

COMPETENCIAS DIGITALES PARA LOS NUEVOS ENTORNOS DENTRO DE LOS ESTUDIOS DE GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

José Manuel Noguera
Universidad Católica San Antonio de Murcia

María del Mar Grandío
Universidad Católica San Antonio de Murcia

Susana Torrado
Universidad de Murcia

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo principal exponer los retos docentes que deben afrontarse tras la implantación del Plan Bolonia, concretamente a partir del eje transversal que plantea Internet como herramienta en el proceso enseñanza-aprendizaje en el Grado en Comunicación Audiovisual. Para promover la reflexión, se expondrán las experiencias docentes de las Facultades de Comunicación y Documentación de la UCAM y la Universidad de Murcia.

Palabras clave: Internet, Enseñanza/Aprendizaje, Comunicación Audiovisual, UCAM, UM

ABSTRACT

This article explains the academic challenges to be addressed after implementation of the Bologna Process, particularly cross-shaft from the Internet posed as a tool in the teaching-learning process. And specifically, in the Degree in Audiovisual Communication through the thoughts and experiences of teachers within the faculties of Communication and Library Sciences of UCAM and the University of Murcia.

Keywords: Internet, Teaching / Learning, Audiovisual Communication, UCAM, UM

INTRODUCCIÓN

El nuevo enfoque metodológico del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha derivado en la aparición de una serie de diferencias sustanciales con el crédito académico hasta entonces vigente en la enseñanza universitaria española. Éste consideraba sobre todo el trabajo relacionado con las clases presenciales como parámetro de evaluación, evaluado la mayoría de las ocasiones en un examen final. El crédito europeo (ECTS) valora el volumen de trabajo total del estudiante incluyendo no sólo el realizado en clase, sino también el trabajo autónomo fuera de dicho ámbito espacial. En este contexto, la introducción de las nuevas tecnologías digitales, en especial Internet,

ha venido a plantear un novedoso escenario para el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje en el entorno de la docencia universitaria, como ocurre con las materias que se imparten en las facultades de Comunicación dentro del área de Comunicación Audiovisual. En este nuevo contexto, el objetivo del presente texto será poner en evidencia el potencial de Internet como herramienta para el proceso enseñanza-aprendizaje en los estudios de Comunicación Audiovisual. Para ello, se realiza una visión panorámica de los posibles usos creativos de estas nuevas plataformas digitales en los planes de Grado en Comunicación Audiovisual utilizando dos vectores de exploración: la perspectiva del profesor (enseñanza) y del alumno (aprendizaje). En primer lugar, se explicará cómo el profesor puede valerse de estas nuevas plataformas para poder apoyar sus explicaciones teóricas y, por lo tanto, enseñar de una manera creativa. En segundo lugar, se explorará y valorará el uso innovador de estas plataformas por parte del alumno para aprender y potenciar la creatividad.

MARCO TEÓRICO

Desde la perspectiva del docente, el profesor puede sentirse tentado a asumir como incuestionable la metáfora de los nativos digitales (alumnos) frente a los inmigrantes (padres, profesores...), pero sería un error, ya que no dudamos en afirmar que en este caso no estamos más que frente a un mito (Cobo, 2010), que ha sido aceptado y difundido por los medios casi con tanta rapidez como evidente ha sido la falta de cuestionamiento crítico que ha tenido el concepto de los llamados nativos digitales. Si bien es cierto que estamos ante usuarios para los que la Web ya no es “tecnología” debido a su cotidianeidad, eso no significa que se trate de usuarios con todas las competencias digitales desarrolladas, por lo que no es extraño que a menudo se confundan formatos, se equivoquen narrativas o se tengan problemas de privacidad en algunas redes sociales, entre otros riesgos. Desde esta perspectiva, el uso de la Web en el aula ya no es sólo una oportunidad, sino una necesidad formativa. La explosión de la Web Social o Web 2.0 no habría sido posible sin el desarrollo del software libre o modelos de negocio basados en el *freemium*, que han permitido el acceso rápido, masivo y gratuito a innumerables (literalmente) herramientas que hasta entonces habían estado sólo al alcance de profesionales y que ahora en conjunto forman lo que se conoce como *Cloud Computing* o “la nube”. Supone el cambio del tradicional escritorio físico (*Desktop*) a uno virtual, ubicuo (*Webtop*) y perfecto paradigma de lo que representa trabajar conectado, en colaboración con otros pares y sincronizado con multitud de aplicaciones. Durante el mes de febrero de 2010, la empresa IBM lanzó Academic Cloud, un abanico de herramientas para que la comunidad universitaria pudiera trabajar bajo el *cloud computing* y, de paso, para asociar su imagen de marca hábilmente a una de las rutinas que marcarán la forma de trabajar en el futuro.

