clave: Serie dramática - Televisión española - Producción de ficción - Televisión *on demand* - Cadenas generalistas

LOS PRINCIPALES PARADIGMAS Y PERSPECTIVAS EN LAS RELACIONES PÚBLICAS CONTEMPORÁNEAS: UNA PROPUESTA DE CLASIFICACIÓN PARA EL ESTUDIO DE LA DISCIPLINA

AUTOR

Marc Compte Pujol
Universidad Ramón Llull (España)
MarcCP5@blanquerna.url.edu

A diferencia de lo que sucede en otras ciencias sociales, los investigadores en relaciones públicas tienden a obviar la existencia de los múltiples acercamientos teóricos en sus estudios sobre la disciplina (Stacks et al., 1996: 459). Este hecho podría deberse tanto a la relativa escasez de clasificaciones conceptuales existentes, como a la falta de quórum sobre la división, las fronteras y la nomenclatura de las mismas.

Con el objetivo de facilitar la comprensión de la aparente complejidad teórica y terminológica de las relaciones públicas contemporáneas, el presente estudio busca ordenar y simplificar de un modo esquemático la diversidad de paradigmas y perspectivas que coexisten en la actualidad.

Para ello, se ha realizado una revisión bibliográfica de las principales clasificaciones realizadas anteriormente por expertos académicos de ámbito español e internacional, buscando la identificación de aquellos conceptos clave que las asemejan y de aquéllos que las distinguen.

Tras detectar las principales líneas de pensamiento que sobresalen de las categorías analizadas, el estudio concluye con una propuesta de clasificación elaborada por el autor, capaz de aglutinar y ordenar los principales paradigmas, perspectivas y teorías en relaciones públicas de un modo coherente con los grandes paradigmas existentes en ciencias sociales.

Palabras clave: Paradigmas en Ciencias Sociales – Paradigmas en Relaciones Públicas – Teoría de las Relaciones Públicas

EL TRIÁNGULO INMERSIVO: PANTALLAS, FORMATOS Y ESPECTADORES EN LA ERA DEL CINE DE REALIDAD VIRTUAL

AUTORA

Laura Cortés Selva

Universidad Católica de Murcia (España)

lcortes@ucam.edu

El término “inmersión” alude a la capacidad del ser humano para introducirse en otros universos, ya sean ficticios o más o menos próximos a la realidad. Sin embargo, ¿qué sentido adquiere aplicado al ámbito de la cinematografía?

Esta presentación trata de mostrar que, aunque el deseo inmersivo es una constante presente desde los orígenes del cinematógrafo, la historia del cine puede dividirse en tres etapas atendiendo al nivel de inmersión logrado, por parte del espectador, en cada una de ellas. Dicha inmersión está condicionada por las transformaciones sufridas en los tres elementos que conforman el denominado *triángulo inmersivo*: las pantallas, los formatos y las audiencias.

Para lograr el objetivo expuesto se ha realizado un recorrido histórico desde los inicios del cinematógrafo hasta la actualidad, a través de un análisis de los principales autores que reflexionan en torno a la historia del cine. El principal interés de dicho análisis se centra en las transformaciones que han sufrido las pantallas, los formatos y las audiencias. Entre las conclusiones halladas se encuentra que, es con la aparición del cine de realidad virtual, cuando se puede hablar de una etapa propiamente inmersiva.

Palabras clave: Cine de realidad virtual - Cine inmersivo - Pantalla cinematográfica - Soporte cinematográfico - Audiencia

EL USO DEL VÍDEO CORPORATIVO POR LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLAS

AUTORES

Carmen Costa Sánchez y Juan Manuel Corbacho Valencia

Universidade da Coruña y Universidade da Vigo (España)

carmen.costa@udc.es y jmcorbacho@uvigo.es

El vídeo corporativo es el formato audiovisual que recoge la identidad, la misión, la visión y los valores de una institución dada. Es su tarjeta de presentación, especialmente, ante los grupos de interés externos. La evolución del video corporativo ha sido estudiada por Galindo Rubio (2004, 2006), quien explica que éste se ha vuelto más emotivo, pues pretende mostrar la identidad de la organización más que su personalidad. De esta forma, el mensaje se basa en la identificación del receptor con las imágenes que se muestran, razón por la cual percepciones puntuales son suficientes para garantizar la eficacia comunicativa del mensaje. Se hace una renuncia expresa a la información en pro de la emoción, en base a la firme creencia de que, en el contexto corporativo, ésta ha de situarse en otros medios y soportes que - en complementariedad o de forma aislada - hagan factible la redundancia de los mensajes.

Los canales de destino del video corporativo son sobre todo la web corporativa (con una presencia permanente ya que se trata de un producto no caduco ni sometido a la actualidad) y los canales de Youtube, Vimeo, etc. de la organización.

El presente artículo se plantea estudiar cómo son los vídeos corporativos que las entidades expertas en comunicación a nivel de educación superior (las facultades de Ciencias de la Comunicación españolas) han elaborado y proyectan a través de sus webs corporativas. Pretende analizar cuestiones de formato, de narrativa y de valores para conocer las distintas estrategias de diferenciación puestas en marcha.

Algunas de las preguntas de partida son: ¿Hay diferencias entre instituciones públicas y privadas? ¿Qué elementos se potencian más: el profesorado, el equipamiento, las salidas profesionales...? ¿Cómo buscan la diferenciación entre sí? La hipótesis de partida es que las facultades de comunicación españolas apuestan más por los valores materiales –equipos e instalaciones, fundamentalmente- que por los inmateriales –filosofía, valores y emociones- en su intento por presentarse ante la sociedad y sus inmediatos públicos externos (futuros alumnos).

La investigación emplea el análisis de contenido como metodología de estudio por medio de una ficha de análisis elaborada al efecto.

Palabras clave: Video corporativo – Comunicación Corporativa – Facultades de Comunicación - Relaciones Públicas - Análisis de contenido

FOTOGRAFÍA DOCUMENTAL CONTEMPORÁNEA. UNA EDAD DE ORO DEL ENSAYO VISUAL EN EL CONTEXTO DEL FOTOPERIODISMO DIGITAL

AUTOR

Elpidio del Campo Cañizares

Universidad Miguel Hernández de Elche (España)

edelcampo@umh.es

El ensayo visual en periodismo tiene una larga tradición anclada en los inicios del siglo XX con los trabajos pioneros de Jacob Riis o Lewis Hine. Ambas figuras, consideradas hoy prototípicas de un modo de entender la fotografía documental al servicio de una voluntad ilustradora y transformadora, sirvieron de estímulo al posterior desarrollo de los clásicos ensayos visuales de Eugene Smith en el marco del periodismo. Asociado a este nombre, el ensayo visual tuvo su edad dorada como género periodístico a mediados de siglo pasado en las revistas ilustradas norteamericanas —principalmente *Life* y *Time*—, antes de que la televisión se convirtiera en el poderoso y masivo medio a través del cual los ciudadanos se acercaron al mundo. Es precisamente el medio televisivo el que hasta el momento parece dirigir y condicionar la adaptación de los medios de comunicación tradicionales al contexto digital, puesto que están priorizando en Internet el formato vídeo como vehículo con el que seguir conectando con sus audiencias.

No obstante, las posibilidades ofrecidas por el soporte digital e Internet están favoreciendo la expansión de todo tipo de formatos y géneros propiciando, además, la aparición de otros nuevos intrínsecamente propios como el Webdoc. La imagen fotográfica, además de ser el complemento perfecto para muchos de ellos, está viviendo una segunda edad de oro asociada a la rica tradición de la fotografía documental. Innumerables premios y reconocimientos, plataformas de difusión y exhibición y una amplia visibilidad internacional han hecho de la imagen fotoperiodística casi un fenómeno popular encabezado por las actividades que promueve la asociación World Press Photo. Más allá de los prestigiosos premios y populares exposiciones que organiza WPP, la fotografía documental está teniendo un florecimiento incuestionable apoyado por numerosas becas y patrocinios internacionales.

El presente estudio analiza las cualidades y características de los nuevos trabajos de fotografía documental y sus relaciones con el fotoperiodismo, focalizándose en los proyectos subvencionados por dos prestigiosos centros internacionales: la Fundación Inge Morath y la organización sin ánimo de lucro AfterMath Project. El estudio del conjunto de los proyectos apoyados por ambas instituciones desde 2002 y 2006 respectivamente, observa y analiza no solo sus contenidos temáticos sino también sus cualidades formales. Si el ensayo visual documental vive hoy un momento excepcional no es solo por su amplia producción y difusión, sino especialmente por su elevada calidad estética y conceptual surgida, en muchas ocasiones, de tensiones e hibridaciones con la fotografía artística contemporánea.

Palabras clave: Fotoperiodismo – Ensayo Visual – Fotografía Documental – Fotografía Artística Conceptual – Becas internacionales.

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TELEVISIÓN

AUTOR

Francisco Javier Fernández Obregón

Universidad de La Laguna y Universidad Europea de Canarias (España)

prensa_10@infonegocio.com

La telepolítica ha provocado que todo gire en torno a la figura del candidato; las siglas pasan a un segundo plano. Con el reinado de la televisión en el mundo de la comunicación social la centralidad del líder frente a la organización es un hecho. Ahora, el candidato y su grupo de asesores se concentran más en la competencia mediática que en las labores tradicionales de la vida de partido. La televisión se ha encargado de desterrar el poder de la marca o partido y convertir la contienda electoral en un cruce de imágenes de personas. Es decir; la dictadura de la forma sobre el fondo.

La perfecta comunión entre política y televisión hace que la campaña electoral sea, innegablemente, televisiva y, por ende, aliñada con la tensión derivada del manifiesto interés de las formaciones políticas por "colocar" sus mensajes y el lógico papel que, como guardabarreras, ejercen los propios medios, en este caso la televisión.

Nos enfrentamos, pues, a una "americanización" de la política, que provoca, sobre todo, una obsesión por hacer que el candidato despunte sobre la organización y que los mensajes tengan una sobrecarga de emotividad. Y es la televisión quien, a través de cinco alambicados procesos, coadyuva a lograr los objetivos de la comunicación política moderna: mediatización de la política, audiovisualización de la política, espectacularización de la política, personalización de la política, y marketinización de la política.

Palabras clave: Telepolítica – Televisión - Comunicación política – Americanización – Candidato

ANÁLISIS DE LAS SERIES DE FICCIÓN EN LAS WEBS DE LAS TELEVISIONES GENERALISTAS ESPAÑOLAS

AUTORES

María Josefa Formoso Barro, Manuel García Torre y José Juan Videla Rodríguez

Universidade da Coruña (España)

m.formoso@udc.es, manuel.garcia.torre@udc.es y Videla@udc.es

La distribución de contenidos audiovisuales desde las cadenas de televisión ha sufrido una profunda transformación en los últimos cinco años. Las emisoras han pasado de programar sus productos propios y adquiridos en una parrilla cerrada a ofrecerlos para ser consumidos según las preferencias del espectador. Por otra parte, la pantalla del televisor ha dejado de ser el único medio para acceder a los contenidos, primero el ordenador y posteriormente los dispositivos móviles se han convertido en instrumentos de consumo de productos audiovisuales.

La ponencia que desarrollamos se centra en el estado actual de la comercialización de las series de ficción en las plataformas de web de las televisiones comerciales en abierto. Como se ha apuntado con anterioridad, las cadenas se han transformado en grandes contenedores que distribuyen productos a través de diferentes plataformas mediante una multiexplotación de esos contenidos.

En este contexto, las series de ficción son uno de los productos que atraen mayor número de espectadores, con su correspondiente influencia en los balances de resultados económicos. Una serie ya no es solo un capítulo que se emite en un medio durante un tiempo determinado. Ahora se recibe en multiplataforma y en torno a ella se articulan toda una serie de contenidos extra que han adquirido cada vez más peso en la concepción global del producto.

En el primer nivel de análisis nos centraremos en la forma en la que se presentan las series en las webs institucionales de las cadenas; en este punto será obligado reflejar si la serie tiene su propia página web. A partir de ese escalón habrá que aplicar una taxonomía que deberá abordar, entre otros aspectos, el lugar que ocupan en la arquitectura de la página, el tipo de contenidos asociados que se presentan, su conexión con las redes sociales y la estrategia *on line*, la forma en que se introduce la publicidad si es el caso o el desarrollo de las comunidades de seguidores y el papel que juega la interacción emisor-receptor.

Palabras clave: Páginas web – Televisión – Ficción – Interactividad – Distribución de contenidos

LA INDUSTRIA DE LA PUBLICIDAD FRENTE A LOS GRANDES PROBLEMAS DE NUESTRO TIEMPO

AUTOR

Javier García López

Universidad a Distancia de Madrid (España)

javier.garcia@udima.es

En la actualidad, la publicidad marca los caminos a seguir a las audiencias para que puedan eliminar o distraer sus dolores sociales, al menos de un modo imaginario o simulado. Multitud de académicos han propuesto que la publicidad es una herramienta de persuasión valiosa para perpetuar el engranaje productivista/consumista, en un contexto de crisis socioecológica creciente. El presente trabajo es un análisis sobre la capacidad que tiene la industria publicitaria de ofrecer condiciones óptimas para el ejercicio de la vida buena. Para ello, como método de estudio y de argumentación, se toma como punto de partida la filosofía práctica. Una filosofía de la acción humana que no descuida los contextos cotidianos y que presta atención a los problemas sociales, culturales y ambientales de nuestros días.

Los resultados del trabajo ponen de manifiesto que la publicidad no es el único mecanismo que tiene a mano el sistema para forjar la visión de no hay salida, pero se configura como un artefacto comunicativo que disimula en sus relatos la intención última de eternizar el régimen de consumo creciente. No obstante, lo que las narraciones publicitarias conllevan no son únicamente efectos en las decisiones de compra de los individuos. Se puede argumentar que la organización social preponderante sostiene un modo de vida que propicia el agotamiento de la naturaleza y de las relaciones sociales tal y como las conocemos.

La industria publicitaria, como una herramienta de seducción importante en manos de entes dominantes, puede agudizar la crisis social, cultural y ecológica en la que vivimos inmersos hoy. Utilizada como una herramienta al servicio de la ciudadanía, la publicidad también podría convertirse en una vía de persuasión en defensa de la socialidad y del medio ambiente. Todo ello abre un camino de reflexión sobre las limitaciones éticas de la publicidad y sobre su relación con la vida buena.

Palabras clave: Publicidad – Vida buena – Crisis socioecológica – Filosofía práctica – Ética

**LA TELEVISIÓN PRIVADA EN REINO UNIDO:
ACERCAMIENTO AL ESTILO DE CANAL
DE INDEPENDENT TELEVISION Y CHANNEL 4 (2004-2014)**

AUTORA

Silvia García Mirón

Universidad de Vigo (España)

silviamiron@uvigo.es

La producción televisiva inglesa se ha configurado y diferenciado en el mercado europeo con un estilo único y distintivo, especialmente en lo que se refiere a su producción de ficción seriada, desde la inacabable *soap opera Coronation Street* a series históricas de emisión actual como es el caso de *Downton Abbey*, *Shameless* o *Black Mirror*, que han tenido su protagonismo y significativa aceptación por parte de la audiencia en España. De este modo, pretendemos realizar un análisis de los contenidos y estrategias programáticas utilizadas por las principales emisoras de titularidad privada en el país británico: Independent Television (ITV) y Channel 4. El periodo de estudio se configura entre 2004 —año en el que se produce la consolidación empresarial de ITV dejando de ser un compendio de franquicias independientes y pasando a ser propiedad de cinco compañías, de las cuales dos, Carlton y Granada, se habían convertido en las principales propietarias— y 2014. Así, observaremos la evolución experimentada en los últimos diez años por los canales señalados en su franja horaria de máxima audiencia (que para el mercado inglés se establece entre las 18:00 y las 23:00 horas).

El principal objetivo de la investigación consiste en la realización de un análisis del estilo corporativo y especialmente programático de la televisión privada en Reino Unido, al tiempo que consideramos adecuado realizar una comparativa entre España y Reino Unido con el objetivo de observar diferencias y similitudes entre uno y otro mercado y poder, así, confirmar o refutar la hipótesis en la que señalamos que la cultura de un país ejerce una influencia clave en los contenidos y estrategias programáticas de una emisora. Con una lengua y realidad política diferente pero con ciertos puntos de enlace como la fuerte influencia americana en la televisión (especialmente en los contenidos de ficción) y la inclusión de otros formatos de origen europeo (en concreto de la mano de los *reality shows*) hacen que este tipo de comparativa España-Reino Unido resulte de relevancia para el conocimiento de nuestra propia realidad televisiva.

El diseño metodológico se plantea a través de un análisis de contenido a partir de la información incluida en el documento base de la investigación: las parrillas de programación. Atenderemos, principalmente, a la diferenciación del programa por hora y género al que pertenece, tratando de delimitar los principales géneros utilizados en el *prime time* de la televisión inglesa, así como la observación directa de las estrategias de programación que predominan en dicha franja horaria. Por último, buscaremos la solidez de la investigación, a través de la comparación analítica, desarrollando la obtención de conclusiones a partir de la observación y comparación con otros casos (Coller, 2000: 50-51), es decir, con el estilo programático de otras emisoras televisivas, en concreto las principales privadas españolas (Antena 3 y Telecinco).

Palabras clave: Reino Unido - Series de televisión - Cadenas privadas - Comparación con España - Diferencias culturales

LOS PUNTOS CARDINALES DEL CIBERESPACIO EN LOS SITIOS WEB DE LOS PARTIDOS POLÍTICOS ESPAÑOLES

AUTOR

Daniel Francisco García Rosales

Universidad Complutense de Madrid (España)

dani_garcia_rosales@hotmail.com

Los sitios web de los partidos políticos españoles muestran un diferente grado de aprovechamiento de los cuatro puntos cardinales que caracterizan el ciberespacio: la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la actualización. La presente investigación pretende analizar el grado de aprovechamiento de estos puntos cardinales, para apuntar las tendencias y los caminos a seguir por los partidos políticos en el ámbito de la comunicación digital en los próximos años.

Pérez Martínez (2009) apunta la hipertextualidad, la multimedialidad, la interactividad y la frecuencia de actualización como características e indicadores de la dinámica de los modelos de comunicación en línea. De hecho, “en cuanto a las características principales del nuevo medio, parece haber un acuerdo en la comunidad científica en que son la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad” (Díaz Noci, 2008, p. 57). Y añade a continuación otros aspectos como la renovación continua de información, equivalente a la actualización. Además, “la mayor o menor inclusión de elementos hipertextuales, interactivos o multimedia se interpreta como signo del nivel de evolución de los medios en la red: los medios con menor aprovechamiento de esos elementos se describen como más rudimentarios, en tanto que los más ricos en ese tipo de recursos se presentan como más avanzados” (Salaverría, 2005, p. 517).

El desarrollo tecnológico y estas características que brinda Internet permiten incrementar el nivel de participación ciudadana en los asuntos políticos. Pero, “la interactividad, así como la hipertextualidad y la multimedialidad, no se hace presente sólo porque la tecnología lo permita. El medio tiene que propiciarla, tiene que habilitar los canales apropiados para que florezca” (Rost, 2007, p. 384). López García (2005) arguye que cuanto mayor sea el nivel de aprovechamiento de cada uno de estos cuatro puntos cardinales, mayor será, consecuentemente, el dinamismo del sitio web.

En un contexto en el que la convergencia tecnológica ha provocado la posibilidad de ofrecer recursos cada vez más diversos en este tipo de páginas web, los partidos políticos han de considerar y aprovechar estas nuevas tendencias. La evolución de Internet en los últimos años, el consecuente incremento de los espacios digitales y el progresivo aumento del número de usuarios que disfrutan y hacen uso de las nuevas tecnologías, generan una necesidad de adaptación a estas características en los sitios web de los partidos políticos españoles.

Palabras clave: Comunicación política – Comunicación digital – Partidos políticos – Sitios web

“TENGO UNA PREGUNTA PARA USTED”: ANÁLISIS DE UN PROGRAMA PARADIGMÁTICO EN EL ÁMBITO DE LA PRODUCCIÓN POLÍTICA TELEVISIVA

AUTOR

Alicia Gómez Montano
 Universidad Camilo José Cela (España)
alicia.gomez@rtve.es

El programa **Tengo una pregunta para usted** se emitió entre el 27 de marzo de 2007 y el 27 de octubre de 2009. No era un formato original, -de hecho la fórmula fue una réplica de la edición francesa, *J'ai une question pour vous* y recordaba a programas como *Question Time*, de la BBC o *Tonight with...* de la cadena británica ITV-, pero era la primera vez que la televisión pública adoptaba un formato donde **el periodista delegaba la función de preguntar y debatir, en 100 ciudadanos**. El hecho de que se tratase de entrevistas a políticos, en una televisión pública que, durante décadas, estuvo *tutelada* por la fuerza mayoritaria del Parlamento, -es decir por el gobierno-, aumentó su interés y valor añadido.

El objetivo de este trabajo es poner al servicio de la comunidad científica y de la opinión pública, el análisis de un programa que fue escrupuloso en sus planteamientos y proceder: desde la selección de los ciudadanos intervinientes, -encargada a una empresa demoscópica que aplicaba criterios sociológicos y estadísticos-, a los contenidos de las preguntas y las características sociodemográficas de quienes las hacían. Asimismo, este trabajo intenta demostrar que **Tengo una pregunta para usted** fue un programa paradigmático, no sólo por el rigor llevado a cabo en los mecanismos de selección, sino también por el planteamiento sin concesiones de las cuestiones a las que se sometía el político invitado, y por la diversidad social de los participantes.

La metodología es analítica y trata de profundizar en las claves del modelo de programa, deteniéndose en su estructura, participantes, preguntas y respuestas obtenidas, repercusión de las emisiones y debate generado. No faltarán referencias comparadas a formatos parecidos. Esta autora ha tenido acceso a documentos internos, que desvelan datos poco conocidos y coadyuvan a realizar un análisis correcto.

Considero que el trabajo se justifica por el valor intrínseco del programa objeto de estudio, pero también por el momento social y político en el que produjeron las emisiones, coincidiendo con un *oasis* de **independencia informativa en la televisión pública de ámbito estatal**, que se tradujo en **índices de aceptación social** desconocidos hasta entonces. Mirando al futuro y los cambios que está viviendo la sociedad española, -con la aparición de nuevas formaciones políticas, vinculadas a movimientos ciudadanos y con el despertar de **una ciudadanía** que alza la voz, reclama transparencia y parece interesada en saber más de los porqués de la política-, hay elementos que invitan a pensar en la oportunidad del formato desaparecido y en reformas legales que restituyan la independencia informativa a los operadores públicos.

Palabras clave: Televisión pública – Tutela política – Credibilidad informativa – Iniciativa ciudadana – Pluralismo informativo

MÉTODO EDUCARE PARA LA DIAGNOSIS, EVALUACIÓN Y ANÁLISIS DEL IMPACTO DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES EN VALORES HUMANOS EN EL COMPORTAMIENTO SOCIAL

AUTOR

Miguel González Santos

Universidad Complutense de Madrid (España)

miguelgonzalezsantos1@gmail.com

Ante el desafío y cada vez mayor demanda ciudadana de un nuevo orden mundial garante de las más altas cotas posibles de convivencia pacífica, bienestar, libertad y felicidad, se hace necesaria una revisión de los principios éticos que han regido históricamente el progreso de los pueblos, para así recuperar la esencia de la formación basada en los valores inherentes a una relación humana de calidad, genuina y saludable. Éstos son, básicamente: la verdad, el deber o acción correcta, la paz, el amor y la no-violencia.

Estos valores esenciales en el proceso formativo vertebran el método Educare que es el que proponemos para el diagnóstico y corrección de los efectos perniciosos de los medios de comunicación audiovisuales en el deterioro de los comportamientos sociales. (Educare > educere > ducere > deuk = guiar, conducir, extraer aquello que está dentro de cada ser). Hoy en día, los medios apenas cumplen con el único fin de entretener, las más de las veces, de manera poco ejemplar o escasamente moralizante. Incluso esta última aspiración, noble en el pasado, está actualmente muy devaluada y carece de lo que mal se define por “reconocimiento social” o lleva implícita, una connotación peyorativa entre muchos críticos, creadores y artistas.

En nuestro tiempo, la formación humanista, que debería buscar la excelencia del individuo, ha descendido en los medios de comunicación social, cine, televisión, videojuegos e internet hasta niveles percibidos por un cada vez más amplio sector de la población como alarmantes.

En la actualidad, son ampliamente consideradas como ineficaces las medidas, únicamente punitivas, prohibitivas o sancionadoras, que tratan de regular en vano, o raramente penalizar sin éxito ni vías de solución, a los responsables en la difusión de tratamientos de contenidos nocivos, degradantes de la buena conducta o que puedan herir la sensibilidad del espectador o usuario.

Fomentar, pues, la información y contenidos que propaguen la necesidad de un verdadero cambio social con la práctica de los valores humanos por cada actor y destinatario, se detecta, por probadas razones, como la única solución real y duradera a este desafío. Esta conclusión viene estadísticamente avalada, por los resultados obtenidos en la experiencia de los educadores que han implementado estos lineamientos en programas formativos piloto de Educación en Valores Humanos (EHV) entre niños, adolescentes y adultos de varios países, con óptimos resultados en la re-educación de sus hábitos de conducta y tendencias viciadas del carácter.

Clasificar y calificar los productos audiovisuales y premiarlos en base a esta posible normativa, que regule la idoneidad de los contenidos, en función de la práctica y el respeto a los valores y su promoción y difusión a la sociedad, es la propuesta de este proyecto. La ausencia de reglas es hoy una de las carencias más perentorias de nuestra cultura, amenazada de extinción, como ya sucedió antes con otras muchas civilizaciones de la historia de la humanidad, desaparecidas por su degradación moral.

Palabras claves: método Educare - Medios de comunicación - Contenidos para generar cambio social

ACTOS UNIVERSITARIOS Y CEREMONIAL EN UNIVERSIDADES EUROPEAS Y SU VALOR COMO HERRAMIENTA DE RELACIONES PÚBLICAS

AUTORES

Salvador Hernández Martínez y Marián Navarro Beltrá
Universidad Católica de Murcia (España)
shernandez@ucam.edu y mnavarro2@ucam.edu

Debido a que las universidades son una de las pocas instituciones medievales que todavía perduran, el mantenimiento de las tradiciones y símbolos que han pervivido a lo largo de los siglos son todavía una herramienta que las prestigia y resulta muy valiosa como elemento de Relaciones Públicas pues posibilita la proyección de una imagen única y característica que las define y diferencia.

Estos símbolos y normas de ceremonial, que en el ámbito profesional se reconocen como elementos de protocolo universitario, son especialmente visibles en los actos académicos solemnes, como el de doctor honoris causa o el de apertura de curso. Entre estos símbolos destaca el uso del traje académico por parte de los doctores universitarios o el desfile de la comitiva académica que en España forman parte de la escenografía en la gran mayoría de los actos académicos citados. Estos símbolos guardan una conexión estrecha con la institución que creó todas las universidades europeas a principios del siglo XIII, que fue la Iglesia Católica, como se pondrá de manifiesto en este estudio.

El punto de partida y objetivo principal de este estudio era comprobar si, al igual que en las universidades españolas, en otros países del continente existen conexiones o similitudes en cuanto a las citadas tradiciones y símbolos o, si por el contrario no se les presta atención, a pesar de su valor en la proyección de la imagen de las instituciones frente a sus públicos. En concreto, se pretenden observar las semejanzas y las similitudes existentes en el organigrama, en los símbolos, en los trajes académicos y en los actos.

La técnica utilizada para alcanzar los objetivos planteados ha sido la encuesta. Debido a que se trata de un estudio piloto, ya que a mejor conocimiento no existen investigaciones previas con objetivos similares, se recurrió a una muestra de conveniencia (no probabilística). Así, los participantes de este estudio fueron los responsables de protocolo de algunas de las principales universidades de Europa del Este. De esta forma, se obtuvo información de 14 universidades de 4 países diferentes.

Los principales resultados de la investigación ponen de manifiesto que existen similitudes entre las universidades de Europa del Este estudiadas y España con referencia a los actos universitarios solemnes y el ceremonial. Como conclusión, se puede afirmar que a pesar de las singularidades y diferencias entre los países, existen muchas similitudes todavía, lo que pone de manifiesto el valor de estas señas de identidad y su pertinencia como elementos característicos de la imagen institucional a pesar de los siglos transcurridos y las diferencias culturales entre países.

Palabras claves: Actos universitarios - Tradiciones medievales - Comparación - España - Europa

LA ANIMACIÓN LIMITADA EN LOS DIBUJOS ANIMADOS JAPONESES. ¿CARACTERÍSTICA CLAVE O PREJUICIO?

AUTOR

Antonio Horno López
Universidad de Granada (España)
ahorno@ugr.es

En la literatura de cine de animación es frecuente encontrar opiniones de autores que encuadran al *anime* como un producto enfocado únicamente al entretenimiento, con un estilo carente de dinamismo, de diseños estilizados, con limitaciones técnicas en su proceso de creación, una animación de baja calidad y en cuyas historias prevalecen las situaciones violentas.

Una de las principales causas que perjudicaron seriamente la percepción del *anime* en nuestro país fue el denominado “efecto Dragon Ball”, generado a principios de los 90 por el impacto causado por este clásico de los dibujos animados japoneses, y que provocó que algunos cargos políticos y asociaciones de padres demandaran a las cadenas de televisión por la emisión de series como “Fuerza G, guardianes del espacio” (*Kagaku Ninjatai Gatchaman*, 1972-1974), “Fly” (*Dragon Quest: Dai no Daiboken*, 1991-1992) o la mencionada “Bola de Dragón” (*Doragon Bouru*, 1986-1989), por considerarlas demasiado violentas y vulgares.

Tampoco contribuyó mucho a mejorar esa apreciación negativa de las series televisivas *anime* la Real Academia de la Lengua Española (RAE), que hasta hace escasamente tres años definía el *manga* como “un tipo de cómic japonés de dibujos sencillos, en el que predominan los argumentos eróticos, violentos y fantásticos”. De modo que después de transcurridos más de dos décadas desde las primeras polémicas generadas con la emisión de “las aventuras de Goku” en las televisiones de nuestro país, aún existen autores que siguen considerando al *anime* como un producto violento, obscuro y de una animación “limitada”. Características que en realidad sólo se corresponden con una parte muy pequeña de una industria gigantesca que abarca multitud de géneros y que, desde sus inicios en los años 60, ha ido evolucionando técnicamente hasta convertirse en un activo fenómeno social y que se ha expandido con suma rapidez a casi todos los lugares del mundo.

En este artículo se muestra cómo este peculiar estilo, y modo de animar, experimenta una transformación creativa y técnica en su proceso de producción que logra incrementar la calidad de las imágenes y el efecto del movimiento en sus animaciones. Una transformación que unida a la diversidad de temas narrativos en su producción, ha contribuido al éxito comercial e internacional del *anime* en los últimos años.

Palabras clave: Animación limitada - Anime - Dibujos animados

RELACIONES PÚBLICAS 2.0 EN EL PROCESO DE CREACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE UNA MARCA PERSONAL: PRESENCIA Y VALOR DEL *PERSONAL BRANDING* EN LAS REDES SOCIALES. EL ÁMBITO DEL DESARROLLO PERSONAL Y EL EMPRENDIMIENTO COMO ESTUDIO DE CASO

AUTORA

Mònika Jiménez Morales

Universitat Pompeu Fabra (España)

monika.jimenez@upf.edu

El *personal branding* o marca personal es una herramienta de comunicación que recibe el nombre y/o el apellido de la persona a partir de la cual se crea. Esa humanización de la marca -el hecho de estar basada en una persona real y en sus atributos y competencias personales- es, en realidad, la que dota de peculiaridad a este elemento que, en los últimos años, ha ido ganando importancia de forma progresiva hasta el punto de ser considerado un valor añadido a los procesos de trabajo de empresas e instituciones.

A pesar de que en sus inicios, el *personal branding* se asoció irremediabilmente a modelos, actrices y deportistas, o bien fue vista como una extensión del curriculum vitae a la hora de encontrar trabajo (Shepherd, 2005), veinte años después, cobijada en el entorno 2.0 y ayudada por las redes sociales, la marca personal ha adquirido una relevancia tan extrema que resulta difícil mencionar determinados procesos de relaciones públicas y, en definitiva, de comunicación estratégica sin tener en cuenta su importancia (Safko, 2012).

Teniendo en cuenta que una marca personal es un elemento de comunicación originariamente individual, que debe tener una presencia consistente y competente en el mercado y que debe conectar con públicos diversos, debe concebirse a imagen y semejanza de un proyecto de Relaciones Públicas, desarrollando hasta el final cada una de las cuatro fases (Xifra, 2007).

A partir de esa idea, la presente comunicación tiene como objetivo definir y a la vez profundizar en la necesidad de establecer un vínculo estratégico entre el proceso de Relaciones Públicas y el *personal branding*. A partir de estudios de caso vinculados a aspectos como el desarrollo personal y el emprendimiento, la investigación pretende analizar el papel que desempeñan las redes sociales en la arquitectura y la implementación de marcas personales.

Palabras clave: Relaciones Públicas - marca personal - redes sociales - *Personal Branding*

EL SISTEMA DE AUTORREGULACIÓN DE LA PUBLICIDAD TRANSNACIONAL: RETOS Y TENDENCIAS

AUTORA

Dimitrina Jivkova Semova
Universidad Complutense (España)
d.jivkova@ccinf.ucm.es

Según Krum y Greenhill (1972 en Patiño, p. 39) un sistema de autorregulación debe cumplir los siguientes requisitos:

- La existencia de códigos éticos aceptados por los miembros del sistema;
- Procedimientos prácticos para la detección de infracciones;
- Procedimientos de instrucción y ejecución en caso de infracciones del código de conducta.
- Sanciones para los miembros que han infringido el código ético.

A todo esto hay que añadir la condición de disponer de suficientes recursos para ejercer la actividad de regulación y también, un alto nivel de autonomía a todos los niveles. Finalmente, este tipo de sistemas deben garantizar la total transparencia y uno de los pasos en esta dirección consiste en asegurar información acerca del funcionamiento de los órganos constitutivos.

En resumen, las principales ventajas de los sistemas de autorregulación consisten en la rapidez, especialización, los bajos costes y el fácil acceso. No obstante, como en cualquier sistema, aquí también existe una amplia gama de aspectos por mejorar.

En este análisis, nos centramos en la cuestión de la labor del *European Advertising Standards Alliance* (EASA), organización sin ánimo de lucro, fundada en 1992 con sede en Bruselas que sirve como punto de coordinación para los sistemas nacionales de autorregulación de la publicidad.

Las listas de recomendaciones y mejores prácticas de EASA son documentos destinados a proporcionar una guía detallada a las organizaciones de autorregulación y a los miembros de la industria en relación con distintas prácticas. La mayoría de las recomendaciones son adoptados por los organismos nacionales en periodos muy breves y como ejemplos en este sentido podemos dar las siguientes iniciativas: la introducción del mecanismo de consulta previa, justificación de las resoluciones, la confidencialidad del denunciante, la publicación de las decisiones, la composición de un jurado independiente, seguimiento, sensibilización y promoción.

Una parte importante del presente análisis se centra en las reclamaciones transfronterizas: *cross-border complaint*, reclamaciones presentadas por una persona, en un determinado país, sobre un anuncio emitido o difundido en ese mismo país del que es responsable una entidad establecida en otro país. Estas reclamaciones se resuelven de acuerdo con el Principio del país de origen y el Principio de mutuo reconocimiento. Finalmente, estudiaremos las principales tendencias en los procesos de resolución de controversias en el campo de la publicidad a nivel europeo.

Palabras clave: Publicidad - Autorregulación - Deontología - EASA - Reclamaciones transfronterizas

LA IDEOLOGÍA DE GÉNERO A TRAVÉS DE ‘SEXO EN NUEVA YORK’

AUTORA

Ana Lanuza Avello

Universidad CEU San Pablo (España)

ana.lanuzaaavello@ceu.es

La serie *Sexo en Nueva York* (*Sex and the City*, 1998–2004) creada por Darren Star para la HBO, cosechó un éxito que condujo a la creación de dos películas para la gran pantalla *Sexo en Nueva York. La película* (Michael Patrick King, 2008) y *Sexo en Nueva York 2* (Michael Patrick King, 2010).

En dichos filmes se ofrece una visión del género ideologizada, que heredan de la serie televisiva y desarrollan con gran eficacia. Este artículo centra su atención en los principales personajes de las películas y en las relaciones que mantienen con otros personajes. Resulta sencillo comprobar que en las películas se proponen distintas opciones, desde la soltería hasta la creación de distintos modelos de pareja y familia: matrimonios con hijos biológicos o adoptados, sin hijos, uniones de hecho, uniones homosexuales...

El fin de este estudio es comprobar si la ideología de género subyace este planteamiento con el fin de igualar dichos modelos y legitimarlos de cara a la sociedad.

Palabras clave: Mujer – Género – Ideología – Sexo – Nueva York – Teleseries

EL CONSUMO DE MARCAS DE LUJO POR PARTE DE LOS CONSUMIDORES UNIVERSITARIOS: SIGNIFICADO Y HÁBITOS DE COMPRA

AUTORES

Sheila Liberal Ormaechea y Javier Sierra Sánchez
Universidad Francisco de Vitoria y ESNE (España)
s.liberal.prof@ufv.es y javier.sierra@esne.es

Los productos de lujo han sido tradicionalmente reservados a las élites, tanto por su valor económico como por la dificultad en el acceso a los mismos dada su escasez y exclusividad. La peculiaridad de este tipo de marcas y las características de su consumo han circunscrito su presencia a ámbitos muy reducidos hasta finales del S. XX. En la última década, sin embargo, el sector del lujo ha iniciado un proceso de creciente visibilidad y ha apostado por incentivar la demanda en los mercados medios, asumiendo en algunos casos el riesgo de contradecir su naturaleza ligada a la exclusividad y la diferenciación.

Este proceso viene dado por multitud de factores tanto de índole socio-económica como personal, que afectan tanto a las empresas del sector como a los potenciales nuevos consumidores del lujo. Los cambios en la distribución del gasto, la influencia ejercida por los grupos de referencia y el incremento del valor otorgado al simbolismo que representan este tipo de marcas son factores clave en la modificación de los patrones de consumo. El consumidor ha cambiado su actitud frente al consumo del lujo y, en gran medida, se ha minimizado el rechazo moral hacia el mismo de anteriores modelos de sociedad en favor de una auto-complacencia entendida desde una perspectiva positiva. El consumidor, poseedor de lo que Silverstein & Fiske (2006:41) denominan “permiso cultural para gastar”, está más formado, es más exigente e infiel a las marcas y reivindica un derecho al placer que encuentra en el lujo. La lógica de la compra orientada a satisfacer una necesidad vital ha dado paso a un consumo hedonista basado en la satisfacción emocional como primera necesidad.

El propósito de esta investigación es profundizar en el conocimiento acerca de los hábitos de consumo de marcas de lujo por parte de los alumnos universitarios. Tras una introducción en la que se exponen las premisas teóricas de partida sobre el sector del lujo, se ha llevado a cabo un estudio empírico, de naturaleza descriptiva y cuantitativa basado en la realización de un cuestionario a alumnos universitarios. Este estudio plantea como primer objetivo de investigación la profundización acerca del significado que posee el sector del lujo para el segmento de alumnos universitarios. Este público es especialmente interesante para las marcas de lujo puesto que representa en gran medida el futuro de un sector en pleno proceso de apertura y que necesita consumidores cualificados para ser apreciado en su diferencia.

Del mismo modo, se pretenden analizar los niveles de consumo de este tipo de marcas por parte de los alumnos universitarios así como los hábitos de compra asociados al consumo del lujo (frecuencia, gasto, sistema de pago, etc.). Ambas cuestiones permitirán una aproximación al conocimiento de las motivaciones y frenos de los consumidores, lo que puede resultar de utilidad en el ámbito académico como punto de partida a otras investigaciones y servir como orientación estratégica para el propio sector.

Palabras clave: Marca de lujo - Comportamiento del consumidor - Consumo - Emoción - Simbolismo

CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES DE ENFERMEDADES RARAS ESPAÑOLAS. ANÁLISIS DE CONTENIDO (2012-2014)

AUTORA

Paloma López Villafranca
Universidad de Málaga (España)
pallopvil@uma.es

En esta investigación se analiza el contenido, mensaje y forma de las campañas de comunicación de 143 organizaciones nacionales de pacientes con Enfermedades Raras en España, durante el periodo de 2012 a 2014. Se trata de un análisis cuantitativo y cualitativo para comprobar la evolución de la difusión de la información y los mensajes de concienciación y sensibilización que realizan estas entidades. Para llevar a cabo esta investigación, se consideran las piezas nucleares de estas campañas, los soportes utilizados, personajes y elementos principales, tipo de mensaje y la colaboración de instituciones públicas y entidades privadas.

El objetivo es mostrar la evolución de las campañas de las organizaciones en los tres años del periodo de análisis, teniendo en cuenta que el año 2013 fue declarado Año Español de las Enfermedades Raras y marcó un cambio de tendencia en la comunicación de este colectivo. El Ministerio de Sanidad de España y estas entidades acordaron que una de las prioridades de este año era lograr la visibilidad de las enfermedades. Mostramos en el análisis la importancia de la comunicación de las organizaciones a través de las campañas de comunicación.

Comprobamos cómo las organizaciones de pacientes con Enfermedades Raras apuestan por la divulgación y difusión de las asociaciones y enfermedades a través de las campañas de comunicación de forma progresiva. Los pacientes utilizan las campañas no sólo para dar a conocer las patologías, además buscan apoyo social a sus iniciativas, entre las que destacan aquellas encaminadas a buscar financiación para la investigación científica y para lograr fines concretos relacionados con situaciones personales de los afectados.

Palabras clave: Campañas – Enfermedades Raras – Análisis de contenido – Organizaciones de Pacientes – Comunicación

MODELOS DE REPRESENTACIÓN DE LAS PERSONAS MAYORES EN LA FICCIÓN TELEVISIVA: EL CASO DE HOSPITAL CENTRAL

AUTORES

Jose F. Mancebo Aracil e Irene Ramos Soler

Universidad de Alicante (España)

josef.mancebo@gmail.com e Irene.Ramos@ua.es

El fenómeno demográfico del envejecimiento de la población en España es de los más llamativos dentro del contexto tanto europeo como mundial. Las personas mayores se han convertido en un gran segmento de mercado cuyo peso es muy importante, generando cambios socioeconómicos y culturales. Desde el grupo de investigación **Comunicación y Públicos Específicos** de la **Universidad de Alicante**, se estudia la relación entre la comunicación y las personas mayores de 50 años, con el objetivo de analizar la evolución de su presencia e imagen en los medios de comunicación.

Los estudios de audiencias en España destacan el consumo intensivo que las personas mayores hacen de la televisión, siendo el segmento de edad que más minutos de televisión ve al día, por lo que uno de los ejes básicos de nuestro trabajo gira en torno a este medio de comunicación.

Los estudios académicos sobre la imagen y la presencia de las personas mayores en las series de ficción televisivas difundidas en España son prácticamente inexistentes, existiendo una mayor producción científica en el ámbito anglosajón.

Los estudios publicados en otros países (especialmente Reino Unido y Estados Unidos), confirman un escaso protagonismo de las personas mayores en la ficción televisiva, pese a su peso poblacional como grupo de edad. Siguiendo a Robinson et Al (2004), numerosos estudios han concluido que la presencia del mayor en ficción televisiva emitida en prime-time es insuficiente respecto a otros segmentos, rozando en el mejor de los casos el 10%.

La investigación publicada ha puesto en relación de manera frecuente el sector sanitario, médico o farmacéutico, con los mayores, tanto en publicidad como en series televisivas. En España una series más longevas de la televisión, y por tanto, con más éxito de audiencia es Hospital Central, perteneciente precisamente a este sector.

El presente estudio realiza un análisis de contenido de una muestra de la dos primeras y las dos últimas temporadas de esta serie de TV que permaneció diez años en el *prime-time* televisivo. Los resultados obtenidos muestran la evolución en la imagen y el tipo de papel desempeñado por las personas mayores en la ficción televisiva, analizando las diferencias por género respecto a la imagen, rol desempeñado, protagonismo y estereotipos. Las conclusiones del estudio ponen de manifiesto como se ha reflejado en esta emblemática serie televisiva el cambio demográfico de su audiencia.

Palabras clave: Mayores – TV – Series – Prime-Time – Edad

EL SPOT PUBLICITARIO SE REINVENTA Y SE CONVIERTE EN REFLEJO DEL MOMENTO DE ESPLENDOR QUE VIVE EL SECTOR AUDIOVISUAL

AUTORA

Penélope Martín Martín
Universidad de Málaga (España)
penelopemart@uma.es

El mundo de la publicidad ha cambiado. Ha experimentado una innegable evolución debido a muchos factores nuevos que han entrado a funcionar en su contexto. Y de todos estos factores, el desencadenante, los avances tecnológicos. El mundo de la publicidad ha experimentado uno de los mayores cambios en la última década gracias al rápido avance de la tecnología que ha permitido el desarrollo de nuevas herramientas para poder diseñar nuevos formatos, surgiendo así un amplio abanico de posibilidades en todos los canales. Se puede decir que los avances tecnológicos constituyen o están en la raíz de todos los cambios. Cómo es hoy la vida moderna, cómo se entienden hoy los *mass media*, cómo se concibe el ocio, todo viene determinado por las nuevas tecnologías de la comunicación, que ha significado en nuestras vidas una verdadera revolución puesto que ha cambiado la forma en la que nos comunicamos y obtenemos información y en el campo de la publicidad, las marcas han tenido que adaptarse a ella para conseguir llegar a un público cada vez más disperso y cada vez más escurridizo, listo e instruido en lo digital y como consecuencia, en la lectura de imágenes. Estos avances tecnológicos de los que hablamos han permitido hasta clasificar la población mundial en dos grandes grupos: los que han nacido entre pantallas digitales y los que han tenido que aprender a marchas forzadas el uso de estos medios.

Sin duda, nos encontramos en un auténtico momento de mudanza debido a que se han alterado los elementos del contexto de la comunicación publicitaria. Vivimos en una era de posibilidades ilimitadas. Donde la creatividad y las grandes ideas empiezan a desafiar y derribar una estructura económica y social que ha perdurado cien años. Hoy, una gran idea bien comunicada puede alcanzar a cientos de millones de personas en pocos segundos y mover la conciencia o los sentimientos de todo un planeta. Y esa gran idea en la comunicación que se presenta ha estado concebida para y por el *spot* publicitario.

Hemos podido constatar que el formato audiovisual está viviendo uno de sus mejores momentos siendo este aprovechado por el *spot* publicitario, ya que se tiene el convencimiento por parte de los sectores implicadas en el proceso de comunicación publicitaria de las innumerables posibilidades que puede brindarles haciendo que merezcan la pena los esfuerzos de las investigaciones necesarias encaminadas a re-posicionar esta pieza comercial en un destacado lugar del panorama publicitario.

Se plantea con este análisis hacer una reflexión sobre algunas de las transformaciones publicitarias actuales y de sus escenarios de futuro en el ámbito del audiovisual publicitario. Estamos hablando del *spot* multipantalla dinámico, aquel que se genera en un medio, normalmente el televisivo, para de ahí crecer y mutar a otros medios donde el consumidor activo sea partícipe en la creación de los contenidos que le ofrecen entretenimiento, ocio o conocimiento, y que, además, suele contar con un realizador que le presta su propio código creativo, de manera que se puede establecer un legítimo paralelismo entre cine de autor y publicidad de autor.

Palabras clave: Publicidad audiovisual – *Spot* publicitario- Consumidor – Avances tecnológicos

ESTUDIO DESCRIPTIVO-COMPARATIVO DE «*THE WIRE*»: LA TRADUCCIÓN DE LA VARIACIÓN LINGÜÍSTICA EN SERIES DE TELEVISIÓN

AUTORES

Purificación Meseguer y Juan Navarro

Universidad de Murcia y Universidad Complutense de Madrid (España)

purificacion.meseguer@um.es y juannavarroandugar@gmail.com

El propósito del presente trabajo reside en el estudio de la traducción y el doblaje de «The Wire», una serie de culto creada por el escritor y periodista David Simon, que ha cosechado críticas entusiastas por su perfecta radiografía de Baltimore y el entramado socio-político que esconde la ciudad. Con un enfoque casi documentalista y a modo de denuncia social, Simon retrata las vicisitudes de las clases más desfavorecidas de la ciudad de Baltimore. Estas diferencias sociales se manifiestan, en primer lugar, en el lenguaje de los personajes, que constituyen el primer síntoma de la estratificación social en la que se escinde la sociedad. Así pues, el principal objetivo de este proyecto reside en el estudio de los diálogos doblados al español de la obra en cuestión —imbuidos de diversas formas de variación lingüística, coloquialismos y formas jergales—, con el fin así de constatar si el texto meta es capaz de transmitir el mismo tipo de connotaciones sociales que el texto origen.