Bajo este contexto, el docente puede aprovechar que todas esas herramientas gratuitas (para publicar texto, editar imágenes, compartir y subtítular vídeos, etc.) aparecen en un entorno al que el alumno ya está acostumbrado. Éste, sin darse cuenta, diariamente maneja durante sus rutinas de consumo y producción de información algunas de las tendencias que mejor esbozan el conocimiento digital, como pueden ser la cultura de la remezcla (*recuts, lip-dubs...*), el mencionado trabajo en la nube o la elaboración de historias fragmentadas y multiplataforma, el llamado *Transmedia Storytelling* (Scolari, 2009). Como apunta Tíscar (2007), es un entorno bajo toda una cultura de la “reapropiación”, reflejada desde múltiples aristas:

“los montajes y remontajes (...) los memes seriados, y la fuerza de la viralidad son versiones de un *collage* infinito en las reinterpretaciones del entorno. El *apropiacionismo* va más allá de la simple intertextualidad de los *embed* o de los “ready-to-go” porque necesita “poseer” los objetos para transformarlos: que se puedan descargar y sean maleables”

En otras palabras, si las rutinas de consumo de información no tienen nada que ver con las de hace diez años, no parece demasiado lógico que las rutinas docentes, en muchas aulas, sigan siendo idénticas a las de hace veinte años. De un modo mucho más tajante lo expresaba el profesor de la Universidad Politécnica de Madrid, Antonio Fumero (2008):

“tendremos que buscar otra forma de evaluar, además de aprender a sacar partido de las (info)tecnologías para integrarlas en un proceso de aprendizaje que se me antoja radicalmente distinto al que seguía yo en edad escolar (...)¿Detectar los trabajos copiados/plagiados? ¿Utilizar software anti-plagio? No creo que la solución de un problema que, por otro lado, no es tal, vaya en esa dirección. ¿Qué buscabas con los trabajos? ¿Capacidad de síntesis? ¿Aprender a redactar? Una reseña de La Celestina en su *blog*, o mejor, al *Twitter*, en 140 caracteres ¿Comprensión lectora? Envíalo a monografias.com y el rincón del vago a que se lea lo que encuentre y pídele que suba un resumen de cinco minutos en *Youtube*... Yo qué sé; se me ocurren muchas estupideces que cabrían, con un lenguaje un poco más erudito, bajo unos pocos modelos educativos”

Si siguiendo ese nuevo paradigma de consumo de información en el que se encuentran los adolescentes, el hecho de que estos cada día sean capaces de crear y compartir entre ellos sus propios materiales culturales es una realidad evidente (Jenkins, 2010). Leen, escriben, editan, etiquetan, graban, comparten, puntúan, valoran, opinan, califican, “menean” (posts, vídeos, fotos...), charlan, sincronizan agendas y completan cada día un extenso abanico de actividades que son un buen reflejo del imaginario colectivo de la Web Social. De este modo:

- La formación puede ser ubicua, la ruptura de limitaciones gracias al trabajo en “la nube” permite el diseño de actividades que trascienden el aula, el curso escolar y los meros objetivos docentes.
- El trabajo, aunque puede diseñarse con restricciones de privacidad y permisos de publicación (wikis, blogs colectivos, grupos privados en redes sociales...), en esencia tiene el gran atractivo de ser público, para someterse al juicio crítico real de la audiencia y los diferentes filtros sociales de la Web.
- Las herramientas utilizadas son la gran mayoría de coste cero y a pesar de eso, mantienen las posibilidades de creación básicas de los grandes programas profesionales, gracias a la generalización de los servicios ofrecidos bajo el modelo *Freemium*.
- El uso de licencias copyleft permite a la comunidad educativa (docentes, padres, alumnos, ex alumnos...) el diseño de productos culturales reales, sin ánimo de lucro pero puestos en circulación en circuitos con los que puede llegar a su público objetivo, para que éste comparta, edite y utilice dicho producto bajo licencias similares.
- Junto con el coste cero antes mencionado, aparece la evidencia de una limitación que sólo radica en la capacidad creativa del docente para diseñar y del alumno para ejecutar las actividades propuestas.
- Se aprovecha el trabajo online para jugar con la “tensión en las fronteras” (Tíscar, 2007) existente en la Web, especialmente en la dualidad amateur/profesional de trabajos que

rápidamente pueden disponerse al juicio público y no sólo al del docente. Los numerosos concursos a los que pueden presentarse trabajos académicos, o las facilidades para mantener un medio digital, son por ejemplo buenas oportunidades para ello.

- Desde la perspectiva individual, se abre la posibilidad de aprovechar actividades para la construcción del portfolio online del alumno, una tendencia cada vez más extendida y un modelo de currículum mucho más abierto, dinámico y fiable que los tradicionales.
- Desde la perspectiva grupal, se experimentan las posibilidades del aprendizaje colaborativo, ampliando las posibilidades del trabajo en grupo propuesto desde los planes europeos.

Como se puede observar, en algunos de los puntos anteriores se encuentra latente la necesidad de afrontar el reto de la construcción de un “currículo posmoderno” (Tiscar, 2007), que no podría ser de otro modo que no fuera aprovechando el ecosistema mediático contemporáneo del alumno.

EL PLAN DE ESTUDIOS DEL GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Si bien las anteriores manifestaciones se podrían aplicar no sólo a cualquier disciplina de los estudios en Comunicación, sino incluso a la totalidad de los estudios universitarios en Ciencias Sociales, en esta reflexión se plantean las posibilidades específicas del nuevo Grado en Comunicación Audiovisual. Del plan docente de Comunicación Audiovisual en la UCAM¹, puede observarse que el carácter eminentemente audiovisual de la Web causa sinergias directas con algunas de las asignaturas del plan expuesto. Por ejemplo, podría tratarse del caso de: Narrativa Audiovisual, Lenguaje Publicitario, Producción Audiovisual, Tecnología II: Medios Audiovisuales, Autoempleo y Proyecto Audiovisual, Producción y Realización Audiovisual I, Tecnología III: Multimedia Interactiva, Redacción Audiovisual, Producción y Realización Audiovisual II, Audiovisual Corporativo, Taller de Publicidad Audiovisual.

Del presente listado, las oportunidades que ofrece la Web no radican exclusivamente en la amplitud de las posibilidades de difusión, sino también y esencialmente, en la posibilidad de aumentar las fronteras naturales de la asignatura, proporcionando a ésta una nueva dimensión basada en algunos de los puntos mencionados con anterioridad, especialmente con las características número 2, 3, 4 y 5. Los bajos (o inexistentes) costes de producción de la Red, las completas posibilidades de algunos programas *Freemium* y sobre todo, la exposición voluntaria a un juicio público, hace que sea el alumno el que dote a la materia de una nueva dimensión, lo que implica un cambio en los componentes actitudinales del proceso enseñanza-aprendizaje. En este sentido, ese cambio viene derivado de un hecho evidente: con la Web, la evaluación ya no es privada y única por parte del profesor, se convierte en un proceso abierto, público, constante y dinámico. Con este cambio, una calificación numérica en el pequeño ámbito académico a veces no tiene tanta repercusión para el alumno como una crítica feroz por parte de un usuario anónimo de la Web (o mejor, de un actor o prescriptor reconocido en Internet). Una de las revoluciones ampliamente reconocidas en Internet

¹ Plan de estudios del Grado en Comunicación Audiovisual en la UCAM: <http://www.ucam.edu/estudios/grados/audiovisual/plan-de-estudios>

es la democratización de la influencia, la posibilidad de que millones de grandes especialistas sobre “pequeños temas” (o temas de nicho) tengan una visibilidad o resonancia jamás alcanzada o imaginada anteriormente en los medios tradicionales.