De forma paralela, se prestará especial atención a todos los factores técnicos, tales como los distintos sincronismos (visual, de contenido y de caracterización), las sincronías (fonética, isocronía y cinésica) (Agost, 1999; Chaves, 2000; Zabalbeascoa, 1997), y a todas las estrategias a las que se suele recurrir cuando se trata de traducir un producto audiovisual, los cuales, a veces, pueden dificultar notablemente el proceso de traducción. Estas cuestiones técnicas perfilan nuestra primera hipótesis. Y es que al tratarse de un texto audiovisual, en muchas ocasiones, la discordancia entre imagen y sonido se revela como un factor restrictivo en el contenido de la traducción. Por tanto, contemplamos la posibilidad de que el soporte audiovisual pueda limitar la capacidad creativa del traductor. Por otro lado, las peculiaridades lingüísticas del inglés afroamericano (Labov, 1969), dificultan enormemente el proceso de traducción, por lo que nuestra segunda hipótesis predice que en algunas ocasiones, será imposible reflejar todos los matices del texto origen.

Para corroborar o refutar las hipótesis planteadas, se ha diseñado un modelo que toma como punto de partida la propuesta de Alemán Bañón (2006) y se estructura en torno a tres partes. En primer lugar se procede a una fase de recogida de datos; en segundo lugar, se lleva a cabo la clasificación de los datos recabados, que se engloban en dos categorías, la morfosintáctica y la léxica; por último, se realiza un análisis cualitativo de los ejemplos más significativos y se ofrece una alternativa de traducción que refleje todos esos síntomas sociolingüísticos. Esta propuesta intentará poner de relieve las connotaciones sociales del lenguaje empleado en la serie por medio de formas lingüísticas en español que revistan las mismas connotaciones.

Palabras clave: Variación lingüística – Variedad lingüística – Variedad diastrática – Traducción Audiovisual – Series

EL PAPEL DE LAS MARCAS EN LA NUEVA ERA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

AUTORA

Karina Muller

U. Argentina de la Empresa y Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas
(Argentina)

kmuller@uade.edu.ar

Se ha observado a lo largo de los últimos años un cambio significativo en la comunicación de marcas. Y decir “comunicación” en lugar de “publicidad” no es aleatorio, ya que el abanico de propuestas del que disponen hoy en día las compañías para transmitir sus valores son incontables.

Con el desarrollo de la web 2.0 las posibilidades se han multiplicado, dando lugar a un nuevo universo de comunicación de marca. De todas las propuestas, la que más se ha desarrollado en los últimos años (y con mayor éxito) es la creación de ficciones audiovisuales producidas por las marcas y transmitidas, principalmente a través de la web, en plataformas como YouTube.

Mediante la estrategia de crear ficciones *ad hoc* para las marcas, se puede transmitir valores sin la sensación de interrumpir, como sí sucede en muchos casos con la publicidad tradicional.

Con esta estrategia se invierte el camino, provocando que sean las personas las que busquen relacionarse con la marca y no viceversa.

“La gran diferencia entre la publicidad actual y la nueva publicidad es que la primera crea ideas para llevar la marca hasta el consumidor y la nueva publicidad crea ideas para llevar el consumidor hasta la marca (García, César (2008) “Bob. La nueva publicidad del siglo XXI” editorial Casa del libro, Madrid)

Se trata principalmente de contenidos de alta calidad de filmación que cuentan interesantes historias en las que la marca aparece de diversas maneras. En los comienzos del uso de la estrategia de “Branded Content” en general y de ficción audiovisual en particular, las marcas se encontraban como protagonista principal de las historias. Como evolución del emplazamiento de producto, estas estrategias supieron ir más allá, poniendo a las marcas en el centro de las historias.

Lo que se puede observar es que con el tiempo, ha habido un corrimiento del lugar de las marcas en las ficciones. Del mero emplazamiento de producto, pasando por protagonistas de las historias, hasta productoras de contenidos, las marcas han ido jugando diferentes roles en las ficciones audiovisuales.

Buscando el preciado “*engagement*”, las marcas buscan vincularse con las personas de un modo ameno, sutil y sobre todo, de permiso. Sin interrupciones ni verbos en imperativo, estas estrategias de crear contenidos de marca a modo de ficciones audiovisuales, concentra lo mejor de las marcas, buscando lo mejor de su público.

Es interesante entonces ver, de que maneras las marcas aparecen, tanto explícita como implícitamente en los contenidos de esta nueva era de comunicación publicitaria audiovisual.

Palabras claves: Publicidad - Marcas - Nuevas estrategias - Bidireccionalidad

LAS AGENCIAS TOP 50 EN EL RANKING DE PUBLICIDAD EN IBEROAMERICA

AUTORAS

Estela Núñez Barriopedro y Almudena González del Valle

Universidad Internacional de La Rioja (España)

estela.nunez@unir.net; almudena.gdelvalle@unir.net

Esta actividad ha sido parcialmente financiada por UNIR Research (<http://research.unir.net>), Universidad Internacional de la Rioja (UNIR, <http://www.unir.net>), dentro del Plan Propio de Investigación, Desarrollo e Innovación [2013- 2015], Grupo de Investigación PROCOMM.

Los *ránkings* de publicidad tienen una alta repercusión en los medios, en la notoriedad de marca y prestigio de las agencias ya que sus resultados tienen gran capacidad para contener y simplificar las características de un sistema complejo. Los rankings de publicidad nacen en los años 70 en Estados Unidos y Reino Unido. Actualmente continúan siendo un fenómeno anglosajón para listar y ordenar según méritos las agencias de publicidad. Tradicionalmente, el objeto de evaluación de estos rankings han sido los ingresos de las agencias, aunque también se ha recurrido al uso de encuestas a expertos y minoritariamente al uso de premios en festivales.

El objetivo de este trabajo es realizar un análisis de la posición actual de las agencias de publicidad de Iberoamérica en el Ranking Iberoamericano de Publicidad, el cual evalúa la calidad de las agencias a través de su trabajo publicitario y según una ponderación rigurosa de los premios que obtienen y los festivales en los que son galardonados. Asimismo el presente trabajo estudia la tendencia según su posición y puntuación en el ranking. El presente trabajo centra su atención en las top 50 del *ránking*.

En relación a la metodología del trabajo, previamente se ha clasificado los festivales en 4 categorías, que a su vez, se subdividen en dos categorías, nacional e internacional. Dentro de los festivales nacionales, se ha diferenciado los festivales mejor valorados llamamos “nacional” y “nacional +”. La categoría internacional a su vez se divide en dos grupos, “internacional +”, que recopila a los festivales de publicidad mundiales, e “internacional”, que agrupa a los festivales internacionales por regiones (festivales europeos y latinoamericanos). La ponderación de los premios se ha realizado utilizando valores similares a los de los festivales. Al premio de mayor categoría (Oro, Gran Premio, etc.) se le ha dado valor 1, y conforme baja la categoría de los premios se les ha ponderado con valor 2, 3, 4 y 5. Algunos festivales premian de manera extraordinaria uno o dos anuncios con reconocimientos que reflejan, el mejor anuncio del año de todas las categorías, como son es el premio de Platino del Festival el Sol; a estos premios se le ha dado valor 0,5, ya que de todos representan una insólita y poco común deferencia.

El cálculo del valor de las agencia para una edición se hace sobre los premios recibidos en los dos años anteriores lo que indica que es un ranking actual. Se analiza el periodo 2014-2015 para una muestra total de 775 y 538 agencias respectivamente en Iberoamérica.

Palabras clave: *Ránking* – Agencias de Publicidad – Ranking de anuncios – Premios de Publicidad – Diseño de ranking

CASOS DE EMPRESAS ESPAÑOLAS CON ÉXITO EN COMUNICACIÓN INTERNA Y ESTILO DE LIDERAZGO

AUTORES

Beatriz Peña Acuña, Gonzalo Wandosell Fernández de Bobadilla y Paloma del Henar Sánchez Cobarro

Universidad Católica San Antonio y Universidad de Murcia (España)
bpena@ucam.edu, gwandosel@ucam.edu y palomadelhenar@gmail.com

En esta disertación trataremos de mostrar de qué modo la primera estrategia de comunicación de la que parte una empresa de modo natural es la comunicación interna. Como ejemplo expondremos el análisis de tres empresas españolas siguiendo la metodología del estudio de caso y en concreto, el estudio de casos múltiple. Estas empresas no sólo han sobrevivido a la crisis sino que además siguen estando en crecimiento y expansión internacional. Al principio se realizará una descripción de la empresa respecto al volumen de producción, número de empleados, rentabilidad, etc. para hacernos cargo de la envergadura de estas.

Además describiremos los instrumentos y estrategias de comunicación interna, es decir, de qué canales han dispuesto para la comunicación horizontal, ascendente, descendente, transversal; cómo está prevista la comunicación formal y si se tiene en cuenta la informal; cómo se contempla la inteligencia emocional y la inteligencia social mediante el trabajo en equipo. Se atenderá a detallar la imagen corporativa de la empresa y los valores, así como especialmente si se usa la publicidad, los medios audiovisuales y las redes sociales. También se detallará si la empresa ha tenido gabinete de crisis y cómo lo ha superado propiciando una estrategia mejor de comunicación. Además indagaremos si han recibido premios por parte de algún observatorio.

Después de este examen, procederemos a diagnosticar el estilo de liderazgo predominante, así como proponer de modo teórico un estilo de liderazgo alternativo.

Palabras clave: Comunicación interna - Liderazgo - CEO- Éxito - Empresa

DEL HILO MUSICAL A LAS RADIOS CORPORATIVAS. NUEVAS ESTRATEGIAS DE AUDIOBRANDING EN EL ÁMBITO 2.0

AUTORA

Teresa Piñeiro Otero

Universidade da Coruña (España)

teresa.pineiro@udc.es

Supermercados, tiendas, aerolíneas, operadoras de telefonía, bancos, etc. han visto en la radio un medio de gran potencial para la establecer lazos con sus públicos. En pleno proceso de mediamorfosis de la radio (Fidler 1997), las marcas y organizaciones se han lanzado a la radiodifusión sonora.

En este escenario aparecen las radios corporativas, producidas y gestionadas por las propias marcas u organizaciones. Se trata de un fenómeno, a medio camino entre el *sound brand* y el *branded content*, que está viviendo una importante eclosión en el momento actual gracias a la accesibilidad de la Red. Con independencia del público al que se dirija o el tipo de programación, lo cierto es que las radios corporativas están consolidándose como una herramienta de gran interés para marcas y organizaciones.

Estas radios posibilitan la personalización de un determinado ambiente, ya sea de un espacio comercial ya de las instalaciones de una entidad concreta, con la selección de contenidos específicos y la difusión de mensajes corporativos o promocionales.

En este sentido el objeto del presente trabajo ha sido el de efectuar una aproximación al fenómeno de las radios corporativas, tipologías y manifestaciones. Una realidad que repercute positivamente la experiencia de los diferentes públicos de una marca o entidad.

Palabras clave: Radio – Radios corporativas – *AudioBranding* – *Sound brand* – *Branded audio content*

LAS ONG, ENTRE LA IMAGEN DESEADA Y LA IMAGEN PERCIBIDA

AUTORA

Cristina Polo Alonso

Universidad Complutense de Madrid (España)

cristinapoloalonso@gmail.com

Las personas tenemos percepciones o imágenes mentales de las ONG que influyen en nuestra predisposición a aceptar sus mensajes de sensibilización, captación de fondos y de voluntarios.

El objetivo de esta investigación es explorar la imagen que los jóvenes españoles tienen de las ONG que trabajan por la infancia en el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo. Una vez examinada esta imagen percibida podremos contrastarla con la imagen deseada por estas ONG, esto es, con la imagen pública planteada como objetivo de sus planes y estrategias de comunicación. Nos proponemos, por tanto, identificar qué aspectos son coincidentes y cuáles divergentes entre ambas imágenes, la percibida y la deseada, para realizar, posteriormente, una propuesta de recomendaciones a las ONG con el fin de aproximar ambas imágenes mediante un plan de acciones estratégicas de comunicación.

Las ONG seleccionadas para nuestro estudio son ‘Save the Children’ y ‘Plan Internacional’.

Por un lado, para aproximarnos a la percepción que los jóvenes universitarios españoles tienen de las citadas ONG, se ha llevado a cabo una investigación motivacional exploratoria mediante las técnicas del grupo de discusión y la entrevista en profundidad. Por otro, para recoger la información necesaria sobre la imagen deseada por estas ONG, se han identificado la visión y misión de las citadas organizaciones.

Los resultados confirmaron nuestra hipótesis inicial relativa a la percepción general que los jóvenes universitarios tienen de este tipo de ONG. Se trata de una imagen formada por características con evaluación positiva. Sin embargo, pudimos comprobar también cómo esta imagen está distorsionada, en buena medida, y no coincide con la identidad real de las organizaciones. Los jóvenes piensan que estas ONG trabajan con un enfoque caritativo, asistencialista y tutelar, cuando, en realidad, sus actuaciones se rigen por un enfoque integral de los derechos de la infancia, un eje en torno al cual gira la visión y la misión de estas organizaciones.

Palabras clave: ONG - Cooperación internacional al desarrollo - Comunicación organizacional - Imagen

FUENTES DE FINANCIACIÓN PÚBLICAS Y PRIVADAS DE LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL EN ESPAÑA

AUTOR

Miguel Ángel Poveda Criado

Universidad a distancia de Madrid (España)

mapoveda1@yahoo.es

Describir las características del cine en España es observar una gran variedad de posibilidades y alternativas para conseguir una adecuada concreción de un proyecto. Por una parte, la industria del audiovisual, cuenta con ayudas y subvenciones públicas para su desarrollo y posicionamiento nacional e internacional. Estas ayudas públicas van desde la internacionalización de la industria cinematográfica a medidas proteccionistas del cine español o europeo (por ejemplo, con cuotas de pantalla o la obligación de inversión por parte de las televisiones en producciones audiovisuales) y un sistema de ayudas y subvenciones, las cuales, de manera general, serán objeto de análisis. Por otra parte, están las características propias del cine como industria, donde el productor, como cualquier empresario, busca los mecanismos más apropiados para obtener la financiación de su proyecto, que van desde su propia aportación a la inversión de terceros en el mismo. En este ámbito, destacan como posibilidades concretas de financiación, las preventas de televisión o los anticipos de agentes de ventas o distribuidores internacionales y las vías complementarias como el product placement o emplazamiento de producto.

Las posibilidades son múltiples, desde la participación de un fondo de capital-riesgo (modelo poco frecuente en España, aunque cada vez más cercano a la producción de largometrajes de animación, particularmente por su cercanía a los videojuegos), al llamado *crowdfunding*, que viene a ser una forma colaborativa de inversión en la que una multiplicidad de personas participan en la financiación de una obra cinematográfica, muy acorde con las posibilidades que ofrecen las redes sociales en internet. Igualmente, muchas veces, el propio equipo autoral, técnico, artístico e incluso las empresas subcontratadas (estudios de posproducción, despachos de abogados, asesores en gestión de subvenciones, entre otros) funcionan como una suerte de socios (productores asociados) que asumen el riesgo del proyecto cinematográfico, redirigiendo de manera parcial o incluso total el pago de sus remuneraciones a los ingresos derivados de la explotación de la obra cinematográfica.

Como veremos, una de las vías habituales para la producción cinematográfica es la coproducción tanto nacional (donde se pueden aprovechar las ventajas regionales que ofrecen las distintas comunidades autónomas) como internacional, siendo en orden de relevancia por volumen de coproducción los dos entornos naturales para el cine español: Latinoamérica (donde está liderada la coproducción con Argentina) y Europa. Igualmente, los propios convenios firmados entre España y terceros países en materia de coproducción permiten el trato nacional simultáneo en muchos de los países coproductores. De este modo, una producción hispano-chileno-francesa puede, por ejemplo, beneficiarse de las ayudas del Instituto Cinematográfico de las Artes Audiovisuales (ICAA) para la amortización de largometrajes, la financiación de CORFO (Chile) para el desarrollo del guion y las ayudas regionales francesas para la posproducción. En esta línea, los programas como MEDIA o IBERMEDIA han abierto muchas puertas y generado una multiplicidad de oportunidades para la colaboración de la industria cinematográfica española con terceros países.

Palabras clave: Incentivos fiscales – Financiación – Preventas – Anticipos de agentes de venta – Agrupaciones de interés económico

LA RADIO ON-LINE COMO SUSTITUTA DE LA RADIO HERTZIANA

AUTOR

Álvaro Ramos Ruiz

Universidad de Granada (España)

alamosruiz@gmail.com

La radio es uno de los medios de comunicación más importantes del mundo. El prototipo de radio que fabricara Marconi sirvió para crear un nuevo modelo de comunicación que, desde sus inicios hasta la actualidad, ha sufrido numerosos cambios especialmente en los últimos años con el inicio y desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Estos avances tecnológicos, fundamentalmente el desarrollo de Internet, han revolucionado la forma en la que los usuarios consumen los medios, transformando la cultura de masas en un nuevo modelo de consumo en el que la audiencia deja de ser pasiva para devenir más participativa y selectiva. Como consecuencia de este hecho, los actuales cambios que está viviendo la radio en el ámbito tecnológico y social, han aumentado considerablemente sus posibilidades comunicativas gracias a los procesos de digitalización y a la nueva forma de emisión a través de Internet (López, 2006). Del mismo modo, dichos cambios han contribuido a la aparición de un nuevo modelo radiofónico multimedia y más participativo (Ortiz, 2012). Por lo tanto, se puede afirmar que, más allá de los aspectos técnicos, la radio está adaptándose a las grandes transformaciones que plantean nuevos modelos de producción, distribución y consumo.

En el trabajo que aquí presentamos, partimos de la hipótesis de que el futuro del medio radiofónico pasa por Internet. Para corroborarla, hemos llevado a cabo una serie de objetivos principales: en primer lugar, analizar la evolución de la radio hertziana desde sus inicios hasta la actualidad; posteriormente, analizar el consumo actual de radio; y finalmente, analizar la influencia de Internet en la radio y los nuevos modelos comunicativos derivados de ella. Para la consecución de estos objetivos, hemos llevado a cabo dos fases: en la primera, hemos evaluado la caída de la audiencia de la radio tradicional en favor de la radio *on-line*, basándonos en datos estadísticos recopilados de instituciones tanto públicas como privadas; y en la segunda, hemos analizado las características de la radio a través de Internet así como las diferentes posibilidades comunicativas que aporta la Red con respecto a la emisión por ondas hertzianas.

Palabras clave: Radio - Avances tecnológicos - Transformación y adaptación

LOS FESTIVALES DE CINE COMO CREADORES DE TENDENCIA Y DISCURSO. EL CASO DE CURTAS VILA DO CONDE

AUTOR

Fernando Redondo Neira

Universidad de Santiago de Compostela (España)

fernando.redondo@usc.es

Conocida la desde siempre relevante participación de los festivales de cine en la tarea de la promoción audiovisual, así como el lugar bien definido que ocupan en la estructura industrial por los vínculos que mantiene con producción, distribución y exhibición, conviene asimismo atender a la función que cumple como escaparate de las nuevas tendencias, como ventana para dar a conocer propuestas innovadoras y creadores emergentes. En este contexto, y yendo un poco más allá, es posible analizar también estos eventos como creadores de un determinado discurso a través del cual trazar, de algún modo, la ruta que seguirá el arte cinematográfico en el futuro inmediato. A partir del concepto de programación, elemento nodal de lo que un festival representa, los festivales de mayor éxito, aquellos en los que cineastas, productores o distribuidores quieren participar, son los que han logrado definir una línea nítida de actuación. No se trata únicamente de haber apostado, a modo de ejemplo, por la especialización en el cine de género o el de autor, que también, sino de algo más conceptual y difícil de concretar: haber configurado una propuesta que facilite la identificación con una determinada manera de entender el cine.

Nos referimos, por tanto, a la capacidad de elaborar una propuesta que se dirija en la dirección aquí expuesta, y que no necesariamente debe atenerse a las clasificaciones convencionales que hacemos de filmes o de cineastas. Esto es lo que orienta la personalidad, el éxito y la proyección de un certamen cinematográfico, y al análisis de este hecho dedicaremos nuestro trabajo. E insistamos en el concepto de proyección, que interviene en el universo de los festivales en su más rico y amplio abanico de significados. En el primero, y más evidente, de exhibición; en un segundo de promoción, de favorecer la circulación y el éxito comercial de los filmes que da a conocer; y en uno final que indicará su valor de marca, su reputación, en definitiva, y que no es otro que la influencia que es capaz de ejercer sobre el cine del futuro.

Nuestra propuesta se ocupará, de este modo, de analizar el fenómeno de los festivales de cine desde esta visión global de instrumento promocional incardinado en el mercado audiovisual que puede desarrollar cometidos muy diversos, pero que, sobre todo, si logra conformarse una personalidad específica, es capaz de incidir en cuestiones de índole estética al hacer avanzar el arte cinematográfico en una determinada dirección, contando también con la autoridad que pueda ejercer ante el público y la crítica. Con la intención de apuntalar lo aquí anunciado estudiaremos el caso concreto del Curtas Vila do Conde, festival de cortometrajes de esta localidad portuguesa que viene demostrando cómo, desde una cinematografía periférica, puede adquirirse una presencia global y marcar el ritmo del cine a partir de una modalidad, el cortometraje, que por su tradicional carácter experimental está llamado a ser incubadora de las innovaciones del futuro.

Palabras clave: Festivales - Cine - Programación - Proyección - Cortometrajes

LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN ‘*EL ALA OESTE DE LA CASA BLANCA*’ Y ‘*HOUSE OF CARDS*’

AUTORA

Yolanda Rodríguez Vidales

Consultora en comunicación (España)

yolandahoo@yahoo.es

Reflexionar sobre la relación entre la ficción y la política es cada vez más ineludible para entender cómo los sistemas democráticos evolucionan hacia la espectacularización total de la realidad. La ficción norteamericana tiene un peso específico en la cultura global. Por eso, los investigadores hemos de tener en cuenta esa ficción para valorar cómo se han ido construyendo los modelos de actuación de los políticos. Analizar la fusión de ambos elementos puede proporcionar claves sobre el funcionamiento de la política y su evolución, tal y como la ficción ha venido reflejando.

¿Es posible aprender política a través de las series de televisión? La respuesta es afirmativa. Las series de televisión reflejan los cambios que la política ha ido operando a lo largo de su historia. Las series tienen un gran poder de seducción sobre los políticos y sobre los votantes a través de sus tramas, sus mensajes y sus personajes, ya que estos se mantienen en nuestra retina a través de distintos episodios y temporadas. Narran mensajes y argumentos concretos, que se asemejan o imitan la realidad que representan.

Las series de televisión tienen la capacidad de moldear nuestros gustos, opiniones y comportamientos, etc., la mayoría de las veces sin que nos demos cuenta y, en muchos otros casos, sin sospecharlo siquiera. Nos presentan la política de una forma más cercana y con un lenguaje mucho más accesible. Sus tramas pueden llegar a ser premonitorias de desarrollos políticos y sociales porque ilustran conceptos que aún no han encontrado un correlato empírico en las ciencias sociales.

Mi objetivo en este artículo es analizar cómo ha evolucionado la imagen de la política a través de dos grandes series. Por un lado, *El ala oeste de la Casa Blanca* (1999-2006) con una estrategia política basada en el idealismo y, por otro lado, *House of Cards* (2012-...), que consolida toda su estrategia política en una ambición ilimitada, donde el idealismo es una simple fachada y la traición y la deslealtad las armas con las que validar su actuación.

En una época de gran convulsión política, de escepticismo y de saturación como la actual, cabe aprovechar la ficción como plataforma para entender la política. Los políticos lo saben: en ellas se representan determinadas intrigas, historias o acontecimientos de la realidad que marcan tendencias. Además, la representación de los roles ficticios sirve para que los votantes conozcan mejor la maquinaria del poder, sus estrategias, su forma de ser. Por ello, la ficción constituye una buena herramienta para comprender la política.

Palabras-clave: Política - Comunicación política - Ficción - Poder

VIOLENCIA MACHISTA Y TELEVISIÓN: UNA PROPUESTA DE ANÁLISIS DE INFORMATIVOS SOBRE EL 016

AUTORES

Max Römer Pieretti y Susana Moreno Pachón
Universidad Camilo José Cela de Madrid (España)
mwalter@ucjc.edu y smoreno@ucjc.edu

El asesinato de una mujer a manos de su pareja en diciembre de 1997 puso, por primera vez en la historia de España, voz y rostro a la violencia machista que hasta entonces había estado encerrada en el ámbito privado. La práctica periodística y la conciencia colectiva empujaron a las instituciones a asumir este problema como una prioridad de sus agendas políticas. Desde entonces, mucho se ha avanzado en materia legislativa y social, lográndose una ley pionera en el mundo y aplicándose numerosas medidas de prevención de la violencia y protección a la víctima. Pero, en la actualidad, la sociedad empieza a asumir cada muerte como “una más” por lo que se hace necesario reflexionar desde los medios de comunicación y sobre todo desde la televisión —como principal altavoz de este tipo de noticias— sobre la idoneidad de los recursos utilizados para informar sobre violencia machista.

La ponencia diserta sobre la necesidad de estudiar la información de la violencia machista reflejada en los medios de comunicación y de cómo estos últimos tratan a este tipo de información. En ese sentido, se propone como hipótesis de partida que si los medios de comunicación reflejan inadecuadamente la información sobre actos de violencia machista como un fenómeno consuetudinario, entonces los telespectadores dejarán de estar sensibilizados ante la problemática.

Se cree, igualmente, que todo este fenómeno social (que incluye a los medios) pasa por una reflexión ética, la búsqueda de sensibilizar a la sociedad y, sobre todo, poner en evidencia que los protocolos de actuación policial existen y son capaces de actuar para prevenir crímenes producto de estas situaciones violentas.

Pero para que exista una verdadera efectividad policial y judicial los medios de comunicación han de actuar como verdadero servicio público, brindando a las víctimas la información necesaria para que puedan poner freno a la violencia que padecen.

Una de esas herramientas de servicio público es el teléfono contra el maltrato 016, que debería aparecer sobrepresionado en todas aquellas noticias que tengan relación con la violencia hacia las mujeres. Así lo acordaron los responsables de las televisiones públicas y privadas, los colectivos de ayuda a la mujer maltratada y responsables de las unidades contra violencia de género, durante una reunión mantenida en el año 2007 con la entonces Vicepresidenta del Gobierno, María Teresa Fernández de la Vega. Un acuerdo principal fue el de incluir el teléfono 016 en todas las informaciones relacionadas con el maltrato a la mujer. Sin embargo, han pasado ocho años y dicha premisa no se cumple en el cien por ciento de las noticias. Nos proponemos reflexionar sobre las causas de esta ausencia y las consecuencias que genera en la percepción que la sociedad actual tiene de esta lacra.

Palabras clave: Violencia machista – Televisión – Teléfono de denuncia 016 – Responsabilidad social de los medios de comunicación – Ética Periodística – Sensibilidad social

LA REPRESENTACIÓN DEL MACHISMO Y DE LA VIOLENCIA DE GÉNERO EN EL CINE ESPAÑOL DE ICÍAR BOLLAÍN, JAVIER BALAGUER, ISABEL COIXET Y BENITO ZAMBRANO

AUTORES

María F. Sánchez Hernández y Carlos Oliva Marañón

Universidad Rey Juan Carlos (España)

maria.sanchez.hernandez@urjc.es y carlos.oliva.maranon@urjc.es

En la actualidad, una de las temáticas más representadas en el cine es la violencia de género contra la mujer, auspiciada por la presión mediática y las reivindicaciones que han realizado, entre otros, diversas asociaciones feministas, profesionales del cine y organismos que abogan por la Defensa de los Derechos Humanos.

En España, en los últimos años, se han producido películas, con gran éxito comercial, en las que se denuncian el machismo y la violencia de género, propiciando un cambio en la sensibilidad social.

El objetivo de esta investigación es verificar la representación del machismo y la violencia de género en el cine español. Se ha realizado una metodología de análisis de contenido de las películas *Te doy mis ojos*, de Icíar Bollaín; *Solo Mía*, de Javier Balaguer; *La vida secreta de las palabras*, de Isabel Coixet; y *Solas*, de Benito Zambrano.

Los resultados constatan tanto la gran visibilidad del machismo y la violencia de género en los filmes analizados como el reflejo documental de la situación que la mujer ha sufrido durante décadas, quedando muchas veces en segundo plano o protagonizando solamente personajes de compañera, novia o amante.

Palabras clave: Cine Español – Mujer – Machismo – Violencia de Género – Derechos Humanos

COMPARATIVA DE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN *SPOTS*, *VIDEOCLIPS* Y *FILMS*

AUTORES

Eva Santana López, Josep Rom, Joan Francesc Fondevila Gascón y Pedro Mir Bernal

U. San Pablo CEU, U. Ramon Llull, U. Pompeu Fabra, Escola Universitària Mediterrani de la U. de Girona y U. de Navarra (España)

santana3@uao.es, josepRR@blanquerna.url.edu, fondevila@upf.edu y pmir@unav.es

El objetivo del presente artículo es establecer una comparativa de los estereotipos de género femenino en tres medios distintos: la publicidad (para ello se han seleccionado bloques de anuncios del canal de televisión Antena3 y Telecinco, en la franja horaria *Day Time* y *Prime Time*); los videoclips musicales (responden a una selección de varias de las producciones creadas en los últimos años en las que los géneros y las letras de las canciones van dirigidas a jóvenes, pero especialmente a mujeres, mediante el canal *YouTube* y la revista *Rolling Stones* con su lista de los cantantes más influyentes) y en los films (se eligen los géneros dirigidos a mujeres y, en menos intensidad, a jóvenes. Esta selección se hace a través de la web *El Confidencial* y de la revista *Fotogramas* eligiendo las películas más taquilleras durante determinados años en España.)

Por otro lado, se complementa el trabajo de campo con entrevistas a profesionales de la publicidad, del periodismo y de la sociología y un marco teórico sobre estereotipos de género, en especial en los medios que nos ocupan.

Se concluye que no es cierto el tópico de la publicidad como principal generadora de clichés sexistas ya que hay una mayor presencia de estereotipos de género en la industria musical y del cine que en la publicidad.

Palabras clave: Estereotipo – Tópico – Sexismo– Género – Publicidad – Film – Película – *Spot* – Anuncio – Videoclip

LA EXPERIMENTACIÓN DEL VIDEOCLIP MUSICAL POSTELEVISIVO: NUEVAS FÓRMULAS CREATIVAS DEL VIDEOCLIP DIGITAL

AUTORA

Ana María Sedeño Valdellós
Universidad de Málaga (España)
valdellos@uma.es

La experimentación del videoclip musical se ha acentuado con la aparición de Internet, por el volumen de producción y porque las experimentaciones con software y la variedad de formatos que permite la web han disparado las propuestas de videoclip, más allá de lo que se conoce como videoclip musical oficial. Tras una etapa donde los usuarios han sabido aprovechar la capacidad de las nuevas tecnologías en torno a la edición audiovisual, el remix y la subida de contenidos reeditados y paródicos, la industria musical intenta dirigir este potencial y convertir el formato videoclip en un terreno de experimentación constante. No son pocas la problemáticas también, los web-based video vuelven muchas de sus propuestas muy volátiles (webs que desaparecen, problemas de navegador o falta de *codecs* o scripts necesarios para su visualización...). Por otro lado, se puede acceder a algunas bases de datos con información sobre la producción (nombre de productora, director...) y la recepción del videoclip (canales, número de visualizaciones, número de *likes*...), que pueden servir al investigador para un análisis comparativo de tendencias.

El texto tendrá como objetivo exponer los resultados de la observación sistemática de algunas *sites* especializadas en experimentación audiovisual, diseño y videocreación para detectar tendencias de creación en el videoclip musical actual.

El texto se estructura con una primera parte donde se exponen los precedentes básicos del videoclip en la red (las fases de su implantación y la aportación, para la investigación en este formato, de *sites*, páginas y blogs con acceso a datos relevantes sobre el mismo). En segundo lugar, se describirán los detalles de la metodología (elección de *sites*, relevancia...) y del corpus de trabajo. Se describirán las tendencias creativas detectadas y se reflexionará sobre su futuro. Finalmente, las conclusiones apuntarán algunas líneas de investigación en prospectiva, necesarias de abordar para consolidar al videoclip como centro de la vanguardia de experimentación del audiovisual contemporáneo.

Palabras clave: Videoclip musical - Experimentación audiovisual - Realización publicitaria - Videoclip postelevisivo

EVOLUCIÓN Y EFECTIVIDAD DE LOS SPOTS DE LA DGT

AUTORA

Rosario Segura García
Universidad de Granada (España)
rosariosegura@ugr.es

La importancia de la seguridad vial ha sido una constante en los últimos 50 años. Desde que comenzó su existencia, la Dirección general de Tráfico y su publicidad ha sido consecuente con dicho objetivo. Desde el principio se establecieron planes de prevención, a través de diversos medios como carteles en las carreteras y calles, la radio y la televisión. En los últimos años, dicha política de prevención se ha insertado en la web de la entidad y han ido apareciendo los diversos perfiles oficiales en redes sociales. Se produce un cambio significativo de estrategia desde la recomendación de la Unión Europea a los Estados miembros, en el año 2003, de la elaboración de planes estratégicos de prevención a medio y largo plazo. Como consecuencia de esta recomendación la DGT hace más exhaustivos los estudios de la siniestralidad.

En España, el primer plan estratégico de prevención data del año 2005 y estaba previsto que se extendiera hasta el 2008, alargándose en la práctica hasta el año 2010 por motivos de cambio de gobierno. El segundo plan se elabora en el 2011 y su duración está proyectada hasta el 2020. La publicidad que se elabora tiene en cuenta estos objetivos marco, y se hace partícipe al espectador de los resultados obtenidos.

La mortalidad debida a accidentes de tráfico en España ha descendido vertiginosamente desde el 2001 situándose nuestro país entre uno de los más seguros de Europa. Los fallecimientos han descendido en números absolutos desde esa fecha hasta 2014, y llega a un número inferior a los de 1960 (fecha de la primera estadística) en el caso de vías interurbanas. Teniendo en cuenta que el parque móvil y el número de conductores han ido aumentando, son datos alentadores. Desde 2007 desciende además, no solo el número de fallecidos, sino el de víctimas en total. Sin embargo el número de accidentes no ha descendido como se deseaba, por lo que la bajada en número de fallecimientos no es debida a este factor sino a otros como el aumento de mecanismos de seguridad en el propio coche y la mejora de infraestructuras. No obstante, estos factores no son ajenos a la publicidad institucional ya que parte de la prevención tiene como objeto el uso de mecanismos de seguridad como el cinturón o las sillas de retención infantil.

En este trabajo se pretende analizar la publicidad institucional de la DGT desde el año 1998 hasta la actualidad (2014), centrandó la atención en los spots emitidos. El motivo de elegir esta fecha es la existencia de trabajos que analizan épocas anteriores, que los últimos datos a nivel global disponibles son de 2014. El objetivo que se pretende conseguir es el siguiente: realizar una clasificación de diversas épocas de la publicidad de la DGT y detallar las características principales de cada una, teniendo en cuenta los trabajos ya realizados hasta el año 1997, y proponiendo una nueva clasificación hasta la actualidad.

Palabras clave: Publicidad institucional – Seguridad vial – Dirección General de Tráfico (DGT) – comunicación audiovisual – Spot

LA EMPRESA DEL SIGLO XXI ACEPTADA COMO CIUDADANO CORPORATIVO

AUTOR

Luis Felipe Solano Santos

Universidad Complutense de Madrid (España)

lfsolano@ucm.es

El presente estudio aborda como la empresa actual ha sido aceptada finalmente como ciudadano corporativo al que se le exige una serie de contraprestaciones más allá de las jurídicamente exigibles.

Dicha conversión sólo ha sido posible a través de las técnicas modernas de Relaciones Públicas, que garantizan la aceptación social, así como la proyección de una imagen corporativa positiva.

Superadas todas las expectativas, las multinacionales, o mejor dicho transnacionales, han pasado de ser una mera anécdota a convertirse en las auténticas protagonistas del acontecer humano en un momento en el que la comunicación entre la corporación y sus públicos es imprescindible.

Una comunicación permanente y dirigida a satisfacer las necesidades de la sociedad, por un lado; y los intereses de la empresa económica, por otro.

Palabras clave: Ciudadano corporativo - Relaciones Públicas - Comunicación - Reputación

UNIDAD EDITORIAL Y VOCENTO: ¿MATRIMONIO DE CONVENIENCIA?

AUTOR

Joaquín Sotelo González

Universidad Complutense de Madrid (España)

joaquin.sotelo@ccinf.ucm.es

Las dificultades económicas que atraviesa, en general, todo el sector de los medios de comunicación en España han generado un escenario en el que son más que frecuentes las especulaciones sobre el futuro inmediato de las principales empresas que en España operan en este sector. El descenso de las ventas de ejemplares en los quioscos parece no tener fin y, paralelamente, continúa la demoledora crisis de inversión publicitaria, cuyo tímido crecimiento –según InfoAdex– en 2014, no ha resuelto en absoluto los problemas económicos que desde 2008, especialmente, acucian a los grupos de comunicación españoles, y más aún a los medios impresos. En este contexto, hemos asistido durante los últimos cinco años en España a profundos cambios en los principales conglomerados mediáticos: los redimensionamientos empresariales, las nuevas estructuras de propiedad, la refinanciación de deudas, la reorientación de estrategias, las desinversiones, las transferencias de activos y las fusiones se han convertido, entre otras operaciones, en noticias casi habituales en el sector de los medios españoles.

Aunque el ecosistema de medios mundial se asemeja cada vez más a un “oligopolio global” dominado por un puñado de gigantes corporaciones transnacionales, como NBC Universal, Time Warner, CBS, Sony, Vivendi, Viacom, News Corporation, Bertelsmann, Walt Disney, Facebook o Google, aún existen también empresas de orden y magnitud notablemente inferiores, centradas principalmente en la explotación de mercados nacionales, como es el caso en España, donde podemos identificar ese modelo de coexistencia de empresas de comunicación más o menos nacionales que operan en distintos segmentos del mercado –impresión y audiovisual– en forma de grupos de comunicación, entre los que constarían los dos que en este caso son objeto de nuestro interés: Unidad Editorial y Vocento.

Unidad Editorial es el único de los grandes grupos multimedia con fuerte implantación en España controlado prácticamente en su totalidad por una empresa extranjera: la italiana RCS Mediagroup, propietaria de los históricos periódicos *Il Corriere della Sera* y *Gazzetta dello Sport*. Por su parte, el actual Grupo Vocento es producto de la fusión que, en 2001, iniciaron, por una parte, Prensa Española –propietaria del diario *ABC* y controlada por las familias Ybarra y Luca de Tena– y, por otra, el Grupo Correo de Comunicación, dueño de una docena de rotativos regionales, entre ellos, *El Diario Vasco*, y controlado por las familias Bergareche y Urrutia. Al igual que el resto de grupos de su sector, Unidad Editorial y Vocento han tenido que hacer frente a notables dificultades económicas durante los últimos ejercicios, lo que acabó suscitando, en 2014, la idea de una posible fusión de ambos o alguna forma de acuerdo entre ellos para la creación de un conglomerado más sólido y en mejor disposición de obtener beneficios a corto plazo. Aunque nada de ello aún se ha sustanciado, continúan las especulaciones sobre el futuro de estos dos grupos (¿juntos?).

Palabras clave: Unidad Editorial - Vocento - Fusión - Medios en España

EL CONSUMO DE TELEVISIÓN EN LA TRANSICIÓN DIGITAL. ESTUDIO DE CASO ECUADOR

AUTOR

Abel Suing

Universidad Técnica Particular de Loja (Ecuador)

arsuing@utpl.edu.ec

Ecuador implementa el sistema ISDB-T para Televisión Digital Terrestre (TDT) que permite la interactividad. Esta circunstancia implica posibilidades y limitaciones en la producción audiovisual que además ocurre en un entorno de cambios dinámicos motivados por nuevas formas de consumo en la sociedad informacional. En este marco se han desplegado iniciativas de grupos de investigación de las universidades de país que elaboran aplicaciones para TDT a través de las cuales evaluar el proceso.

El Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja coordinó un proyecto de investigación aplicada que permitió la realización de dos capítulos para un programa de deportes denominado: “Aventura-T” que incluyen aplicaciones interactivas en Ginga – NCL, sobre la base de estas experiencias que fueron visionadas por jóvenes se pretende responder a:

- ¿Cuál es el proceso de generación de contenidos para la TDT?
- ¿Cuál es el entorno de la transición a la TDT en Ecuador?
- ¿Qué cambios ocurren en el consumo de televisión?

Los objetivos de la investigación son: Establecer los instrumentos y dinámica de trabajo para la producción de contenidos interactivos para TDT; evaluar las experiencias de realizadores y televidentes en la producción y recepción de contenidos deportivos de TDT; y conocer los cambios en las formas de consumo. La metodología empleada es cualitativa a través de entrevistas a expertos, grupo focales y encuestas a jóvenes de entre 18 y 24 años de edad de la región sur de Ecuador.

La investigación permite concluir que el middleware Ginga – NCL es utilizado en aplicaciones vinculadas a eventos de interés general y dirigidas a públicos jóvenes. Los expertos ven con agrado la introducción de la TDT en tanto signifique nuevos contenidos. La dinámica de trabajo demanda la integración de equipos multidisciplinarios, particularmente del equipo de profesionales de comunicación, además los jóvenes se muestran dispuestos a recibir contenidos para TDT con aplicaciones de calidad.

Palabras clave: Televisión digital – Deporte - Contenidos televisivos – Interactividad – Producción audiovisual

LA PUBLICIDAD Y LA VEJEZ: LA CREACIÓN DE ROLES VINCULADOS A LA EDAD A TRAVÉS DE LOS MENSAJES PUBLICITARIOS

AUTORAS

Emma Torres Romay y Silvia García Mirón

Universidad de Vigo (España)

emmatr@uvigo.es y silviamiron@uvigo.es

El envejecimiento mundial de la población supone un nuevo reto desde la perspectiva de los medios de comunicación (Díaz Aledo, 2013: 485). En el caso concreto de España no puede pasarse por alto el hecho de que ese envejecimiento, unido a la actual crisis económica ha convertido a la población mayor de 65 años en un nicho fundamental de consumo, tal y como se preveía a comienzo de la década (INE, 2001; López, 2003). Los hábitos de consumo de los mayores tienen, por tanto, una importancia creciente para todos los integrantes del sector comercial dado el peso que han adquirido en el total de la población y que les espera en el futuro (Fundación Edad & Vida, 2006).

Desde esta perspectiva resulta de gran importancia la puesta en marcha de líneas de investigación que permitan valorar la interacción de las personas mayores con la comunicación comercial. En este contexto, el objetivo de este trabajo es, por tanto, analizar la situación actual en lo relativo a la relación entre la publicidad y la vejez atendiendo a una necesidad clara de mantener el foco de atención sobre este tema y estableciendo posibles líneas de mejora al respecto. Se trata de una relación casi interesada entre los implicados; la actual crisis publicitaria requiere que este sector optimice sus mensajes y los adecue a un nuevo consumidor, en línea con los denominados “prosumidores mediáticos” (García & Valdivia: 2014) y su capacidad crítica y decisora en cuanto a la publicidad (Del Pino & Galán, 2010). Mientras, las personas mayores precisan de avances en cuanto al reconocimiento de su importante papel, tanto desde su perspectiva económica (IMSERSO, 2008a) como social (IMSERSO, 2008b) y, por supuesto, contrarrestar los estereotipos y prejuicios existentes en torno al envejecimiento (Poveda, Barberá, Prat & Vera, 2009: 5) al tiempo que se lucha contra el edadismo (Sagrera, 1992; Losada, 2004) en un campo donde este problema es generalizado (De Lemus & Expósito, 2005: 46).

El trabajo se centra, por tanto, en aquellas personas que cronológicamente se sitúan por encima de los 65 años pero que, además, pueden ser divididas en distintos tipos de consumo. Se trata de adultos con capacidades de procesamiento adecuadas pero con claras barreras culturales en la percepción de los medios de comunicación. En cuanto al análisis, se propone realizar un estudio de las piezas publicitarias que han sido recogidas en las emisoras donde este grupo poblacional centra su consumo, Antena 3 y Tele 5 (de acuerdo con los datos facilitados por Kantar Media) y exceptuando a La 1 ante la no emisión de contenidos publicitarios. Para la recogida de la muestra, se han tomado como referencia las franjas horarias (Barlovento, 2014) de Mañana (7.00 a 14.00 h.), Sobremesa (14.00-17.00 h.), Tarde (17.00-20.30 h.) y Noche 1 o Prime Time (20.30-24.00), por considerarse los horarios en los que las personas mayores de 65 años pueden tener actividad de ocio o consumo de medios. Las piezas publicitarias del universo son sometidas a un análisis de contenido diferenciando aquellas en las que el protagonista o el target estuviera compuesto por personas mayores de 65 años, volcando dicha muestra en una base de datos en las que se analizan los siguientes parámetros: producto, anunciante, sector, día de emisión, franja horaria de emisión, emisora, programa, tipo de presencia, rol en relación al producto, rol detallado, target y objetivo.

Palabras clave: Publicidad – Vejez – Mayores – Consumo – *Spots*

ESPACIO Y PUBLICIDAD. NUEVOS MEDIOS Y NUEVAS FORMAS DE REPRESENTACIÓN DE LA MARCA

AUTOR

Felip Vidal Auladell
EASD en Vic (España)
felipvidal@eartvic.net

Esta comunicación se propone dilucidar –a partir del análisis de varios ejemplos significativos– cómo los nuevos desarrollos de la *publicidad de la significación* configuran paisajes y espacios que, más allá de ser contenedores de productos, sintetizan el imaginario de marca a la vez que contribuyen a dotar de valor a la experiencia de consumo.

Ya sea mediante una publicidad exterior cada vez más interactiva y dinámica gracias a las fachadas multimedia, las herramientas de geolocalización o las acciones de *guerrilla marketing*; ya sea o bien utilizando una novedosa e innovadora PLV en el interior de centros comerciales, o bien con la creación de *flagship stores*, *concept stores* o *brand lands*; la actividad publicitaria se ha expandido, pasando a construir no sólo bidimensionales ficciones de mundos posibles mediante *logos*, carteles o *spots*, sino también ambientes, eventos o acontecimientos e, incluso, *brandscares* que requieren, de un modo u otro, la participación del consumidor. Así, han ido apareciendo novedosas formas de comunicación con las que la marca se extiende –más allá del cartel o la pantalla, del packaging y de la tradicional PLV– por productos y espacios que son, además de expositivos del producto, de creación de experiencias.

Se trata, en definitiva, de enmarcar estos nuevos desarrollos de la *publicidad de la significación* en una doble tendencia más general que consistiría en lo que se podría denominar, respectivamente, *tridimensionalización* de la marca y *espacialización* del producto.

De este modo, se mostrará cómo la producción semiótica de la significación imaginaria de la marca busca corporalizarse y materializarse mediante su plasmación en distintas superficies, espacializándose y expandiéndose hacia todos los ámbitos de la vivencia del sujeto consumidor, mediante una profusión de medios, soportes, prácticas y técnicas, con el objetivo de lograr su adhesión experiencial a dicho imaginario mediante una experiencia de consumo cada vez más inmersiva.