En este punto se presenta de nuevo una oportunidad dual para el alumno. Si desde el punto de vista del creador se multiplica la difusión y colaboración con otros potenciales creadores, no es menos atractiva su situación como ojo crítico de innumerables fuentes documentales, donde pueden ponerse en práctica, bajo las directrices del profesor-tutor, todos los conceptos vistos en la asignatura relativos a la valoración, selección, credibilidad y calidad de las fuentes disponibles en Internet.

Pasamos a continuación a mostrar algunos ejemplos de los métodos de enseñanza utilizados en las asignaturas del área de Comunicación Audiovisual, tanto dentro del grado con el mismo nombre que se imparte en la Universidad Católica San Antonio de Murcia (UCAM) como en el segundo ciclo dentro de la Licenciatura de Periodismo de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia (UM). En segundo lugar, se mostrarán algunas de las prácticas fruto del aprendizaje del alumno que tienen como base fundamental el uso de Internet como plataforma de realización y difusión del trabajo autónomo del estudiante.

MÉTODO DE ENSEÑANZA 1. YOUTUBE COMO PLATAFORMA DE DIFUSIÓN DE PIEZAS AUDIOVISUALES EN “GÉNEROS INFORMATIVOS AUDIOVISUALES”

La asignatura optativa Géneros informativos audiovisuales se imparte en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia desde el curso 2002-2003, a raíz de la implantación del segundo ciclo de las licenciaturas de Periodismo y de Publicidad y Relaciones Públicas en dicha universidad. La antigua facultad de Biblioteconomía y Documentación se transformó en la Facultad de Comunicación y Documentación actual, con nuevas necesidades, no sólo docentes sino estructurales, con el objetivo de impartir asignaturas relacionadas con un área eminentemente práctica, donde el uso de equipos profesionales es algo primordial, sobre todo en asignaturas con conceptos audiovisuales.

La asignatura optativa que mencionamos responde a este patrón, puesto que trata desde sus orígenes de introducir al alumno en los principios fundamentales de la realización de piezas audiovisuales al mismo tiempo que de adquirir un dominio mínimo en el análisis y la elaboración de noticias y reportajes televisivos. Al finalizar la asignatura los alumnos deben poseer los conocimientos teóricos y prácticos para la redacción de noticias y reportajes en televisión, así como los principios básicos para la edición de informativos y, por último, deberán conocer los criterios fundamentales en la toma de decisiones durante la elaboración de un informativo en televisión. En torno a este último punto giró la asignatura en sus cuatro primeros años de existencia. Los alumnos asistían a la grabación de programas de televisión en diversas cadenas locales donde podían observar, pero no participar en su creación. A partir de 2005, con la adquisición en la facultad de equipo audiovisual profesional (cámaras, micrófonos y sala de edición), los alumnos comenzaron a participar en el proceso de creación de contenidos audiovisuales, llegando a realizar un total de 24 reportajes desde el curso 2005-2006 hasta el actual 2010-2011.

Dichos reportajes a lo largo de los años se han transformado en ejemplos para los alumnos que preparan su reportaje como práctica final y obligatoria necesaria para aprobar esta asignatura. La difusión de dichos reportajes ha experimentado una evolución desde la simple distribución por parte de la profesora de copias en DVD o la visión directa en la propia clase en formato videográfico, hasta la difusión a través de Internet gracias a la plataforma *Youtube*². Este sitio de Internet está repleto de videos con noticias y reportajes audiovisuales no sólo españoles sino de cualquier parte del mundo, todo un filón para cualquier profesor del área de Comunicación Audiovisual. En el caso que nos ocupa, la profesora de la asignatura desde 2005, Susana Torrado, comenzó a distribuir entre su alumnado los enlaces a los reportajes de años anteriores colgados en la red gracias a esta plataforma, creando una cuenta específica para ello. Durante el curso 2009-2010, aparte del acceso a los propios reportajes, la profesora tras localizar enlaces hacia otros vídeos con noticias de los informativos que actualmente emiten las cadenas de televisión en España, comenzó a ver la posibilidad de buscar otra plataforma que permitiera albergar tanto el trabajo propio de los alumnos como el de los profesionales de los medios y al mismo tiempo, emitir comentarios al respecto o facilitarles otros materiales (en otros formatos diferentes) para una mejor comprensión de los contenidos impartidos en clase. De este modo surgiría la iniciativa Kutzak09.