Palabras clave: Publicidad – Marca – Experiencia – Consumo – Centro comercial



CUICIID 2015

21 y 22 Octubre

MESA

MISCELÁNEA 3:

Nuevas formas de expresión, nuevos lenguajes y nuevas lecturas

LA CRÓNICA DE SUCESOS, UN FORMATO ANTIGUO EN EL NUEVO CONTEXTO *WORLD WIDE WEB*

AUTORES

Alberto Albacete Carreño y Cristina Cañamero Alvarado

Universidad Rey Juan Carlos y Universidad Camilo José Cela (España)

jefedepolicia@ayto-valdemoro.org y ccanamero@ucjc.edu

La prensa escrita, al igual que en la antigüedad lo fueron las crónicas, se convierte en un reflejo de la sociedad. Por lo tanto su utilización como fuente de información se convierte en un referente equiparable a otras fuentes históricas. Sobre todo si tenemos en cuenta que en el siglo XX la “revolución informativa” que había comenzado a finales del XIX, hace que la prensa sea denominada el “cuarto poder”, los autores ingleses hablan de los *Mass Communication*, apostillando que un hecho se convertirá necesariamente en información cuando la población la entienda, la asimile y la convierta en un hecho social. En los albores del siglo XXI se producirá un proceso similar, cuando internet se eleve al medio de comunicación por excelencia, no sólo por la rapidez en la forma de comunicar, sino por su versatilidad, ya que permite ver, buscar,..., en todos los medios de comunicación, pudiendo hacer una lectura crítica de las noticias, incluso de la crónica de sucesos.

La crónica de sucesos no es sólo una disciplina más dentro de las materias estudiadas por los periodistas, en ella no sólo se deben exponer los hechos de manera clara y estructurada, también se conjugan factores determinantes que atañen a otras áreas de conocimiento, como el Derecho o la Criminología, al tener que incluir datos y vocabulario especializado, conocer todo lo que tiene que ver con el ámbito permitirá una mayor veracidad a la hora de transmitir la información.

No sólo estas disciplinas tienen cabida en la redacción y difusión de una noticia de sucesos, la Sociología, la Psicología..., desempeñan también su papel con mayor o menor protagonismo, al ser elementos que ayudan a estudiar, medir y determinar la difusión y calado de una noticia, o de su protagonista en un colectivo social mediante la Opinión Pública.

Veremos cómo se va adaptando a los medios de comunicación con los que va contando para su difusión, se va erigiendo en un género imprescindible para la información diaria, saltando de las revistas especializadas o de las páginas de los periódicos o de las páginas de periódicos denominados como tal, a ser una portada o un *trendictopic* con la llegada del *World Wide Web*.

La propia crónica de sucesos, independientemente de su forma va evolucionando según la sociedad, y evoluciona tanto paralelamente en su forma como en su fondo. El objetivo que se plantea es poner de manifiesto como estos trabajos, muestran un contenido común en cuanto a las representaciones de los sujetos que retratan y que el género en el que se enmarcan, la crónica de sucesos evoluciona adaptándose a la tecnología del momento, ocupando espacio en los medios de comunicación, no sólo prensa escrita tradicional del siglo XX.

Palabras Clave: Crónica de sucesos – Medios de Comunicación – Público

ATAVIST, LECTURA CINEMATOGRAFICA PARA USUARIOS DIGITALES MEDIANTE UN SOFTWARE VANGUARDISTA

AUTOR

José María Albalad Aiguabella

Universidad San Jorge de Zaragoza (España)

jmalbalad@usj.es

Este trabajo, respaldado por el Ministerio de Educación español a través de una ayuda de Formación de Profesorado Universitario (FPU), forma parte de los resultados del grupo de investigación de la Universidad San Jorge “Comunicación, periodismo, política y ciudadanía”.

Ofrecer artículos de no ficción a medio camino entre las revistas y los libros, pero diseñados con una concepción nativa digital. Con esta propuesta nació Atavist a comienzos de 2011, un proyecto –ahora bajo la etiqueta de Atavist Magazine– que publica historias originales de entre 5.000 y 30.000 palabras con una periodicidad mensual. Sus creadores, Evan Ratliff y Nicholas Thompson, dos experimentados colaboradores de la revista Wired, trataron no solo de fabricar piezas de una calidad extraordinaria, sino de adaptar el producto al soporte provocando sensaciones diferentes a las del consumo de una publicación tradicional. Por ello, ofrece una experiencia de lectura cinematográfica que aprovecha la multimedialidad de internet a través de diferentes soportes. No en vano, la publicación está disponible tanto para iPad como iPhone con la App Atavist, y permite su descarga en varios lectores electrónicos (Kindle, Nook y Kobo).

Sin embargo, esta innovadora apuesta ha quedado en un segundo plano tras el éxito de Creatavist, una herramienta de publicación en línea –lanzada como una ramificación del proyecto– que facilita la creación de historias digitales, libros y revistas sin conocimientos de programación web. “La idea es que cualquier persona pueda diseñar su publicación con brillantez, publicar con facilidad e incluso vender su producto”, explica Olivia Koski, una de las responsables del software, en su sede de Nueva York (comunicación personal, 4 de noviembre de 2014). Tan bien ha funcionado que sitios a la altura de *Medium*, *The California Sunday Magazine*, TED y *The Paris Review*, entre otros muchos, sustentan sus *sites* en este programa. Periodistas autónomos, estudiantes, medios de comunicación, universidades, etc. forman parte de su amplia cartera de clientes. “Tenemos una gran comunidad internacional, por lo que contribuimos a crear el mejor periodismo. El modelo de negocio está ya en *Creatavist*. Ahí vemos el futuro”, asegura Koski.

La investigación ahonda en el modelo de esta iniciativa. Tras estudiar sus orígenes y analizar su evolución, se describe cómo una publicación de relatos y crónicas de no ficción (*longform*) ha derivado en un *software* capaz de competir con gestores de contenido como *WordPress* gracias a su sencillez, elegancia y claridad. Resulta especialmente interesante el cambio de filosofía: si bien *Atavist* y *Creatavist* convivieron durante sus inicios, el portal de *Atavist*, en 2015, pasó a recoger bajo este nombre la herramienta de diseño. Así, *Creatavist*, como tal, desapareció, y el producto que originariamente albergaba *atavist.com* se encuadró en la sección secundaria *magazine.atavist.com*. El trabajo, que presenta un caso paradigmático en lo que se refiere a nuevas formas de expresión, lenguajes y lecturas, incluye datos recabados en su redacción del barrio neoyorkino de Brooklyn.

Palabras clave: Nuevos medios - Internet - *Longform* - *Atavist* - *Creatavist*

LENGUAJE Y NEUROCIENCIA. PROPUESTA DE UN CUADRO DE OBSERVACIÓN PARA EVALUAR LA COMUNICACIÓN EFICAZ EN LOS DOCENTES

AUTORA

Azul Alférez Villarreal
Universidad Cooperativa de Colombia (Colombia)
azul.alferezv@campusucc.edu.co

En los últimos años está apareciendo cada vez más bibliografía relacionada con la comunicación y la neurociencia, específicamente con la dinámica entre mente (neuro) y lenguaje (lingüística). Nuestra percepción del mundo expresada a través del lenguaje y la interacción con los demás mediante la comunicación es un tema central en el campo educativo, entre otros. La investigación versa sobre la comunicación eficaz, en relación al lenguaje y a la neurociencia, aplicada a la educación superior. Se propone un cuadro de observación con indicadores que pueden llevar a una aplicación práctica que nos permita reconocer y desarrollar habilidades para la mejora de las relaciones intra e interpersonales.

Hemos realizado un proyecto de investigación en el campo de la docencia. Hemos construido un cuestionario que permite observar para evaluar la calidad/cantidad de la competencia comunicativa aplicada a la comunicación oral de los docentes. Para construir y validar el cuadro de indicadores se han realizado entrevistas en profundidad a expertos en comunicación eficaz de España.

Palabras clave: Educación- Psicología - Neurociencia - Enseñanza superior - Comunicación eficaz

LA REPRESENTACIÓN DEL CAMPO ESPAÑOL A TRAVÉS DEL CINE DE LA DÉCADA DE LOS 50 Y 60 DEL SIGLO XX

AUTORA

Aïda Antonino i Queralt

Universitat Jaume I de Castellón (España)

antonino@uji.es

España a mediados de siglo XX era un país rural bajo la dictadora franquista. La década de los 50 y 60 política y económicamente es un período trascendental en la conformación de una España moderna. No obstante dicho proceso se concentrará en los núcleos urbanos acrecentando la distancia literal y metafórica respecto a los núcleos rurales. Al permanecer marginado de los discursos de poder y de desarrollo de las ciudades el medio rural se entiende como el reverso de dicho proceso: la contramodernidad, es decir, aquello que emerge en mirar detrás de donde todos miran –premisas de Gutiérrez Solana en su obra *La España negra*–.

El campo se erige como medio conformador de un nuevo sujeto de acción social en interacción con la política de mediados del siglo XX. Dicho fenómeno es visto por las disciplinas artísticas –literatura, fotografía, cine–, que revelando lo olvidado en la instauración de la modernidad, actúan como su propio subconsciente. La singularidad de miradas que ofrece cada autor en su obra traspasa los límites de la ilustración para convertirse en documento gráfico a la vez que discurso crítico, de reflexión y de denuncia social, en la línea metodológica del profesor Vicente Benet. Analizar el tipo de conocimiento que dichas manifestaciones artísticas ofrecen para un estudio histórico y cultural del campo español es el punto de partida de este trabajo en línea con el pensamiento de Robert Rosenstone abierto a nuevas revisiones del pasado que ayuden a comprender el presente y, en este caso, la construcción de la identidad de clases.

Teniendo en cuenta que la producción cinematográfica de temática rural es minoritaria, es paradigmático que los grandes cineastas españoles en algún momento han trabajado el elemento rural –Juan Antonio Bardem, Carlos Saura, Víctor Erice o Pedro Almodóvar. Por lo que uno de los objetivos de este trabajo es demostrar cómo una producción cuantitativamente escasa consigue crear un imaginario social significativo sustentado en una sólida tradición artística y cultural.

Ofrecer una gran historia del arte rural español no tiene cabida en un momento en que prima la multiplicidad de relatos como manera válida para aproximarse a la realidad. Por lo que este se ofrece un relato basado en la revisión del concepto de modernidad y su impacto en la creación de nuevos arquetipos sociales vistos a través de las manifestaciones artísticas del momento y en concreto del cine.

La metodología de trabajo parte de la creación de una constelación de imágenes cinematográficas contundentes y los trayectos que establecen con otras disciplinas artísticas; en segundo lugar utilizando una metodología inductiva e inclusiva se analiza la trascendencia de los arquetipos fílmicos al imaginario colectivo social; y finalmente se establece una interpretación de dicho fenómeno que tiene en cuenta una perspectiva histórica, artística, social, política y cultural así como los estudios de género que dan legitimidad a un relato de lo real en pleno siglo XXI.

Palabras clave: Cine rural - Modernidad - Contramodernidad - España

LA (RE) MODELIZACIÓN DE LA IDENTIDAD DE GÉNERO DESDE LA EDUCACIÓN LITERARIA

AUTORA

Isabel Aparicio García
Universidad de Zaragoza (España)
isazgz@gmail.com

La poderosa influencia que ejerce la lectura literaria sobre la construcción de la identidad es algo fundamental ya que, gracias a ella, los lectores pueden crear y desarrollar su espacio íntimo o privado. Se trata de un acto de transgresión, puesto que el lector domina su propio universo y lo recrea con su imaginación, evoca lugares y territorios que le abren las puertas a diversos espacios de pertenencia, gracias a los cuales puede apartarse, fugarse, explorar, crecer (Petit, 2001).

Este acto de transgresión que llevan a cabo los lectores, inmersos en su espacio privado, se ve acentuado durante la adolescencia, esa etapa vital en la cual el mundo real se percibe como algo hostil y excluyente y, al mismo tiempo, el mundo interior es confuso, inquietante, lleno de nuevas sensaciones y experiencias difíciles de entender y asimilar. Por eso, los adolescentes buscan en los libros las respuestas a las preguntas que no se atreven a formular y las palabras que les permitan poner nombre a sus miedos, a sus emociones, a todo aquello que experimentan o sueñan (Petit, 2001). Por tanto, la literatura es una herramienta esencial para ayudar a los adolescentes a construir su personalidad, a forjarla desde su espacio privado, aquel en el cual se sienten libres. Desde allí pueden experimentar, aprender y crecer, resolver sus conflictos personales y ampliar su bagaje cultural, siendo partícipes del imaginario colectivo y de las referencias literarias propias de nuestra cultura.

En nuestro ámbito de estudio, la construcción de la identidad de género, consideramos que la Literatura Infantil y Juvenil (en adelante, LIJ) es esencial, puesto que ofrece a los adolescentes un amplio abanico de lecturas que presentan historias atractivas y estimulantes y reflejan situaciones cercanas a ellos, protagonizadas por chicos y chicas con los que podrán sentirse identificados.

Debemos tener presente que, a lo largo de la historia, la LIJ ha transmitido unos modelos masculinos y femeninos tradicionales, característicos de una sociedad androcéntrica. Los arquetipos literarios presentes en los cuentos clásicos muestran unos roles de género estereotipados, pero hoy en día ya podemos encontrar lecturas de LIJ más apropiadas –de autoras como Ana María Machado o Adela Turin, entre otras-, que presentan modelos de masculinidad y feminidad más igualitarios y justos.

Hemos tenido la oportunidad de aproximarnos a la realidad de dos centros educativos de la ciudad de Zaragoza con el objetivo de indagar sobre la presencia o ausencia de creencias y actitudes relacionadas con los roles de género en los chicos y las chicas, comprender la influencia de la LIJ en la construcción de la identidad de género y buscar una posible relación con el perfil lector de los estudiantes.

Palabras clave: Identidad – Género – Literatura Infantil y Juvenil – Educación literaria

EL VIDEOJUEGO Y LA TRADICIÓN DEL JUEGO: UN NUEVO HORIZONTE PARA EL DESARROLLO DE CONTENIDOS EDUCATIVOS

AUTOR

Borja Barinaga

Universidad Complutense de Madrid (España)

borja@lapevil.com

El juego ha sido un elemento fundamental en los procesos educativos desde los orígenes de nuestra civilización. Los ritos iniciáticos cuya importancia fue clave en la cultura grecolatina y que dio origen a manifestaciones del juego como los Juegos Olímpicos, fueron sistemas que ayudaban a transmitir valores fundamentales en el paso de la adolescencia a la madurez. El juego ha sido también reflejo de los avances socioculturales de las sociedades antiguas, de los cuales conservamos maravillosos ejemplos como el juego encontrado en la tumba Real de Ur o la sutileza matemática del sistema oracular *I Ching*. Y si nos centramos en nuestra propia herencia cercana, tenemos el tratado sobre el Ajedrez impulsado por Alfonso X el Sabio. Todos los juegos tradicionales y sus reglas lógicas han sido fundamentales en el desarrollo de las primeras computadoras y de la tecnología digital, y tanto la herencia en el campo de la computación de Pascal como la de Leibniz, es una clara prueba de ello.

La tecnología digital ha invadido la totalidad de los ámbitos de las sociedades modernas y ha tejido una red que llega hasta casi cualquier lugar del mundo donde haya un dispositivo digital móvil. Y el videojuego se encuentra en su medio idóneo para crearse y expandirse, habiéndose convertido en la principal industria en el ámbito de la comunicación, superando la capacidad del cine. Pero el videojuego todavía se encuentra en la adolescencia, y es ahora donde se vislumbran capacidades que se pueden aplicar para mejorar la vida en muy diversos ámbitos; dentro del contexto de una existencia digitalizada, es decir contenida en una enorme red de computadoras.

En este artículo se tocará la problemática del videojuego en su aspecto educativo y la necesidad del estudio del juego tradicional para desarrollar contenidos con mayor riqueza y profundidad a la hora de desarrollar juegos que estén enfocados a la transmisión de conocimiento. Ya que el videojuego, pese a su modernidad, no es más que una variante de todos los juegos tradicionales, sistemas de simulación, sistemas oraculares, ritos de iniciación y de un sinnúmero de manifestaciones, que todavía hoy tienen mucho que aportar en la búsqueda de la madurez del videojuego como herramienta educativa.

Palabras clave: Videojuego - Educación - Computadora - Simulación - Juego - Cultura - Digital

LA SERIE DE TVE *VÍCTOR ROS* DESDE LA PERSPECTIVA DE LA NARRATIVA TRANSMEDIA

AUTORA

Mónica Barrientos Bueno
Universidad de Sevilla (España)
mbarrientos@us.es

Si hay una palabra que ha inundado los estudios, publicaciones y análisis de narrativa de los últimos tiempos es transmedia. El concepto *transmedia storytelling* fue introducido por Jenkins en 2003 y, desde entonces, todo lo que rodea al mismo se ha convertido en algo más que una moda pasajera: ha llegado para quedarse entre públicos ávidos de expandir su experiencia con los productos audiovisuales, en este caso en lo que a la narrativa afecta, ya acostumbrados a navegar y consumir contenidos entre y en diferentes pantallas. La expansión que la narrativa transmedia está viviendo no es ajena al cambio de modelo audiovisual, en donde prima la convergencia multimedia, la hibridación de géneros y formatos, la distribución multiplataforma, la multiplicación de los dispositivos y las aplicaciones móviles, entre otros rasgos distintivos.

Ante este panorama cobra relevancia el análisis de un caso reciente en el ámbito español como es *Víctor Ros*, publicitado como narrativa transmedia, tras la actividad pionera llevada a cabo por la serie *Águila Roja* (TVE, 2009-). La serie protagonizada por el inspector Ros ha sido creada por Javier Olivares a partir de las novelas de Jerónimo Tristante; Olivares es responsable igualmente de otros productos como *Isabel* (TVE, 2012-2014), que ha explorado las segundas pantallas, y *El ministerio del tiempo* (TVE, 2015-), un universo transmedia de mayor envergadura del que es aquí objeto de análisis.

Lo que hace único a *Víctor Ros* como proyecto transmedia es el empleo de una cuenta en *Twitter* (@VictorRos_tve), a través de la cual el inspector de policía habla en primera persona de sucesos anteriores al punto de partida de la serie como personaje ya adulto; es decir, comenta y rememora hechos previos a su regreso a Madrid en 1895. De esta manera, aporta a los seguidores en esta red social una visión más poliédrica del personaje dentro de su contexto histórico, el de la España de finales del siglo XIX. Su perfil en *Twitter* permite además la interactividad con sus seguidores, lo que supone una importante baza de fidelización de la audiencia más activa en las redes sociales. La expansión del universo narrativo de Víctor Ros a través de ello no entra en conflicto con los seis episodios que conforman la serie, como es propio de la narrativa transmedia, de manera que queda en manos de su audiencia conocer de forma más personal las experiencias y facetas del personaje protagonista o, por otra parte, quedarse con la vivencia aportada por el seguimiento en la primera pantalla, la del televisor. Para poder profundizar en este camino tan delimitado que toma la narrativa de la serie de TVE, se analiza la actividad llevada a cabo en la cuenta oficial del personaje, tanto en lo que respecta a *tweets* e interactividad, como el material audiovisual (fotos y vídeos) que son subidos a la red social.

Palabras clave: Víctor Ros – Transmedia – *Twitter* – TVE - Interactividad

INDICADORES TÉCNICOS DE DESEMPEÑO COMO VARIABLES COMUNICACIONALES EN EL DESARROLLO DE MÉTODOS DE ANÁLISIS QUÍMICO

AUTORES

Roberto Bauza Fermín, Desiree Sánchez y Jhoan Mavárez
Universidad del Zulia y Universidad Rafael Belloso Chacín (Venezuela)
robauza@fec.luz.edu.ve

Desde un punto de vista de la gerencia, todo indicador es un medidor de un desempeño, pero también es una variable comunicacional cuando intenta: informar, alertar y convencer. En este trabajo se presenta una propuesta “comunicacional” al proponer propiedades intrínsecas y deseables en el desarrollo métodos de análisis químico.

En este trabajo se estudiaron las propiedades referidas como “propiedades de méritos”, propuestas por normas internacionales de acreditación técnica como ISO 17025. El objetivo es convertir estas propiedades, a través de un estudio métrico (medible), en variables que puedan comunicar a los usuarios o “clientes” el desempeño de las etapas del método de análisis. Este enfoque se aplicó a un método para la determinación de metales en hojas de una planta llamada *Moringa oleifera*. Se empleó un esquema de proceso para las etapas del método (Proceso analítico) y se modularon las etapas claves del mismo asignando “propiedades” o variables comunicacionales para tener una idea del potencial del método. Para ello se emplearon las propiedades de méritos siguientes: Selectividad, especificidad, recuperación (de los metales desde la matriz o muestra que la contiene), número de muestra/tiempo, concentración (mínima detectable de los metales) y rango dinámico. Se jerarquizaron estas variables comunicacionales en función de los objetivos estratégicos de los usuarios o clientes del método.

Los resultados de este enfoque indican que la aplicación de un proceso analítico al método permite disgregar de manera estratégica las propiedades o variables comunicacionales de dicho método. Así, con una jerarquización apropiada de dichas propiedades, se puede comunicar, de una manera métrica, si un método es altamente selectivo y esta selectiva alinearla al objetivo estratégico del “cliente”. Por otro lado, resultó que un método altamente selectivo podría no tener interés las variables concentración o recuperación, si éstas propiedades no están acorde a los objetivos previos fijados por la necesidad o exigencia del “cliente”.

Palabras clave: Indicador – Desarrollo – Métodos – Análisis químico – Variable comunicacional

LOS JUEGOS DE PALABRAS EN EL HUMOR DE LAS VIÑETAS DE O CARRABOUXO

AUTOR

Félix Caballero Wangüemert
Universidad de Vigo (España)
felixcaballero@hotmail.com

Xosé Lois González Vázquez (Ourense, 1949), más conocido como Xosé Lois u O Carrabouxo, por su popular personaje, es uno de los humoristas gráficos gallegos más importantes de los últimos 40 años. Comenzó dibujando en el histórico semanario nacionalista *A Nosa Terra*, donde creó el personaje de Sabeliña en 1979 y colaboró de manera continuada hasta el cierre de la publicación en 2011, pero debe su fama fundamentalmente al personaje de O Carrabouxo, al que da vida a diario en *La Región* de Ourense desde 1982, hace más de 30 años. Es el único humorista gráfico que ha recibido la Medalla Castelao, creada por la Xunta de Galicia para mantener viva la memoria del insigne político, dibujante y escritor galleguista, y premiar a aquellas personas que se han significado por su trayectoria al servicio de Galicia en los más variados campos.

O Carrabouxo es un personaje extraordinariamente popular, con el que Xosé Lois ha conseguido establecer una estrecha empatía con el público. Prueba de esta gran popularidad es que sus viñetas decoran las paredes de tabernas y lugares de trabajo, ha sido protagonista de una serie de animación de 26 capítulos, se le ha erigido una estatua en el Parque de San Lázaro de la ciudad natal del dibujante y la Diputación de Ourense ha editado siete libros con lo mejor de sus viñetas.

O Carrabouxo es un hombre joven, con un estilo irónico, cierto aire pasota y un permanente pitillo en los labios. Sus comentarios sobre la actualidad informativa están llenos de una comicidad en la que alcanzan un gran peso los juegos de palabras, para los que el autor demuestra una asombrosa facilidad. El objeto de esta comunicación es, precisamente, analizar este aspecto: cómo utiliza el personaje el lenguaje, como lo distorsiona para conseguir el efecto humorístico. Se trata, en definitiva, de llevar a cabo un acercamiento cualitativo a los juegos de palabras de la serie. Se espera que los resultados que se obtengan confirmen la hipótesis de la importancia de los juegos de palabras en las viñetas de O Carrabouxo y aporten luz sobre su tipología y los mecanismos de construcción.

Para ello se han seleccionado 30 viñetas del personaje en las que los juegos de palabras juegan un papel determinante. Las viñetas han sido escogidas entre las últimas publicadas por el autor en la web del personaje (www.carrabouxo.es), a la que Xosé Lois viene subiendo todas las viñetas que dibuja a diario en *La Región*. La web recoge más de 1.500 viñetas desde el 18 de abril de 2011, hace más de cuatro años.

Palabras clave: Humor gráfico – Juegos de palabras – Xosé Lois – O Carrabouxo - Galicia

PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA LICENCIATURA EN PERIODISMO MULTIMEDIA, FCC DE LA UANL

AUTOR

Sergio Manuel de la Fuente Valdez

Universidad Autónoma de Nuevo León en Monterrey (México)

sermanfuen@yahoo.com

Se ha realizado una investigación documental y de campo, con carácter exploratorio, descriptivo, cualitativo y con rasgos cuantitativos. El universo fueron los programas educativos de licenciatura, diseñados en las facultades del área de Mederos de la UANL. La muestra fueron los programas educativos de las licenciaturas en Mercadotecnia, aplicada a la Comunicación y la licenciatura en Periodismo Multimedia, por implementarse en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la UANL. La selección de la muestra fue el programa educativo de la licenciatura en periodismo multimedia.

El objetivo general consistió en dar a conocer el diseño de la licenciatura, el Documento en Extenso y el Documento Ejecutivo del PE de la Licenciatura en Periodismo Multimedia. Los objetivos específicos se centraron en describir al máximo la fundamentación de este programa educativo completo en sus 4 ejes, la malla curricular, el perfil de ingreso y egreso, así como las opiniones de todos los actores que participaron en las encuestas y los foros de discusión, las cuales sustentan esta propuesta para su aceptación, autorización e implementación, por parte de cada una de las instancias universitarias, hasta llegar al máximo órgano que es la Junta de Gobierno de la UANL.

La metodología consistió en la búsqueda, selección e inserción del temario de los fundamentos teóricos, centrados en la oferta educativa de la FCC y las escuelas de periodismo, las tendencias de las escuelas de Comunicación en México y las tendencias nacionales e internacionales de las instituciones de educación superior, con aportaciones de la UNESCO. Se seleccionaron y procesaron los datos de la fundamentación en sus 4 rubros: epistemológico, social, institucional y psicopedagógico. Se aplicaron encuestas a 12 empleadores, como representantes de los medios masivos de comunicación, en Monterrey, Nuevo León, a 63 profesores, a 12 estudiantes talento, a 50 egresados, a 235 estudiantes que ingresarían a primer semestre, en agosto de 2014 y a 45 alumnos de escuelas preparatorias de la UANL, próximos a egresar.

Las principales expresiones de los actores sociales apuntan a considerar que era muy necesaria esta licenciatura, porque es la base y origen de esta Facultad. A la mayoría, en todas las categorías, le pareció necesaria, interesante y oportuna. Consideran que estará a la altura de las necesidades que los medios de comunicación requieren (prensa, radio, televisión e internet). Los egresados, en su mayoría trabajan en estos medios. Los empleadores expresaron que anteriormente salían muy bien preparados y que actualmente no.

La mayoría de los profesores consideró de mucha necesidad la creación de esta nueva licenciatura, porque se estaba olvidando el periodismo, ya que esta facultad se inició como Colegio de Periodismo de la entonces Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UANL.

Palabras clave: Diseño curricular - Programa educativo y académico - Perfil de ingreso y egreso - Plan de estudios - Malla curricular

DISERTACIONES ACERCA DEL PSICOANÁLISIS *ON LINE*

AUTORA

Rosa Imelda De La Mora Espinosa

Universidad Autónoma de Querétaro (México)

rosidelamora@yahoo.com.mx

En la actualidad el desarrollo de las nuevas tecnologías ha incidido y modificado nuestras vidas de una manera asombrosa, inédita, instantánea, virtual, inmediata, ultrarrápida. El mundo virtual ofrece un sin número de opciones en la vida antes insospechadas, acceso incommensurable a fuentes de información, posibilidad de localizar a diversas personas, comunicaciones inmediatas y personales, entre otros, a través de artefactos electrónicos inteligentes que con una conexión a Internet permiten hacer dichas acciones y simultáneamente se realizan innumerables registros de nosotros, pues en el internet las acciones son posibles de seguirse y localizarse.

El psicoanálisis y la clínica psicoanalítica no escapan a las nuevas tecnologías y a estas nuevas formas de comunicación y acceso a la información, es por ello por lo que en esta ponencia se propone abordar algunas cuestiones del impacto de las nuevas tecnologías en la clínica psicoanalítica, específicamente en lo que corresponde al denominado psicoanálisis *on line* y las diversas formas en las que opera.

Este saber tan peculiar permite darle escucha, soporte, al deseo del sujeto, lo cual implica un trabajo artesanal que necesita tiempo, que necesita de un encuentro directo en consultorio, en donde se precisa de la interlocución con otro, el analista que se haga cargo del decir del analizante. Sin embargo, las formas de vida de la actualidad están permeadas por Internet y las nuevas tecnologías cuyas especificaciones impactan también al psicoanálisis; ya en 1974, en La Tercera, Lacan había advertido de la animosidad que producen los *gadgets*, cuando aborda el asunto de lo que nos da la ciencia, aparte de conocimiento, nos otorga artefactos de consumo, y hoy podemos ver como los aparatos electrónicos han inundado nuestras vidas.

En lo que concierne a lo clínico, en la actualidad existen psicólogos que atienden pacientes a través del Internet, en el que ofrecen consultas *on line*, por medio de chat, en vivo, ya sea por teléfono o videoconferencia, o por correo electrónico, incluso hay quienes ofrecen dichas consultas de manera anónima, insistiendo en factores de comodidad, ahorro, confianza, intimidad y flexibilidad. Asimismo algunos psicoanalistas han incurrido en esta práctica nominándola psicoanálisis a distancia, psicoanálisis *on line*, incluso han presentado ponencias en congresos sobre dicha modalidad, han escrito artículos y libros al respecto.

Se abordarán algunos problemas y perspectivas de cómo opera el denominado psicoanálisis *on line*, para pensar la clínica psicoanalítica con estas nuevas modalidades y poder aportar disquisiciones a la formación de estudiantes de psicoanálisis y de psicología clínica. Asimismo para otros psicoanalistas u otros profesionistas que se sientan concernidos por la temática del denominado psicoanálisis *on line*. Ver las nuevas modalidades de una escucha clínica que permita abordar el deseo del sujeto con las complejidades del denominado psicoanálisis *on line*.

Palabras clave: Psicoanálisis *on line* - Lacan - Escucha clínica

EXPERIÊNCIAS DE PROJETO: *CROSS FERTILIZATION* E INOVAÇÃO

AUTORES

Patrícia de Mello Souza y Giovanni Maria Conti

Universidade Estadual de Londrina (Brasil) y Politecnico di Milano (Italia)

patriciademellosouza@gmail.com y giovanni.conti@polimi.it

O presente trabalho foi realizado com o apoio do CNPq, Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – Brasil.

O trabalho aborda estratégias aplicadas ao ensino de projeto para melhorar a comunicação nos diversos níveis do processo e promover mudanças que possibilitem a inovação. No contexto da ampla cultura de projeto, onde cada atividade participante opera para a realização de produtos físicos ou intangíveis, considera-se um processo projetual e construtivo conjunto, que sugere intensa experimentação e permite que a teoria seja gerada a partir da prática. Investiga-se o processo de desenvolvimento de produtos no âmbito do ensino-aprendizagem, mediante a adoção da *cross fertilization* como instrumento condutor de projeto.

Segundo Conti (2013), o termo indica uma relação de contiguidade entre as diferentes áreas do conhecimento: refere-se a um fenômeno que não considera uma determinada área disciplinar de modo isolado, mas sim as zonas de fronteira – aquele campo de intersecção que pode ser gerado entre uma e outra. Dentro deste campo são ativadas as dinâmicas de transferência de conhecimentos entre os setores, que facilitam o surgimento de processos de inovação significativos. Para Bellavitis (2013), independente da metodologia e da filosofia de trabalho adotada, quem se propõe a formar os novos profissionais do projeto deve ajudá-los a compreender o valor e a importância do confronto com todos os aspectos que definem a complexa realidade do sistema e da sociedade na qual se opera. A aquisição de competências além daquelas legadas a sua área, certamente contribuirá para a gestão criativa. Dialogar com outro campo do conhecimento é uma forma efetiva de apropriação de novos conceitos e princípios.

O processo projetual gera um conjunto de especificações e representações no qual o modo de especificar e representar varia de acordo com os instrumentos adotados: a finalidade é produzir uma descrição do produto para ser compreendida e aceita por terceiros e principalmente pelos executores, para ser posteriormente materializada (Lessa, 2009). Constata-se que os resultados estão condicionados por estes diferentes meios de comunicar a intenção durante o processo. O aprendizado do projeto está na experimentação do seu fazer e o registro destas habilidades dá origem a considerações teóricas que justificam a instituição de um setor do conhecimento, que as toma por objeto e sobre elas elabora reflexões que chegam ao nível da teorização (Pinto, 2005).

Ao final do estudo comprova-se que no ato de projetar, configura-se um processo singular de relações que possibilita o aprendizado por meio da experiência. As intersecções que se praticam entre áreas diversas promovem mudanças e apontam para uma trajetória de inovação. Os relatos abordam situações de design, que por seu caráter multidisciplinar, é uma área que permeia tantas outras e cujas pesquisas estão sendo aplicadas com eficácia em distintos campos do conhecimento.

Palavras chave: Cultura de projeto – Comunicação – Ensino e design – *Cross fertilization* – Inovação

BODY ART Y VÍDEO

AUTORA

Celia Balbina Fernández Consuegra
Universidad Rey Juan Carlos (España)
celia.fernandez@urjc.es

El Performance Art de la década de 1960 y de comienzos de la década de 1970, empezó a trabajarse con el cuerpo del artista como material de arte. Así, las acciones artísticas empezaron a ser llamadas *Body Art* (Arte Corporal) llegando a convertirse este llamado *Body Art*, en el lenguaje del *Performance Art*.

Durante los últimos cuarenta años, el *Performance Art* se ha centrado en la acción corporal como una opción renovadora y alternativa a otras disciplinas artísticas tradicionales. Desde un principio, el *Body Art* incorporó medios y técnicas muy diversas que dieron a la acción artística una vitalidad y una ambigüedad no vistas. La presentación de las piezas en sitios alternativos no artísticos, la combinación ecléctica con la fotografía, primero, y el uso del video después, permitieron una movilidad al *Performance Art* más allá de los recintos tradicionales autorizados, museos y galerías; se utilizaron espacios que tenían connotaciones sociales y políticas, difícilmente alcanzables por otras disciplinas artísticas.

En un principio, con el objeto de prolongar en el tiempo los performances, los artistas comenzaron a documentar sus acciones, a través del video. Más tarde, empezaron a incorporar determinadas imágenes a sus acciones, lo que planteó la posibilidad de realizar obras con el único objetivo de ser registradas; esto dio origen a lo que hoy conocemos como videoperformance.

Los performers, tomando en consideración las posibilidades artísticas que brindaba el video, realizaron una serie de experimentos algunos de los cuales se analizan en este trabajo.

Palabras clave: *Performance Art – Body Art – Vídeo – Videoperformance*

COPY-ART: CLAVES DE ORIGINALIDAD DE UN ARTE QUE NO COPIA

AUTOR

César Fernández Fernández

Universitat Jaume I de Castellón (Esapaña)

cfernand@uji.es

La fotocopidora nació como un instrumento tecnológico para la reproducción (rápida y fidedigna) de documentos. Así, la esencia de lo que produce tal instrumento, es la de la réplica. En cierta manera, algo distanciado de la idea de creación artística, por cuanto que el arte, ante todo, debe suponer originalidad y, si bien puede conllevar la reinterpretación o el versionado, no consiste en la reproducción literal de algo ya existente. Sin embargo, la fotocopia tiene su antecedente en la xerografía, que remite etimológicamente a la grafía en seco, sin hacer referencia a la idea de copia (a pesar de que también se emplea el término de xerocopia, y que el objetivo de copiar documentos escritos estuviera en el origen de su invención).

Así pues, si obviamos la intención de usar una fotocopidora para la simple reproducción de documentos y explotamos sus capacidades de producir “grafía” a partir de la luz reflejada –algo que hace en sí la fotografía también- entonces podemos crear, podemos hacer arte. Es lo que determinados artistas hicieron –y hacen- en lo que se denominó (y podemos aun denominar) el *copy-art*.

Precisamente en la nomenclatura misma de tal denominación –asociando las palabras de copia y arte- existe una voluntad transgresora de esa práctica artística. Justamente, más allá de lo que enunciara Walter Benjamin, el *copy-art* dota a sus obras de una aura muy especial, emanada del propio dispositivo que las hace posibles -cuya “función de masa” es la de copiar- y que el artista subvierte individualmente al enfrentarse al mundo y a la creación. A pesar de que hoy en día las fotocopadoras incorporan tecnología digital, la esencia operativa de las prácticas artísticas basadas en ellas sigue siendo eminentemente analógica.

En esta ponencia se viene a analizar, buscar las claves y reivindicar el valor de un arte que abdica del procesamiento digital y que se basa en una práctica directa que, apoyada en determinadas características técnicas del dispositivo de representación, puede llegar a ir más lejos que incluso la fotografía en su potencialidad artística y de representación creativa.

Palabras clave: *Copy-art* - Arte y representación - Arte y tecnología - Límites entre representación y creación

EVOLUCIÓN DE LOS INFOGRÁFICOS DE RESULTADOS ELECTORALES EN EL PERIÓDICO EL CORREO

AUTORES

Daniel García González y Simón Peña Fernández

Universidad del País Vasco (España)

daniel.garcia@ehu.es y simon.pena@ehu.es

Tal y como indica su lema anglosajón, '*Show, don't Tell*', la infografía periodística es el lenguaje visual que utilizan los medios de comunicación para transmitir aquellas informaciones que por su naturaleza resulta más oportuno 'mostrar' que 'contar' con palabras, como ocurre con los mapas, los diagramas ilustrativos, visualizaciones de datos, etc. Aunque viene siendo utilizada por los rotativos desde sus comienzos allá por el siglo XIX, es en la década de los 90, tras la Guerra del Golfo y la aparición del software de autoedición aplicado a la prensa, cuando se generaliza su uso en los periódicos de todo el mundo y experimenta una rápida evolución hasta alcanzar, en torno a una década después, el aspecto profesionalizado con que la conocemos hoy día.

El periódico bilbaíno El Correo (País Vasco / España) es uno de los referentes mundiales de la infografía periodística. El prestigio de su sección de Infografía y los sucesivos galardones obtenidos en las cumbres mundiales de este género informativo organizadas por la Society of News Design tanto en Europa como en América han hecho de él uno de los rotativos más respetados en el ámbito de la plasmación gráfica de la información, hasta el punto de que en este ámbito profesional se ha generalizado la expresión 'estilo Correo' para referirse a unas características reconocibles y una apariencia definida de los infográficos. Algunos de los profesionales que comenzaron su trayectoria en esta sección, en su sede de Bilbao, han pasado después a dirigir la infografía de periódicos como: *El País*, *La Nación* (Buenos Aires), *San José Mercury News*, *Boston Globe*, *Los Angeles Times*, *South China Morning Post* o *China Daly* y a liderar los trabajos de equipos de *The National Geographic Magazine* en Washington DC.

En el presente trabajo revisaremos la hemeroteca del diario El Correo para investigar cuál fue la evolución de la infografía desde su etapa anterior a la irrupción de los ordenadores en las redacciones hasta su asentamiento definitivo a comienzos del presente siglo. Para ello llevaremos a cabo una revisión diacrónica de un tipo de infográficos determinado; los de resultados electorales. Hemos elegido este tipo de piezas informativas por responder a un patrón de datos similar año tras año y enfrentarse a unos condicionantes periodísticos y de producción también comparables.

Desde las rudimentarias tablas de datos y los gráficos de hemiciclos realizados casi manualmente hasta la aparición del color en las rotativas, los infográficos de resultados electorales nos mostrarán año tras año cómo despertó y fue desenvolviéndose este tipo de lenguaje visual periodístico. Cómo adoptó rápidamente las nuevas herramientas informáticas y cómo fue poco a poco encontrándose y definiéndose a sí mismo.

Palabras clave: Infografía – Infográfico – Elecciones – El Correo – Comicio

ADICCIÓN AL *SMARTPHONE*: UN ESTUDIO CUALITATIVO CON NATIVOS DIGITALES DE 12 A 16 AÑOS

AUTORAS

Sandra Gaspar Herrero y Victoria Cuesta Díaz

Universidad Complutense de Madrid y Hospital Quirón de Madrid (España)

sgasparherrero@ucm.es y victoria.cuesta.diaz@gmail.com

El *Smartphone* es un objeto indispensable en la vida de los “nativos digitales”. Existe un alto riesgo de “uso excesivo” por su parte.

En anteriores investigaciones (Cuesta y Gaspar, 2013) se ha profundizado en las bases motivacionales que subyacen a esta conducta. En esta ocasión se trata de hacer un análisis en profundidad de dichas motivaciones entre una muestra de sujetos “nativos digitales” (Ahn y Jung, 2014) con el objetivo de: (1) identificar posibles “patrones de conducta” y (2) analizar la posible evolución con la edad de dichos patrones.

Se han empleado técnicas cualitativas de investigación consistentes en la realización de cuatro “focus group” (Lapointe, Boudreau-Pinsonneault y Vaghefi, 2013). Cada uno de los grupos de discusión se realizó en uno de los cuatro cursos de ESO (Educación Secundaria Obligatoria). De este modo se estudiaron sujetos de 12-13 años (G1), 13-14 años (G2), 14-15 años (G3) y 15-16 años (G4). Se ha analizado el “imaginario colectivo” así como los “*insights*” en cuanto al uso del *smartphone*. Se debatieron cuestiones relacionadas con los motivos, tipos de uso y empleabilidad (apps, widgets, juegos) del *smartphone* por parte de los jóvenes. Se analizaron los momentos, tiempo y tipo de relación con sus iguales a través del Smartphone así como la conducta de sus padres en relación con el objeto de estudio.

Los resultados parecen indicar que se observan tendencias de uso del *smartphone* coincidentes con rasgos de personalidad: impulsividad, sociabilidad, excitabilidad, etc.; así como con ciertas “*trends*” en cuanto a aplicaciones o juegos relacionadas con el entorno del colegio. Se observan diferencias evolutivas con respecto a los motivos y tipos de uso. A su vez, se analizan las convergencias y similitudes de este aspecto entre los cuatro grupos.

Los resultados indican que parece existir una baja percepción de riesgo ante un uso abusivo del *smartphone*. Sin embargo, al profundizar más en las motivaciones “implícitas” (poco accesibles a la conciencia de los sujetos) se detecta que perciben un uso excesivo del *smartphone*, así como mayores niveles de ansiedad. Los resultados se interpretan dentro del marco teórico de rasgos de personalidad y uso del *smartphone* en línea con las propuestas de James, Pullig y Manolis (2015) y Pearson, Hussain (2015).

Palabras clave: Adicción *smartphone* – Nativos digitales – Redes sociales - Psicología comunicación

EL ÁMBITO DE LA NO FICCIÓN INTERACTIVA Y TRANSMEDIA. APROXIMACIÓN A CUATRO FORMAS DE EXPRESIÓN NARRATIVAS

AUTOR

Arnau Gifreu Castells

Massachusetts Institute of Technology (Estados Unidos) y Universidad de Vic (España)

agifreu@mit.edu

En este trabajo pretendemos estudiar el concepto de "no ficción" aplicado a los medios audiovisuales en tres formas de expresión narrativa específicas: el audiovisual lineal, el audiovisual interactivo y el audiovisual transmedia, poniendo especial énfasis en las dos últimas formas. El término "no ficción", utilizado por diferentes teóricos del cine, se ha presentado como un macrogénero que engloba formas muy diversas de expresión como las propias del documental, el periodismo, el film ensayo, las películas científicas o de investigación, el vídeo con fines específicos, los materiales educativos o el ámbito expositivo, entre otras. Los objetivos de este trabajo son cartografiar el territorio de la no ficción interactiva y transmedia, analizar las intersecciones y combinaciones entre los diferentes géneros y formatos, estudiar las relaciones entre determinadas formas propias de la ficción y de la no ficción, y diseñar una herramienta metodológica –modelo analítico– con el objetivo de analizar y producir obras de no ficción interactiva y transmedia.

Nuestra hipótesis de partida se basa en considerar que el campo de la "no ficción" permite experimentar, construir y deconstruir discursos, formatos y lenguajes, siendo una disciplina casi sin colonizar, sin categorizar, que la hace particularmente apta para acoger planteamientos creativos de largo alcance e impacto social. Si bien es cierto que algunos autores han avanzado en el estudio de los modos de expresión audiovisuales de no ficción (Català, Meran Barsam, Nichols, Weinrichter, etc.), aún no se ha efectuado una investigación extensa que se focalice en el campo de los nuevos medios. Nos interesa estudiar, analizar y reflexionar sobre estas nuevas formas narrativas ya que los resultados pueden incidir decisivamente en la calidad, comprensión, lectura e impacto de estas obras como nuevo lenguaje audiovisual. El interés del estudio podría generar herramientas para la creación, producción y promoción de narrativas audiovisuales de no ficción con posibles aplicaciones en diversos ámbitos tales como la televisión, educación, cultura, comunicación política, etc.

A nivel metodológico, en primer lugar realizaremos una aproximación a las formas de expresión narrativas de no ficción interactiva y transmedia que consideramos más importantes en la actualidad: documental, periodismo, formatos educativos y museografía. De cada área elegida se analizará una muestra significativa de 4 proyectos. En segundo lugar, con la muestra inicial de 16 proyectos se realizará un análisis comparado con el objetivo de obtener evidencias de sus peculiaridades y para detectar si utilizan recursos propios de otros géneros o formatos. La metodología cualitativa específica a seguir, a grandes rasgos, es la siguiente: 1. Caracterización–Marco teórico (revisión bibliográfica, estado del arte y desarrollo de cada área); 2. Diseño y desarrollo de un modelo de análisis y aplicación sobre la muestra; 3. Análisis comparado; 4. Detección de posibles intersecciones entre las cuatro formas de expresión estudiadas. A nivel indicativo, algunas obras para su estudio y análisis podrían ser: *Highrise* (2009-2015) y *Do not track* (2015) –documental; *Snowfall* (2013) y *NSA Files Decoded* (2014) –periodismo; *The Elements* (2014) y *Las Sinsombrero* (2015) –campo educativo; y *Monet 2010* (2010) y *MediaPro Exhibitions* –museografía.

Palabras clave: No ficción interactiva – Documental – Periodismo – Educación – Museos

ESTUDIO DE LA CONSIDERACIÓN ÉTICA DE LOS *FEES* EN LA REMUNERACIÓN DE LOS *BROKERS* DE SEGUROS: EL CASO DEL MERCADO ESPAÑOL DE SEGUROS

AUTOR

Miguel Ángel Latorre Guillem

Universidad Católica de Valencia “San Vicente Mártir” de Valencia (España)

mangel.latorre@ucv.es

En este trabajo, se considera la literatura académica que trata sobre la forma en que los *brokers* son compensados dentro del desarrollo de su actividad profesional de mediación. Así, los sistemas de retribución desarrollados hasta la fecha son: por un lado, a través de las comisiones y, por otro lado, mediante los honorarios. En esta línea de trabajo, se revisan diferentes modelos teóricos que establecen el sistema de compensación que perciben los *brokers* por la prestación de los servicios a sus clientes. Sin embargo, este doble sistema de compensación, deja entrever la posibilidad de un comportamiento no ético.

Así, al no observarse trabajos previos que analicen esta situación, el objetivo de este trabajo se centra en el estudio del comportamiento ético de los honorarios como sistema de compensación entorno a la relación entre los *brokers* y sus clientes. El estudio se realiza en el mercado español de seguros permite considerar si existe un comportamiento ético o no en el establecimiento de los honorarios como sistema de retribución al bróker de seguros.

Palabras clave: Comisiones – Honorarios- Remuneración *broker* de Seguros - Estudio caso español - Comportamiento Oportunista

REALIDADES URBANAS AUMENTADAS. UNA NUEVA FÓRMULA DE RECEPCIÓN DE LOS ENTORNOS VITALES COTIDIANOS

AUTORES

Sebastián Mañas Valle y Vicente Peña Timón

Universidad de Málaga (España)

sema@uma.es y vicente@uma.es

En la actualidad, es bastante frecuente salir de casa dotado de algún tipo de "pantalla conectada" a la Red (*Smartphone, Tablet, Wearable...*). Estos dispositivos electrónicos facilitan una percepción diferente de cualquier realidad (social, comercial, informativa, cultural, deportiva, artística...), creando de inmediato, y sin intención aparente, ciertos "mundos posibles" alternativos.

Para el establecimiento de estos universos enriquecidos, como puedan ser unas "aventuras oximorónicas" o unos "discursos de ciudad" (experiencias lúdicas externalizadas *-indoor/outdoor-* e historias expandidas ubicuas *-pervasive-*), es decir, relatos esencialmente basados en el tránsito por escenarios urbanos reales a los que se les superponen elementos virtuales consistentemente adecuados (*props*, arquitecturas y/o personajes), se deben aunar y entretrejer lo mejor de cada caso (imagen y sonido de acción real e imagen y sonido sintéticos —fijos y/o animados—).