MÉTODO DE ENSEÑANZA 2. EL USO DE LA PÁGINA WEB KUTXAK09

En este curso que termina se ha llevado a cabo la creación de una página web contenedora —denominada Kutzak1011³ (cuyo significado es “cajas” en euskera)— donde ha tenido cabida todo el material de las asignaturas optativas “Géneros informativos Audiovisuales” y “Comunicación Institucional y Corporativa” en las licenciaturas de Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. El objetivo era “contener” toda la información en una única plataforma y evitar la dispersión de contenidos, ahorrando tiempo tanto a la profesora como a los alumnos a la hora de localizar los materiales, elaborar prácticas individuales o en grupo o plantear dudas; tareas que pueden ser resueltas con la ayuda de esta página.

Las prácticas grupales de ambas asignaturas han consistido en elaborar una pieza audiovisual (un reportaje de informativos para Géneros Informativos Audiovisuales y un vídeo institucional de promoción de la Facultad para Comunicación Institucional y Corporativa). Los reportajes de cursos anteriores dentro de la página web han sido evaluados con una visión crítica por parte de los alumnos con la función de conocer los preceptos necesarios para elaborar un reportaje y lo que es más importante, para saber cuáles son los errores habituales y tener la capacidad de no cometerlos de nuevo. Respecto a los vídeos institucionales, al no contar con ninguno de años anteriores, los alumnos han estudiado y analizado otros vídeos de otras facultades españolas, al mismo tiempo que elaboraban el suyo con un hándicap añadido (poder presentarlo ante la Junta de la Facultad con la posibilidad de

² Algunos de esos reportajes se pueden localizar en la página <http://www.youtube.com/user/75gusiluz>

³ <http://sites.google.com/site/kutzak1011/>

ser incluido en la página web como reclamo publicitario de los nuevos grados implantados ya en la Universidad de Murcia en el curso 2010-2011).

Los enlaces de la página web correspondientes a las dos asignaturas de licenciatura han contado con material audiovisual dentro de los apartados “Vídeos” y “Materiales” correspondiente a los ejemplos vistos en clase (vídeos de *Youtube*) o ejemplos seleccionados por la profesora para ser vistos fuera de clase, tanto para reforzar la teoría como para servir de material a la hora de realizar las prácticas individuales (comentarios sobre dichos vídeos). Del mismo modo, algunos de los vídeos que aparecen como material han sido propuestos por los propios alumnos que tras enviar su propuesta a la profesora y pasar la correspondiente criba de contenidos han pasado a formar parte del material audiovisual de Kutxak1011. Esto último responde al segundo vector (la perspectiva del alumno), puesto que ellos mismos aprenden y colaboran en la creación de la página web. De este modo, podemos comprobar que “no sólo se está produciendo una situación de convergencia en los medios de comunicación provocada por la irrupción y aplicación de las TICs, sino que también dichas tecnologías están provocando un proceso similar de convergencia en la enseñanza/aprendizaje que se materializa y concreta en que los sujetos y elementos que conforman el proceso educativo se encuentran integrados; y, por tanto, más próximos” (Alonso, 2008: 62).

MÉTODO DE APRENDIZAJE 1. LA REALIZACIÓN DE UN LIP DUB COMO ACTIVIDAD VOLUNTARIA

Esa integración ha derivado, en el caso que nos ocupa, en la realización por parte de los alumnos de un *Lip Dub* grabado en las instalaciones de la facultad, utilizado como felicitación navideña por parte de esos alumnos e incluso de algunos profesores⁴. Algunos de los integrantes del equipo que voluntariamente realizó el vídeo integran el grupo responsable⁵ de la realización del *Lip Dub* que compitió representando a la Universidad de Murcia en el I Concurso “Lip Dub entre universidades”. La mayoría de ellos formaban parte de alguno de los grupos formados para realizar la práctica grupal de una de las dos asignaturas de la profesora Torrado y se consideraban preparados para realizar esta actividad como algo ajeno a las actividades obligatorias de sus respectivas carreras. El segundo vector, la perspectiva del alumno en el propio proceso del aprendizaje se refleja en esta iniciativa que promueve la creatividad de los participantes.

MÉTODO DE APRENDIZAJE 2. EL TRABAJO ACADÉMICO COMO PARTE REAL DE UN PORTFOLIO ONLINE

Como se ha comentado durante el marco teórico, una de las mayores oportunidades para re-dimensionar el trabajo académico es enfocarlo hacia el desarrollo personal y profesional del alumno

⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=qUX95KeyRfM>

⁵ El grupo posee un vídeo en el que animan a participar. Cfr. <http://www.youtube.com/watch?v=KCSauYQsk7I>

de una manera práctica. En otras palabras, las actividades formativas no son el prelude del posterior trabajo profesional, sino las primeras etapas de éste. Puede tratarse del caso del portal Murcia Recorded (murciarec.wordpress.com), una web para los alumnos de segundo ciclo de la Facultad de Comunicación de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, donde estos publican sus primeros reportajes multimedia y audiovisuales en una plataforma pública.

En este caso pueden citarse ejemplos como los trabajos “La llama más viva”⁶ (un reportaje sobre las labores de los retenes de bomberos en la sierra murciana de Sierra Espuña) o “Sol y arena para el mundo”⁷ (sobre la situación del pueblo saharauí, a través de los testimonios de una refugiada en un campamento de Argelia). En trabajos como los mencionados y siempre bajo licencias que no ofrecen duras restricciones en la difusión y utilización posterior de la obra (licencias del tipo copyleft como Creative Commons o Coloriuris), el alumno puede prolongar su trabajo más allá de la calificación académica gracias a todas las oportunidades que ofrece la asignación de una URL única a cada producto:

- La pieza puede remitirse directamente a los actores implicados en la obra (protagonistas, afectados, colectivos interesados, instituciones públicas...).
- Con las condiciones marcadas previamente por el copyleft, el producto puede ofrecerse libremente a medios de comunicación locales interesados en su difusión.
- La obra se somete a la participación e interactividad con la audiencia, que mediante diversas fórmulas (comentarios, correo electrónico, valoraciones, sistemas de puntuación, etiquetado y jerarquización...) puede crear un material adicional también valioso en términos informativos. Un contenido generado por el usuario (*User Generated Content*) que, bien gestionado, se erige incluso como una prolongación de la obra original creada por el autor, un apéndice valioso del primer producto gracias a la moderación y gestión del creador en su papel de moderador de conversación en la Web.
- La URL del producto ofrece numerosas posibilidades de difusión a través de los medios sociales de la Red (microblogging como Twitter, filtros sociales como Delicious o Me-néame, *plugins* diversos para compartir artículos...).
- En último lugar, esa URL se convierte en una referencia más que forma parte del *lifestream* del alumno para la construcción de ese portfolio online abierto mencionado anteriormente, dinámico y mucho más fiable que los tradicionales CVs.

En relación con esta última oportunidad, que subraya uno de los mayores ejes de la presente comunicación (Internet como plataforma del portfolio online del alumno), conviene recordar que en la Web, el perfil de trabajos publicados por el alumno no sólo puede hacerse bajo espacios creados por el alumno o el docente. Resulta una opción interesante para ser explorada la oportunidad de construir el portfolio de trabajos personales o la identidad digital de profesional a partir de espacios de terceros ya creados con ese fin y que pueden ofrecernos mayores posibilidades de colaboración con la audiencia y difusión.