Se trata aquí, por tanto, de establecer una propuesta para expandir el concepto situacionista de "deriva" (Debord, Guy; 1958) a uno actualizado y conectado con la navegación callejera orientada (eventos guiados) con un rumbo trazado y adaptado a las necesidades y estados mutantes del usuario de la vida urbana contemporánea (ocio vs negocio). Nuestro objetivo no es otro que el de sugerir un conjunto de soluciones y aplicaciones (opciones móviles) que extiendan el espectro narrativo-audiovisual de la era digital a ámbitos de acción e interacción cotidianos.

Tras el estudio de casos como *Google Goggles, Foursquare*, y similares, que permitirá conocer el estado actual de esta categoría de aplicaciones, acometeremos el análisis de las posibles "narrativas urbanas participativo-constructivas" o la "vida urbana gamificada" o las "derivadas instruidas" (usando una terminología cercana a la situacionista) que sean útiles para obtener los mejores resultados, tanto cognitivos como emocionales, en las nuevas experiencias del usuario.

Palabras clave: Comunicación Audiovisual – Realidad Aumentada – Diseño Interactivo – Narrativa Situacionista – Gamificación

LOS LÍMITES DE LA CREATIVIDAD PUBLICITARIA ANTE LA IGUALDAD DE GÉNERO: DEL DERECHO AL ESTEREOTIPO

AUTORA

Teresa Gema Martín Casado
Universidad de Valladolid (España)
teresagemamc@hotmail.com

En este artículo se analizarán los límites legales que pretenden defender la igualdad de género, haciendo mención especial al análisis de los estereotipos de género que definen diferencias sustanciales de trato entre mujeres y hombres en la publicidad, y el hecho de definir esta estereotipia como la clave que marca las diferencias.

No se puede entender el tratamiento de la mujer en publicidad sin analizar su representación estereotipada, la cual define claramente la imagen que la sociedad tiene del género femenino y la que se impregna en la mente del consumidor.

Sólo atendiendo a lo que el público percibe de un anuncio podremos entender cómo un mismo anuncio representado por hombres y mujeres es totalmente distinto ante el público, y por ello un tratamiento similar no indica igualdad de percepción ante el consumidor si partimos de realidades sociales diferentes entre hombres y mujeres; si partimos de imágenes y significados diferentes de hombres y mujeres.

Palabras clave: Creatividad publicitaria – Igualdad de género – Estereotipo – Anuncios

AUTORÍA Y RECEPCIÓN EN EL *SPOT* PUBLICITARIO: EL ARTISTA VISUAL CONFIGURA UN NUEVO PANORAMA

AUTORA

Penélope Martín Martín
Universidad de Málaga (España)
penelopemart@uma.es

Nos hemos convertido en una sociedad altamente centrada en el poder de la imagen y cualquier formato que experimente con este lenguaje ha de ser tenido en cuenta por los realizadores y agentes de la publicidad, y más aún si este producto conecta con la mayoría de público joven. El videoclip por lo que supone de exploración y de arte compuesto, que aglutina imagen, narración y música, que en los últimos tiempos ha llegado a ser una pieza artística, por su calidad estética y porque es realizado en unas nuevas condiciones de libertad creadora, es un formato que puede trasladar su concepto, sus formas, sus autores, al *spot* publicitario.

En este contexto, las nuevas tecnologías no solo se convierten en un algo revolucionario sino que han sido el catalizador de todos estos cambios. Cambios que han permitido que el nuevo consumidor ya no sea solo un consumidor pasivo, sino que participe, que sea generador de contenidos, lo que ha provocado un cambio radical en la publicidad, en la creatividad y en la recepción de la publicidad, que exige una renovación en las formas de hacer.

Nos referimos a un cambio de paradigma de la comunicación audiovisual en virtud de la oportunidad que supone contar con más medios y soportes y las múltiples posibilidades de combinarlos comunicando de maneras distintas.

Las marcas han encontrado un magnífico cauce para conectar con sus consumidores segmentados sin la intrusión y la repetición característicos de los anuncios más convencionales; un consumidor exigente con la información que se le ofrece en cuanto a veracidad, honestidad y compromiso de las marcas. Podemos afirmar que se ha potenciado la individualización del consumo en la recepción, de manera que la demanda audiovisual se ha incrementado espectacularmente.

Es la intención de esta comunicación presentar la relación cada vez más estrecha entre la autoría de estas piezas audiovisuales, su valor estético y cómo la recepción de los mismos está cambiando gracias a un nuevo modelo de consumidor.

Palabras clave: Artista visual- Cine de autor – *Spot* publicitario- Consumidor – Recepción

ESTRATEGIAS COLABORATIVOS DE EDUCACIÓN INTERCULTURAL PARA DESCOLONIZAR EL SABER DE LA DIVERSIDAD EN LA FORMACIÓN CONTINUA DEL PROFESORADO

AUTORA

Práxedes Muñoz Sánchez

Universidad Católica San Antonio de Murcia (España)

pmunoz@ucma.edu

En esta ponencia presento un proceso activo donde se obtienen saberes desde las personas implicadas, cuya alcance es atender a necesidades, inquietudes, intereses y símbolos de las diversas culturas, tanto de población del país receptor como de población que se siente de una identidad transnacional.

En la búsqueda de crear espacios dialógicos y multiculturales, reconocer a sus participantes no es fácil en una sociedad académica acostumbrada a utilizar a sujetos sin reflexionar suficientemente sobre la propia estructura de cómo se transmiten los saberes.

Ha sido una experiencia colaborativa la que pone en entre dicho las formas de relacionarnos entre diferentes agentes, mediadores educativos, investigadores, madres y padres y jóvenes y niños. La complejidad para llegar al entendimiento supone una deformación académica y profesional para alcanzar lo más natural o a lo que podemos llamar análisis de la realidad.

En este caso se presentan diversas propuestas donde se puede descolonizar el saber desde lo simbólico, los estereotipos y los prejuicios que convergen en las relaciones multiculturales y/o de exclusión: mujeres, jóvenes, niñas y niños de origen árabe y mujeres y niñas y niños de origen español.

El estudio nace de una apuesta por el proceso de la etnografía reflexiva como estrategia para acercar la ecología del saber entre todos los participantes implicados (alumnado-docentes-familia). Para ello, se muestran estrategias sobre cómo colaborar entre los participantes en espacios educativos e ir construyendo comunidades de saberes.

El objetivo es recopilar saberes que son de interés para la formación académica y continua de docentes y mediadores en educación infantil, primaria y secundaria, en escenarios de educación formal y no formal con diversidad cultural. Y así, acercar la educación a la comunidad a partir de apoyar en la construcción de convertir una escuela y sociedad multicultural asimiladora en una escuela y sociedad intercultural/inclusiva.

Palabras clave: Identidad cultural – Colaborar – Interculturalidad – Descolonización del saber – Formación profesorado

EN LA CASA Y CARICIAS: REVERSIONES FÍLMICAS DE UN TEXTO DRAMÁTICO

AUTOR

Ramón Navarrete Galiano
Universidad de Sevilla (España)
galiano@us.es

La influencia del cine en las manifestaciones creativas contemporáneas es algo evidente y constatable en diversos aspectos. El discurso audiovisual ha “contaminado” discursos tan tradicionales como puede ser la literatura. Y dentro de este arte creativo, no solo se ha visto influenciada la novela, sino también el teatro, del que el cine captó algunos elementos en sus primeros tiempos. Actualmente hay obras teatrales que al ser adaptadas cinematográficamente muestran esos componentes fílmicos, ya que a la hora de hacer una traducción del discurso dramático al cinematográfico, encontramos que hay muchos elementos en común, que no se adaptan, sino que se muestran tal y como están en el texto literario.

Es decir en el texto teatral, aparecen ya de forma cinematográfica, por lo tanto el traspaso en la adaptación es directo, sin versionar. Las películas *Caricias* (Ventura Pons, 1998) y *En la casa*, (François Ozon, 2012) son un ejemplo de la presencia del cine, en el texto original dramático y como cuentan con escenas similares en el tiempo teatral y cinematográfico. Presentar un análisis de estos cuatro discursos permitirá conocer e identificar esas similitudes.

Palabras clave: Texto dramático - Contaminación - Teatro cinematográfico intercomunicación discursiva

LA RESTAURACIÓN BAJO EL REINADO DE ALFONSO XII DESDE LA PERSPECTIVA DEL AUDIOVISUAL

AUTORA

Esther Pallardó Pardo

Universitat Jaume I de Castellón (España)

esther.pallardo@gmail.com

El análisis de material audiovisual se constituye, hoy en día, en una importante fuente documental que puede ayudar, en gran medida, a la construcción del cuerpo documental en un trabajo de investigación. A través de este medio, se pueden apreciar datos y percepciones de la época objeto de estudio y de los actores del momento. En este sentido, las películas serán visionadas y registrados los datos, las valoraciones y las sensaciones que transmiten de la época objeto de estudio, contribuyendo a la recreación de la realidad y convirtiéndose en un canal, como otros de corte más convencional, para transmitir lo que sucede y los puntos de vista que no dejan de formar parte de la construcción de acontecimientos y representación de la realidad.

A pesar de que algunos autores se cuestionan la validez del registro audiovisual así como el interés científico de su contenido o las variables de su relato, a la hora de tenerlo como instrumento en los trabajos de investigación, desde nuestro punto de vista, es importante tenerlos en cuenta, sobre todo en el análisis de materiales de contenido histórico al considerar la aportación que puede suponer la recreación de las vivencias en una época a través de la luz, el color, el escenario, la escenografía, las conversaciones, los gestos, los silencios y un largo etcétera de variados datos, que nos permiten un mayor acercamiento al texto y al contexto.

En este trabajo se analizan las películas: ¿Dónde vas Alfonso XII? y ¿Dónde vas triste de ti?, con el objeto de realizar una aproximación a la época de la Restauración bajo el reinado de Alfonso, significando el audiovisual una nueva forma de expresión, un nuevo lenguaje, que nos permite acercarnos a la realidad de la época desde una nueva lectura más dinámica y creativa, pero no menos creíble, puesto que su lectura se realiza confrontándolo con la investigación y los conocimientos adquiridos de los acontecimientos de la época, a través de la bibliografía y a través de las publicaciones periódicas de la época, previamente analizadas.

Palabras clave: Audiovisual - Cine - Prensa periódica Castellón - Restauración - Alfonso XII - María de las Mercedes - Pacto del Pardo - M^a Cristina - Canovas - Sagasta

LA MATEMÁTICA EN VERSO. POESÍA MATEMÁTICA DIDÁCTICA

AUTOR

Javier Peralta

Universidad Autónoma de Madrid (España)

javier.peralta@uam.es

El *Pont des Arts* de París une el Museo del Louvre con la Academia de Ciencias, situados en las dos orillas del Sena, reconciliando así el abismo existente entre las dos culturas: la artística y humanística y la científica. Y esa es, precisamente, la intención de esta ponencia: el establecimiento de un diálogo entre las letras y las ciencias, concretamente, poesía y matemáticas.

Aparecen ya ciertos vínculos entre ellas en la matemática hindú de los siglos V a XII (*época de la poesía*). Pero también asoman en la estructura formal de la poesía, como señala Menéndez Pelayo; en la economía de palabras que generalmente acompaña a un buen poema y la concisión y austeridad del lenguaje matemático; en el isomorfismo existente, según Rey Pastor, entre el lenguaje y el mundo psíquico de las percepciones; en la creatividad, asimismo inherente a la invención matemática, argumento defendido convincentemente por Poincaré; etc. Por otra parte, refiriéndose a las capacidades para cada una de las dos disciplinas, en una reciente investigación se advierte un solapamiento significativo de los genes que determinan la habilidad para la lengua y para los números.

Teniendo en cuenta estos precedentes, se indaga qué ilustres literatos compusieron poemas sobre asuntos matemáticos (Alberti, León Felipe, Neruda, Gabriel y Galán...), y qué destacados matemáticos escribieron poesía (Gabriel Císcar, Puig Adam, Gonzalo Sánchez, Tartaglia...). Aunque, probablemente, por el alto nivel de exigencia intelectual que exigen ambas tareas, tan solo haya existido un personaje a lo largo de la historia, Omar Jayyam (1048-1132), que fuera a la vez matemático y poeta brillante.

Por otra parte, de esas conexiones entre poesía y matemáticas ¿cabría deducir consecuencias didácticas? Además de resaltar el carácter interdisciplinar, ¿podría contribuir esa poesía matemática al aprendizaje de las matemáticas?

Desde finales del siglo XIX, efectivamente, se ha postulado una orientación pedagógica en la poesía científica, con la convicción de que la rima ayuda a la memorización y comprensión de los contenidos. Con ese objetivo se han creado desde entonces diversos poemas sobre matemática elemental, dirigidos a la educación infantil y primaria, una de cuyos principales protagonistas en lengua castellana ha sido la escritora Gloria Fuertes. En cambio, es casi inexistente la poesía matemática didáctica orientada a la educación secundaria, y a paliar esa carencia se dirige este trabajo. Se busca, en primer lugar, algunos casos -muy pocos- en que los versos matemáticos han ido acompañados de música, esto es, han dado lugar a piezas musicales matemáticas, como el *Teorema de Thales*, de Les Luthiers, o una obra sinfónica muy poco conocida. Más tarde nos adentramos en la parte más creativa de la ponencia: la composición de distintos poemas cuya temática abarca diferentes contenidos del currículo matemático de secundaria.

Palabras clave: Matemáticas y poesía – Poesía matemática didáctica – Obra musical matemática- Enseñanza secundaria

MODALIDADES DEL PLANO/CONTRAPLANO

AUTOR

Josep Prósper Ribes

Universidad Politécnica de Valencia (España)

jprosper.upv.es

A lo largo del tiempo, la narrativa audiovisual ha ido desarrollando procedimientos para que la construcción espacial del relato tenga apariencia de continuidad y, al mismo tiempo, crear una lógica de la representación de acontecimientos y personajes. Uno de los procedimientos más utilizados y que se desarrolló relativamente pronto, es la técnica del plano/contraplano, que consiste en alternar planos que muestran en continuidad puntos de vista opuestos de un mismo fragmento del espacio narrativo. El plano-contraplano, especialmente a través del montaje de dos planos consecutivos, se puede entender de dos maneras:

1. El espacio situado de forma opuesta al espacio mostrado en un plano A. En primer lugar un plano A y en segundo lugar en un plano B se muestra el espacio opuesto al mostrado en el plano A. Es decir, entre la posición de la cámara para captar el plano A y la posición de la cámara para captar el plano B, hay un cambio de ángulo de 180 grados.
2. En un plano B se muestra la parte contraria del espacio mostrado en un plano A situando la cámara en un ángulo opuesto. Ahora bien, es muy frecuente que el plano/contraplano se articule a partir del eje de mirada de los personajes.

El esquema plano/contraplano está tan adquirido que no solamente plantea una relación espacial, sino también una relación de concepto donde a partir de una imagen se establece una relación directa con otra imagen. Tenemos entonces una relación causa efecto. Es un patrón de representación espacial que se utiliza en cualquier tipo de relato (ficción/información; cine/televisión) o género.

Podemos establecer para su estudio las siguientes modalidades básicas:

1. Según el espacio representado. Con las variantes de **espacio próximo** (procedimiento tradicional y habitual. De hecho, se entiende que un plano contraplano presenta sucesos que se desarrollan simultáneamente en un mismo espacio) y **espacio lejano**.
2. Según la técnica narrativa de montaje. Tenemos tres variantes. **Montaje externo**: plano + otro plano (corte, aunque también encadenado, etc.) Es la modalidad tradicional que se identifica hasta considerar que el procedimiento técnico del plano contraplano precisa de transición entre dos planos. **Montaje interno**: movimiento de cámara o composición. **División pantalla**. Se utilizan efectos técnicos para poder mostrar al mismo tiempo personajes que ocupan lugares opuestos.

Palabras clave: Narrativa audiovisual - Plano/contraplano - Espacio - Montaje - Sucesión

BERLÍN EN VIÑETAS: LA TRADUCCIÓN DE *LÄSTERMAUL UND WOHLSTANDSKIND* AL ESPAÑOL

AUTORA

Marina Ramos Caro

Universidad de Murcia (España)

marinaramos@um.es

El presente trabajo pretende dar cuenta de la traducción alemán-español de las tiras cómicas *Lästermaul und Wohlstandskind*, obra del dibujante hamburgués Tim Dinter, un autor con una gran experiencia en el ámbito de la novela gráfica. En las mencionadas tiras, este dibujante nos acerca al día a día de la vida berlinesa de una manera desenfadada.

Por medio de un estilo realista y casi fotográfico, Dinter nos describe lugares y personas, y nos presenta con garbo situaciones de la vida cotidiana. Además, aprovecha su extraordinario sentido de la observación para elegir con buen criterio las situaciones que presenta, presentando sutilmente matices culturales y sociales de la sociedad alemana en general y particularmente de la berlinesa, todo ello revestido de un toque humorístico, a ratos socarrón, que convierten a las tiras en un entretenimiento que, al mismo tiempo, nos permite introducirnos de alguna manera en la sociedad y la cultura berlinesa.

En este trabajo se tocan varios frentes: se realiza, por un lado, una aproximación al cómic como género; por otro lado, se tratan los problemas derivados de la traducción entre dos lenguas en ocasiones tan distantes como el alemán y el español.

Finalmente, se habla también sobre la traducción de cómics y las dificultades que las convenciones del género acaban causándole al traductor, especialmente el hecho de que la traducción de novela gráfica se encuadre dentro de lo que Mayoral, Kelly y Gallardo (1983) llamaban traducción subordinada.

Del mismo modo, en virtud de la naturaleza de este trabajo como encargo de traducción, se propone una traducción para las tiras seleccionadas y se emprende un análisis de dicha traducción, todo ello apoyándonos en las estrategias y en los conceptos propuestos por autores como Nida (1964), Mayoral, Kelly y Gallardo (1983), Valero Garcés (2000), Castillo Cañellas (2002) y Titford (1982).

Palabras clave: Cómics – Alemán-español – Referencias culturales – Traducción

MOVIMIENTOS DE CÁMARA EN EL CINE DE ACCIÓN: EL CASO AUTORIAL DE JOHN McTIERNAN

AUTORES

José Rodríguez Terceño, David Caldevilla Domínguez y Juan Enrique González Vallés

U. Complutense de Madrid (España) y U. San Pablo CEU (España)

josechavalet@gmail.com; davidcaldevilla@ccinf.ucm.es y juanenrique.gonzalvezvalles@ceu.es

El concepto de sello autorial ha generado varios textos en los últimos años que pueden ser considerados como señeros. Por ello, los autores, como responsables de algunas de las investigaciones caberas, proponen, a partir del reciente trabajo sobre el sello autorial de McTiernan basado en el desarrollo de la tesis doctoral *El sello autorial en el cine de John McTiernan: Estilema, tratamiento del género de acción y espectador ideal* (Universidad Complutense de Madrid, España, 2015) de José Rodríguez Terceño, proponen la siguiente ponencia. A partir de este texto doctoral, y siguiendo siempre una metodología de esencia analítico-textual se distinguirán los dos planos esenciales en la creación discursivo-narrativa cinematográfica (Historia y Discurso) y que abarcan todos los elementos integrantes de lo «narrativo audiovisual» y así se profundizará en el concepto de “narrativa audiovisual cinematográfica”. Se parte de la base de que estudiando los movimientos de cámara y la planificación escénica en la obra de este autor, se definirá su «estilema» ya que éste está conformado por el empleo que hace de forma personal y particular en estos ámbitos, de ciertos recursos iterados, fácilmente identificables y rastreables, y por tanto imitables, que constituyen, según la hipótesis de este texto, uno de los pilares centrales sobre el que se vertebra ese sello de autor o estilema del director estadounidense John McTiernan.

Se explicita también que existen rasgos autoriales que, en algunos casos, no en todos, se constituyen como fundamentadores o basamentos sobre los que se asienta, no ya un sello de autor concreto, sino una forma concreta cinematográfica –definida por un tiempo o un lugar- o todo un género cinematográfico. Estos recursos discursivos y formales son un rasgo definidor -que combinado con otros genera nuevos sentidos y significados-, del «**Sello McTiernan**»; un sello que, asociado a una obra completa y, dependiendo del éxito o fracaso que ésta tenga, puede, al mismo tiempo, acabar definiendo, no de forma completa, pero si en su esencia o en gran parte, todo un género cinematográfico. La aproximación al diseño de nuestra metodología queda instituida desde la fuente generadora de sucesos, a saber, la cinematografía de John McTiernan; por ello, a la hora de aplicarla, penetraremos en las estructuras de cada película definiendo los aspectos que subrayan el carácter invariante en cada uno de los apartados seleccionados del modelo analítico.

Palabras Clave: Sello de autor - John McTiernan - Movimientos de cámara - Planificación cinematográfica - Narrativa

ASPECTOS CONTROVERTIDOS EN TORNO A LA DIFUSIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LOS DIARIOS GRATUITOS EN ESPAÑA: EL CASO DE 20 MINUTOS

AUTORA

Ana Virginia Rubio Jordán

Universidad a Distancia de Madrid (España)

anavirginia.rubio@udima.es

Los diarios gratuitos de información general aparecieron en el mercado de la prensa española hace más de una década con el lanzamiento de *20 minutos*, quien ha logrado consolidar durante todo este tiempo su presencia cada mañana en las principales ciudades del país gracias a su innovador modo de distribución, consistente en el reparto de ejemplares de manera gratuita en los principales puntos de acceso de los medios de transporte urbano, como el autobús, el metro o los trenes de cercanías.

La penetración de esta clase de prensa hace ya quince años en los hogares españoles dio lugar a dos planteamientos por parte de los propietarios de la prensa de pago: por un lado, aquel que consideraba a los gratuitos como una grave amenaza para la prensa tradicional y que, por lo tanto, acarrearía una pérdida considerable de lectores dado que por primera vez los ciudadanos tendrían acceso a las noticias en papel sin coste alguno; y por otro, aquel en el cual a los periódicos de pago tendrían acceso nuevos lectores que, si bien antes no eran consumidores de prensa, ahora sí lo serían como consecuencia de la previa adquisición del hábito de lectura creado por los gratuitos.

Ante este nuevo panorama del mercado de la prensa escrita española, no resulta extraño que los editores de los diarios de pago advirtiesen de que los gratuitos eran medios distintos y no comparables, tanto en contenido como en forma, y solicitasen una regulación en la distribución de ejemplares, para que no interfiera en la actividad de los puntos de venta tradicionales. A esto hay que añadir cómo el sector de la prensa escrita ha sido siempre uno de los más castigados por las crisis económicas existentes y, especialmente, por la que aún padecemos en la actualidad, debido sobre todo al descenso de la inversión publicitaria.

Coincidiendo con el decimoquinto aniversario del medio, esta comunicación analiza y profundiza en los aspectos controvertidos surgidos con el nacimiento de la prensa gratuita española en torno a sus modos de distribución de ejemplares, que no fue otra cosa que un innovador sistema de reparto en los principales puntos de acceso a los medios de transporte urbano, y se realiza una comparativa con la distribución realizada por otros gratuitos impresos que surgieron con posterioridad, como el diario *Qué!* o el desaparecido *ADN*.

Efectivamente, los sistemas de difusión y de distribución, junto al objetivo de mejorar, diariamente, el reparto del periódico, han sido la piedra angular de la estrategia empresarial de los diarios gratuitos españoles. El éxito de esta clase de prensa dependía por completo de la calidad y la rapidez de estos dos sistemas. La calidad en la distribución consistía, principalmente, en asegurar que el medio millón de ejemplares que se ponían cada día en la calle llegaban hasta las manos de los lectores.

Palabras clave: Prensa gratuita – Periodismo impreso – Difusión prensa – Distribución prensa

LOS FORMATOS AUDIOVISUALES DE LA CRISIS. ESTUDIO DEL DISCURSO DE LOS MEDIOS ESPAÑOLES E ITALIANOS

AUTORA

María-Jesús Ruiz-Muñoz
Universidad de Málaga (España)
mariajesus@uma.es

Este trabajo constituye un resultado del proyecto “La representación de la crisis española en los medios de comunicación: un estudio comparativo con el caso de Italia”, desarrollado en el Dipartimento di Storia dell’Arte e Spettacolo de La Sapienza -Università di Roma (Italia) y financiado a través del Subprograma Estatal de Movilidad del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2013-2016, dentro de la Modalidad ‘José Castillejo’ para jóvenes doctores.