⁶ <http://murciarec.wordpress.com/2009/10/20/la-llama-mas-viva/>

⁷ <http://murciarec.wordpress.com/2010/03/26/sol-y-arena-para-el-mundo/>

Un ejemplo en este sentido pueden ser los portales dedicados a la participación por la vía del denominado periodismo ciudadano, como puede ser en España el ejemplo del medio Bottup (www.bottup.com). Medios como éste ofrecen varias características por las que docentes y alumnos pueden preferir construir desde ellos sus primeras referencias profesionales en la Web. Para el caso concreto de Bottup, dichos atractivos podrían ser:

- Una estructura de la navegación más definida y desarrollada, que ofrece una agenda de temas con los que el alumno puede elegir su categoría de especialización alejada de la taxonomía general y superficial de los medios tradicionales (en Bottup existen secciones fijas como Cambio Climático, Vivienda, Denuncia, Organizados o Pulso Ciudadano).
- Un perfil que agrupa la trayectoria del alumno en el portal, reflejando: los últimos *tuits* en Twitter, la tarea actual en la que se encuentra trabajando el usuario, los temas preferentes o de mayor interés, una dirección de contacto, todos los trabajos publicados y la valoración de estos por los usuarios junto con sus estadísticas de visitas.
- Espacios de alfabetización mediática como es La Escuela en el caso de Bottup y que, si bien está enfocada a un público general menos especializado, constituye un inestimable espacio de recuerdo y refuerzo para aquellos alumnos que lo deseen (<http://www.bottup.com/Escuela>). Otros medios como TVE también han ejercido en los últimos años una intensa labor de alfabetización mediática hacia sus audiencias, con programas como Cámara Abierta.
- Por otro lado, espacios como Bottup, si bien se presentan como medios informativos ciudadanos, representan un híbrido informativo que cada vez será más frecuente en nuestra ecosistema mediático, donde se esperan cada vez fronteras más difusas entre profesionales y aficionados (o si prefiere expresar de otro modo, colaboraciones más intensas), y medios más socializados donde el flujo de información no se detiene cuando ésta llega al público.
- Por el anterior motivo, las sinergias educativas que pueden plantearse cuando se pide al alumno que enfoque sus actividades en plataformas como ésta se presentan muy atractivas también en términos de reputación digital, por la credibilidad que llegan a alcanzar algunos de estos espacios de colaboración ciudadana.

En suma, podría decirse que Internet, como eje transversal de múltiples materias y especialmente de las que ofrece el Grado en Comunicación Audiovisual aquí descrito, presenta un entorno educativo marcado por una nueva forma de aprender que modifica el *dónde* (en la Red) y el *cómo*: “en gerundio, en beta, con los otros” (Tíscar, 2010).

CONCLUSIONES

El presente artículo ha abordado la nueva realidad del consumo de información entre jóvenes (social, online, ubicuo, constante, multiplataforma...) para trasladarlo al ámbito educativo y confrontarlo con una oportunidad: la implantación del Plan Bolonia. El nuevo Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) exige una profunda remodelación del proceso enseñanza-aprendizaje en el ámbito universitario, por lo que este reto puede afrontarse como una oportunidad única para adaptar

las rutinas educativas a esa nueva realidad comunicacional del alumno. Las actividades formativas, por tanto, deben plantearse bajo la óptica de las oportunidades que ofrece un metamedio donde se han diluido muchas fronteras, especialmente las que jerarquizaban y ordenaban las fuentes (taxonomías frente a folksonomías). Este aparente riesgo puede y debe tomarse como una oportunidad educativa en los siguientes parámetros:

- Con actividades ubicuas, donde la ruptura de limitaciones gracias al trabajo en “la nube” permite trascender el aula y desarrollar proyectos bajo un estándar profesional, con mayores posibilidades de plazos, colaboración y difusión.
- Bajo una adecuada y renovada cultura de la privacidad, puede asumirse que determinadas fases de un proyecto no deben ser totalmente abiertas y públicas. Los diferentes niveles de privacidad de plataformas como los wikis, o los diversos permisos de publicación en blogs colectivos, son posibilidades para una fase beta donde el producto aún no se expone al juicio de la audiencia y los filtros sociales de la Web.
- Aprovechando el auge de los servicios *freemium*, que permiten el uso gratuito de numerosas herramientas casi profesionales, más que suficientes para las exigencias docentes. De igual modo, el uso cada vez más generalizado del software libre permite estar en contacto con una numerosa comunidad de desarrolladores.
- La utilización de licencias copyleft con páginas como Creative Commons o Coloriuris permite el diseño de productos sin ánimo de lucro pero puestos en circulación en circuitos de las industrias culturales, a través de los cuales llegan al público objetivo para que éste lo comparta, edite y redifunda.
- Cuando el coste del proyecto es cercano a cero, aparece casi como único condicionante la capacidad creativa, un factor estimulante para el alumno que no tiene apenas excusas para motivarse en un mercado donde profesionales, aficionados, expertos, docentes y educandos están en la misma red (la Red), y no dejan de intercambiar dichos roles.
- Construyendo un portfolio online del alumno a partir de la conciencia de que su identidad digital se puede empezar a configurar a partir de sus trabajos online, y que estos, a su vez, son el eje de dicho CV dinámico y abierto (un *lifestream* profesional).
- El trabajo en equipo, su coordinación y el aprendizaje colaborativo, tan presente en los nuevos planes educativos europeos, adquiere una nueva dimensión con las rutinas online, marcada por la ruptura de fronteras (privado-público, profesional-aficionado, fuentes-medios...) y una fase de pruebas (beta) permanente.

De las características mencionadas se deducen oportunidades para los proyectos educativos:

- El producto entra en contacto con los actores reales implicados en la obra (protagonistas, afectados, colectivos interesados, instituciones públicas...).
- Puede ofrecerse libremente a medios de comunicación locales interesados en su difusión (gracias al uso del copyleft).
- La participación posterior que permite la Web hace que un contenido generado por el usuario (*User Generated Content*), bien gestionado, pueda ser un nuevo producto, gracias a la gestión del autor en su papel de moderador de conversación en la Web.

BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, J. (2008).** Las tecnologías digitales como instrumentos de convergencia en los procesos de enseñanza/aprendizaje. El caso de la asignatura *Tecnología de la información* en periodismo. En: S. Torrado Morales. *La adaptación de asignaturas al modelo ECTS. Una experiencia de innovación educativa en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia*. Murcia: Diego Marín, 61-72.
- COBO, S. (2010).** Cosas que aprendí en un medio digital, *LolaComoMola*, 27 de abril. Disponible en: <http://lolacomomola.blogspot.com/2010/04/cosas-que-aprendi-en-un-medio-digital.html> [Consulta: 28/04/2010].
- FUMERO, A. (2008).** Copio porque puedo, *Antoine's Blog*, 3 de febrero. Disponible en: <http://antoniofumero.blogspot.com/2008/02/copio-porque-puedo.html> [Consulta: 29/04/2010].
- JENKINS, H. (2010).** Transmedia Generation, *Confessions of an Aca/Fan*, 31 de marzo, Disponible en: http://henryjenkins.org/2010/03/transmedia_generation.html [Consulta: 29/04/2010].
- LERÍS LÓPEZ, Mª D. y SEIN-ECHALUCE LACLETA, Mª L. (2009).** Una experiencia de innovación docente en el ámbito universitario. Uso de las nuevas tecnologías. *Arbor. Ciencia, pensamiento y cultura*, extra 2009, nº 185, 93-110.
- SCOLARI, C. A. (2009).** Transmedia Storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production, *International Journal of Communication* (3), 586-606. Disponible en: <http://ijoc.org/ojs/index.php/ijoc/article/viewFile/477/336> [Consulta: 29/04/2010].
- TÍSCAR, L. (2007).** El currículo posmoderno en la cultura digital, *Tiscar.com*, 9 de marzo. Disponible en: <http://tiscar.com/2007/03/09/el-curriculum-posmoderno-en-la-cultura-digital> [Consulta: 29/04/10].
- TÍSCAR, L. (2010).** Jornadas Educativas Alfabetización 2.0: una responsabilidad de todos, *Tiscar.com*, 12 de abril. Disponible en: <http://tiscar.com/2010/04/12/jornadas-educativas-alfabetizacion-2-0-una-responsabilidad-de-todos> [Consulta: 29/04/10].