Desde 2008 han proliferado numerosos análisis sobre la crisis, tanto a nivel mundial como en el caso concreto de los países más afectados. Sin embargo, la mayor parte de estas investigaciones han estado centradas en abordar sus dimensiones económica y política: Krugman (2012); Stiglitz (2012); Mateos y Penadés (2013); Navarro, Torres y Garzón (2012), entre otros trabajos que han trascendido. En el caso de las Ciencias de la Comunicación, la producción científica en torno a la crisis en España, incluso en los trabajos más recientemente publicados (Francés et al, 2014; Tomé, 2013), ha sido particularmente orientada al análisis de sus repercusiones económicas y estructurales en el sector audiovisual. Respecto a Italia, la lectura resulta bastante similar, ya que las preocupaciones de los investigadores se centran fundamentalmente en el devenir de la industria (Gravvila, 2010; Farinelli, 2009) y, de forma aislada, se encuentran escasos artículos orientados a analizar la obra de un reducido número de cineastas, en la que se reflejan algunas consecuencias de la crisis actual (Antonello, 2012; Benincasa, 2012).

Por todo lo expuesto, con este trabajo se pretende paliar una importante carencia en el estudio de las dimensiones de la crisis desde el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, puesto que no existen precedentes de un estudio cualitativo en profundidad sobre el planteamiento de esta clase de discurso a través de los medios audiovisuales en el ámbito español, ni tampoco ha sido abordada una comparativa similar entre dos países de la Unión Europea, como aquí se propone. La comparación con el caso italiano resulta de especial interés puesto que se trata de un país social y culturalmente próximo a España, que además posee un ecosistema audiovisual igualmente amplio, diverso y complejo.

En cuanto a los resultados obtenidos, cabe destacar un nutrido conjunto de documentales fundamentalmente orientados a explicar las causas de la crisis y sus consecuencias, mientras que el cine de ficción de ambos países se ha centrado en contar historias relacionadas con los dramas humanos vividos. Por su parte, en el medio televisivo, si bien se observan elementos de representación comunes en algunos formatos, también existen diferencias sustanciales. En primer lugar, la ficción española ha quedado notablemente impregnada de referencias a la crisis y sus implicaciones sociales, algo que no ha ocurrido en Italia. Por otro lado, el auge del *charity show* ha tenido lugar en España y no en el caso italiano. Finalmente, se otorga especial consideración a los formatos de debate político y a los modos de aparición en los formatos televisivos por parte de los políticos ambos países.

Palabras clave: Formatos – Audiovisual – Crisis – España – Italia

MÚSICA PREEXISTENTE PARA UN CINE ESPAÑOL DE VANGUARDIA: LA BANDA SONORA MUSICAL DE ‘*VIRIDIANA*’ (1961, LUIS BUÑUEL)

AUTORA

Virginia Sánchez Rodríguez

Universidad Alfonso X el Sabio de Madrid (España)

virginiasanchezrodriguez@gmail.com

Viridiana, la célebre película de Luis Buñuel, es uno de los exponentes fílmicos que ha generado mayor controversia en la historia del cine español y uno de los que más páginas ha acaparado en los últimos años dentro del ámbito académico. La representatividad de la cinta como un ejemplo significativo de la estética cinematográfica más vanguardista de los años sesenta, opuesta a los rasgos estéticos e ideológicos del cine comercial, así como el hecho de que *Viridiana* puede ser comprendida como el comienzo de un cambio estilístico en la obra de Buñuel, son solo algunas de las razones de su interés. Sin embargo, uno de los elementos considerados menos vanguardistas suele ser su música.

Frente a un discurso visual vinculado con algunas de las corrientes artísticas más novedosas, la Banda Sonora Musical de *Viridiana* está formada, de forma exclusiva, por música preexistente. Gustavo Pittaluga (1906-1975), compositor vinculado a las vanguardias musicales del llamado «Grupo de los 8», en este caso no se ocupa de la composición de música incidental sino de la ambientación y de los arreglos precisos de las obras preexistentes, de acuerdo con la necesidad de sincronía. De este modo Pittaluga parece anticiparse a un concepto novedoso dirigido hacia la figura de ambientador musical tal como hoy en día se concibe. Por otra parte, la selección de música preexistente de grandes compositores y de canciones pertenecientes a la vertiente más popular en la obra de Buñuel responde a un interés simbólico e ideológico. En ese sentido Jaume Radigales concibe *Viridiana* como “una blasfemia audiovisual” (Radigales, 2002:88) en relación con el valor simbólico derivado del modo de empleo de la música.

Por todo ello, y con la intención de solventar las erróneas atribuciones musicales de las obras preexistentes insertas en *Viridiana* y recogidas en algunos antecedentes bibliográficos (Becerro Viñas, 2005: 485-495), en el presente estudio proponemos un análisis de la Banda Sonora Musical de la citada película desde una perspectiva formal y semántica. Esto se debe a que la música no solo tiene relevancia por su presencia sino, especialmente, de acuerdo con su función ideológica como reflejo de los intereses del director, algo en lo que *Viridiana* es un exponente único.

Para llevar a cabo esta investigación utilizaremos una metodología basada en el análisis músico-audiovisual a partir de bloques musicales, atendiendo a la diversidad estilística, recreada a través de la convivencia de música sacra y música popular, tanto en su vertiente tradicional como urbana, siendo el sonido popular más contemporáneo el que acompaña los últimos segundos de la película. Y es que, en ese sentido, la evolución musical presentada en la Banda Sonora Musical se produce de forma paralela a la metamorfosis de la joven *Viridiana* a lo largo de toda la cinta de Buñuel.

Palabras clave: Franquismo – Luis Buñuel – Banda Sonora Musical – Ambientación musical – Función ideológica

EFFECTOS DE LA DESINDIVIDUALIZACIÓN: ESTUDIO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN PLATAFORMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

AUTORA

María Eugenia Sanz Aniceto
Universidad de Burgos (España)
mesaniceto@ubu.es

Los medios de comunicación han ejercido y ejercen en la actualidad una poderosa influencia sobre la sociedad, generando diversas opiniones públicas sobre cualquiera de los temas considerados relevantes como para ser expuestos ante el gran público.

Con la llegada de Internet y las nuevas tecnología de la información y la comunicación (TIC), con independencia del cambio de soporte, existe un bloque de información que sigue proviniendo de los filtros establecidos por los medios de comunicación tradicionales. Sin embargo dicha información convive en la actualidad con la generada por el propio público consumidor, ya sea un individuo, un grupo, o un colectivo el que crea y comparte los mensajes que considera relevantes.

Uno de los medios de comunicación social más utilizados (con 300 millones de usuarios) es Twitter. Esta plataforma de comunicación permite, una vez registrado, estar en contacto en tiempo real con personas de interés para el usuario, así como interactuar con la información mediante comentarios o compartiendo la misma a su círculo de seguidores. Ofrece, entre otras ventajas: su simplicidad de manejo, sencillez para usar la aplicación desde diversos dispositivos, brevedad en los comentarios (sólo permite 140 caracteres) e información actualizada en todo momento, pero también conlleva una serie de características no tan ventajosas, como pueden ser el anonimato (perfiles falsos) y la facilidad para manifestar sin censura opiniones, dejando de lado la deseabilidad social cuando se da la pérdida del anonimato y se favorecen los procesos de desindividualización.

El uso de estos medios para la difusión de mensajes ideológicos es evidente y totalmente necesario para hacerlo llegar a la sociedad. Los diferentes grupos sociales conscientes de la importancia de este hecho, ponen de manifiesto sus ideales a través de estos medios.

Para poder, en muchos casos, llegar a influir en un número elevado de personas, se innova constantemente en estrategias que faciliten el conocimiento por parte de la sociedad de determinado movimiento y de sus ideales. Así, las integrantes del movimiento FEMEN usan como soporte para sus lemas sus tornos desnudos con el fin de poder acceder a los diferentes medios de comunicación para dar a conocer a la sociedad su ideología reivindicativa sobre la continuidad del dominio masculino y su lucha por la igualdad de las mujeres.

Desde el análisis de los diferentes comentarios vertidos en la cuenta de Twitter de Femen España se tratará de analizar si el fenómeno de la desindividualización fomenta los comentarios estereotipados y discriminatorios hacia las mujeres y si persisten sentimientos negativos residuales en función del género.

Palabras clave: Estereotipo – Desindividualización – Prejuicio – Sexismo

APRENDER A PROVOCAR EMOCIÓN CON LA ARQUITECTURA

AUTORA

Laura Sordo Ibáñez

Universidad Europea Miguel de Cervantes (España)

lsordo@uemc.es

Determinadas arquitecturas pueden provocar una sensación que va más allá de la impresión estética, se convierte en una alteración física, una vivencia, donde el espacio afecta a la emotividad. Para ello es necesario conjugar una base teórica con un desarrollo visual. Las ideas surgen a partir de una alimentación de conceptos incorporados de otras disciplinas que enriquecen y complementan el hecho proyectual.

La arquitectura no es un objeto de contemplación, tiene que transmitir ideas e interactuar con todo aquello que está a su alrededor para provocar una respuesta emocional con conceptos que la sociedad demande. Un proceso de comunicación entre el objeto arquitectónico y el individuo a través de un intercambio de experiencias que enriquezcan interiormente, que hagan que en el individuo algo haya cambiado.

Una buena comunicación atrapa al escuchante, fomenta el recuerdo, provoca la ilusión, el entusiasmo y genera sentimientos. Cada forma de comunicación tiene unas determinadas estrategias y recursos. En arquitectura parte de la funcionalidad, de la estética, de la sensibilidad. Los arquitectos, del mismo modo que los poetas, los ingenieros, los compositores, etc., sufren un desplazamiento respecto de la realidad material de su disciplina, y como consecuencia, se ven obligados a materializar de alguna forma sus ideas.

La arquitectura se puede entender como una experiencia individual o colectiva, un acontecimiento. Hay que aprender a buscar en nuestro mundo interior para poder enfrentarnos a los procesos creativos. Una vez que hemos crecido interiormente, es preciso interactuar con los parámetros exteriores para conjugar ambos elementos. Todos los estímulos que nos llegan a través del exterior nos transforman. La arquitectura trata de buscar esa mirada íntima que nos hace enfrentarnos hacia lo imaginario. Hay que encontrar un trayecto interior de un espacio exterior secundario. Lo verdaderamente importante es la sensación que producen los espacios, comunicar con la arquitectura. Los lugares nos provocan sensaciones, las cuales forman parte de las personas que los recorren. Aparecen nuevos mundos en los que inmiscuirse. La arquitectura nos hace soñar, recordar, nos emociona y nos apasiona.

Es necesario buscar conceptos, herramientas, que los arquitectos utilizan para comunicar sensaciones a través de los espacios, para transformar la realidad. Para proyectar acontecimientos espaciales es necesario excitar la sensibilidad del espectador. La arquitectura puede transformar la realidad utilizando una serie de estrategias presentes en el proyecto arquitectónico. Hay que trabajar con otras disciplinas que la relacionen con la multiplicidad de conocimientos especializados.

Se puede aprender, a través de una metodología de proyectos arquitectónicos, la comprensión de los mecanismos que hacen que esta disciplina pueda mover registros emocionales. Algunas de esas estrategias pueden ser: la paradoja, el camuflaje, el uso de la escala y la proporción, la metamorfosis. A través de ellas vamos a analizar proyectos arquitectónicos que nos aporten sutileza, emoción, imaginación, reflexión y pausa.

Palabras clave: Arquitectura - Comunicación - Estrategia - Sensación - Emoción

LA ESTRELLA DE HOLLYWOOD COMO PRESCRIPTOR EN EL SPOT PUBLICITARIO

AUTORA

Juana Taveras Suero

Universidad Camilo José Cela (España)

jb.taveras7s@gmail.com

Es cierto que el prescriptor se caracteriza por recomendar y hablar bien sobre las cualidades y beneficios de una marca, producto o servicio. Pero, dada la sociedad postmoderna en la que vivimos, concebimos, que la publicidad con estrella cinematográfica se sirve de un concepto narrativo más indirecto, al punto que casi parece que no hay prescripción. Las aportaciones de Genette (1998) sobre el discurso del relato, indican que en la producción de un enunciado o texto, participan varias entidades con funciones visiblemente narrativas.

El relato se permite involucrar a alguien o diferentes entidades que se encarguen de contar la historia. A estas entidades se les denomina desde la narratología, instancias enunciatoras o discursivas. Son las encargadas de organizar el texto. Y, del “mismo modo, que el texto narrativo emplea una instancia enunciatora para contar una historia” (García Jiménez, 1996, p.136), consideramos que con la utilización del prescriptor que mostramos, el mensaje se organiza en torno a tres instancias: El autor, autor implícito, y la instancia del prescriptor como narrador y personaje. Se trata de analizar a partir de 10 spots cómo la estrella actúa en el spot desde estas instancias. Esto implica analizar, su imagen real (autor), el personaje que interpreta (prescribirá a partir de los rasgos y roles de algún personaje que interpretó en la pantalla) y su imagen como famoso (autor implícito), que viene a ser algo más que resulta de la suma de la imagen real y la imagen de sus personajes. Para entendernos mejor: Thomas Sean Connery es la persona real o autora; James Bond (su personaje) y Sean Connery (con guion) su nombre artístico. El juego entre estos tres elementos (autor + actante = autor implícito, o lo que es lo mismo, actor + personaje = estrella) hace de la estrella un prescriptor muy especial. Lo que sucede a estos tres niveles favorece la venta del objeto anunciado y, al mismo tiempo, se produce una confluencia entre estos elementos narrativos y la notoriedad y valores de marca.

Asimismo, se trata de explicar, que la *notoriedad* del actor como autor, la *transtextualidad* de sus personajes y *poder mítico* de la estrella, convierten a este prescriptor en un activo para los anunciantes que generan valor en términos de estatus. Sostenemos que estas particularidades de la estrella son las razones que llevan a los anunciantes a contratar actores de Hollywood y rodar spots que renuncian a la prescripción directa por otra, sostenida como hemos dicho, sobre las instancias enunciatoras.

Es un estudio cualitativo basado en el análisis de contenido, porque trataremos de extraer algunas categorías de análisis de otros textos y luego, se hará un análisis del discurso iconográfico del spot y cada instancia enunciatora, para lo que se necesitará una labor propiamente interpretativa y relacional. El material utilizado como plataforma documental se compone de, películas, prensa, y spots.

Palabras clave: Estrella – Prescriptor – Spot publicitario – Instancias enunciatoras.

NUEVOS ESPACIOS PARA EL ARTE EN LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA ESPAÑOLA: DISEÑO GRÁFICO/TIPOGRÁFICO

AUTORAS

Cristina Varela Casal y Begoña Paz García

Universidad de Vigo (España)

cristinavarelacasal@uvigo.es y begpaz@gmail.com

El entorno más próximo (universidades gallegas) la docencia en el área de didáctica de la plástica de los futuros profesionales de educación primaria e infantil es asumida por licenciados en Bellas Artes. El perfil de estos, hasta el momento de la implantación del Espacio Europeo de Educación Superior y el diseño de los nuevos grados, era el de una formación procedimental, vinculada a las áreas de la plástica tradicional; escultura, pintura y dibujo.

Con los nuevos planes de estudio se han incorporado de forma explícita, contenidos vinculados al denominado “territorio expandido del arte”, nuevos espacios de creación y nuevas maneras de entender el lenguaje artístico que pasan por el cuestionamiento del concepto tradicional del Arte entendido como sistema aurático. Son modos de trabajo que ya venían empleándose pero que con este cambio se han institucionalizado. Se han cuestionado los grandes conceptos sostén del arte clásico; el papel pasivo del público, la necesidad de los espacios museísticos o más bien su exclusividad como espacios únicos para el arte, la premisa de durabilidad del arte... Además se han incorporado a los procedimientos códigos y sistemas visuales nuevos, recursos sonoros y prácticas audiovisuales.

Todas estas modificaciones han generado un perfil nuevo de licenciado en Bellas Artes que maneja y se maneja en lenguajes y espacios de producción y comunicación contemporáneos. Espacios legibles y atractivos para otras áreas no necesariamente especializadas. Este perfil de profesor que ha comenzado a incorporarse a las áreas de didáctica de la plástica utiliza y forma en herramientas y códigos activos del lenguaje del arte, que han bajado a las obras de arte de su peana para colocarlas en un lugar accesible enfriando su aura y democratizando el acceso a ellas. En este proceso la didáctica de la plástica se ha ido redirigiendo hacia un territorio de intervención /acción alejado de la mera producción manual de objetos y estereotipadas propuestas bi y tri dimensionales.

En concreto desde la Universidad de Vigo hemos iniciado una propuesta de trabajo por proyectos donde vinculamos diseño gráfico/tipográfico con aprendizaje y reconocimiento de las letras (abecedario) en la etapa de educación infantil. Recurrimos a espacios de arte poco visitados (diseño tipográfico) para evitar las respuestas estereotipadas a las que el alumnado de didáctica suele recurrir en su formación universitaria. Y elaboramos una propuesta de trabajo que partiendo del arte entendido como lenguaje pre-verbal ayuda a abordar contenidos básicos del currículum de infantil desde una mirada plástica. Trabajamos con estrategias que desarrollen el lado derecho del cerebro y sistemas de comunicación no estrictamente verbales. Alternamos tareas individuales con trabajo colaborativo. Experimentamos procesos de forma/color y elaboramos materiales didácticos que puedan servir para el futuro desempeño profesional del alumnado. Esta experiencia práctica es el germen de un proceso/proyecto que sigue en evolución pero que ha aportado datos muy significativos y a partir del cual ya se han generado convenios con instituciones educativas de infantil y primaria.

Palabras clave: Didáctica de la plástica – Diseño gráfico – Educación infantil – Arte expandido – Educación primaria

HETERONORMATIVIDAD Y MEDIOS: NUEVAS PERSPECTIVAS SOBRE LA INVESTIGACIÓN DE LA DIVERSIDAD SEXUAL EN LA COMUNICACIÓN

AUTOR

Rafael Ventura

Universitat Pompeu Fabra (España)

rafael.ventura@upf.edu

Este trabajo forma parte del Proyecto Nacional de Investigación “Análisis de los relatos audiovisuales sobre civilizaciones y culturas. Representaciones e interpretaciones de los relatos informativos de la televisión” (CSO2011-23786), financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España.

Las cuestiones sobre la diversidad sexual han experimentado un incremento significativo en los medios de comunicación. Este aumento de visibilidad se debe en cierta medida a los avances sociales vividos en las últimas décadas en relación a la gestión social de las realidades no-heterosexuales. No obstante, siguen existiendo numerosos condicionantes que fuerzan a estas personas a permanecer parcialmente invisibles (Guasch, 2000). Los medios de comunicación, como espacios de creación y difusión del discurso público, juegan un rol fundamental en el mantenimiento de esta situación.

Por ello, desde hace varias décadas, numerosos académicos del área de la comunicación han tratado de explorar diversas cuestiones sobre la diversidad sexual en su relación con los medios de comunicación. Se detecta que gran parte de los estudios centran su análisis en los productos de ficción televisiva. Por tanto, este artículo considera la necesidad de incorporar a la investigación académica de este campo también los productos informativos de la televisión. Se trata de espacios concebidos para producir contenido informativo y objetivo. Aun así, al mismo tiempo construyen una realidad social concreta que puede contribuir a asentar discursos estereotipados.

Por otra parte, la mayoría de estos estudios se caracterizan, sobre todo, por centrar su análisis de manera exclusiva en la homosexualidad. Si bien, esto puede suponer un obstáculo para el propio proceso de normalización, ya que al problematizar la homosexualidad se le confiere a la heterosexualidad un privilegio epistemológico que la naturaliza. Con tal de esquivar este conflicto, este artículo se apoya teóricamente en el concepto de *heteronormatividad*, el cual trata de cuestionar el razonamiento hegemónico que legitima y privilegia la heterosexualidad como único modelo válido de relación sexo-afectiva y de parentesco.

Así, este trabajo plantea una revisión de las últimas tendencias de investigación sobre la diversidad sexual en los medios de comunicación. Primero se discute el concepto de heteronormatividad, para a continuación revisar cómo ha sido analizado este fenómeno, hasta ahora, en el campo de la comunicación. La intención es trazar un mapa del estado actual de la discusión académica, mostrando en qué teorías de la comunicación se apoyan los estudios, qué productos mediáticos se analizan, qué metodologías se usan y cuáles son las problemáticas que han surgido a la hora de analizar este fenómeno. A partir de este análisis se plantean cuáles son los retos futuros y hacia dónde seguir investigando.

Palabras clave: Heteronormatividad – Representación mediática – Diversidad sexual – Tendencias de investigación – Discurso informativo

IDIOMAS Y CULTURAS AMERINDIAS : INFLUENCIAS EN LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA, ALFABETIZACIÓN Y EDUCACIÓN, Y JUSTICIA

AUTORA

Estelle Ysnel

Universitat Jaume I de Castellón (España)

eysnel@yahoo.fr

El 12 de octubre de 1492, Cristobal Colón se imaginaba que había llegado a las Indias Occidentales. No podía ocurrírsele que acababa de descubrir el Mundo Nuevo y que aquel descubrimiento cambiaría para siempre el destino de los nativos de aquellas tierras, los Amerindios.

De los cuatro viajes de Cristobal Colón y, luego, de la *Conquista* de los Imperios Azteca, Maya e Inca, surgió el choque no sólo entre dos Mundos : el Mundo Nuevo y la Vieja Europa, sino entre dos Pueblos : los Españoles y los Amerindios. En esta batalla, los verdaderos protagonistas de esas tierras, pasaron a segundo plano, siendo los extranjeros quienes dominaron el nuevo territorio prácticamente hasta hoy en día.

Desde hace unos veinte años, tanto a nivel de cada país como a nivel de las Naciones Unidas y de la O.E.A., la situación ha ido cambiando para los Amerindios. Se reformaron las Constituciones. Se votaron leyes indígenas. Se adaptó la Declaración de las Naciones Unidas sobre los Derechos de Los Indígenas. En cambio, la Declaración Americana sobre los Derechos de los Indígenas permanece como un mero proyecto por falta de consenso. Algunos Amerindios consiguen ser Presidentes de su país.

Este trabajo se basará en el estudio de las disposiciones constitucionales e internacionales no específicas y específicas a los Amerindios. Centraré este trabajo con relación a las zonas actuales que corresponden no sólo a los antiguos imperios Azteca, Maya e Inca sino también a Amazonia y al Caribe. En la zona azteca, ubicamos los Estados de Guerrero, Hidalgo, México, Michoacán, Morelos, Nayarit, Oaxaca, Puebla, San Luís Potosí, Tlaxcala y Veracruz en México, El Salvador y Nicaragua. En la zona Maya, ubicamos los Estados de Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo, Tabasco y Yucatán en México, Guatemala, Honduras y El Salvador. En la zona Inca, ubicamos Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, las Provincias de Buenos Aires, Chubut, Jujuy, La Pampa, Neuquen, Río Negro, Salta, Santiago del Estero y Tucuman en Argentina y Chile. En la zona amazónica, ubicamos los Estados Amazona, Apure, Barinas, Bolivar y Tachira en Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, las Provincias de Chaco, Corrientes, Entre Ríos, Formosa, Jujuy, Misiones, Salta y Santa Fe en Argentina y Paraguay. En la zona caribeña, los Estados de Campeche, Quintana Roo y Yucatán en México, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá, Colombia y los Estados Amazonas, Anzoategui, Bolivar, Monagas, Sucre y Zulia en Venezuela.

En una primera parte, trataré de los idiomas y culturas Amerindias. Respecto a los idiomas, es imprescindible estudiar las cuestiones del estatuto y de la salvaguardia y valorización de los mismos. En cuanto a las culturas, cabe destacar las cuestiones del multiculturalismo y de la salvaguardia y valorización de las mismas.

En una segunda parte, trataré de las influencias de los idiomas y culturas Amerindias en la alfabetización mediática, alfabetización y educación, y justicia.

Palabras clave: Amerindios – Idiomas – Cultura - Alfabetización mediática – Educación - Justicia

NÍHIL ÓBSTAT . IMPRIMÁTUR