



Universidad de Valladolid



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES,
JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN.

Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**“La Educomunicación como base de la formación del
graduado en Publicidad: De la teoría a la praxis”**

Análisis de caso en el Campus María Zambrano.

Entregado por: Ana Carolina Rincón Da Silva.

Tutelado por: Agustín García Matilla.

18 de julio de 2016.

DEDICATORIA:

Este proyecto está dedicado
a los maestros que creyeron en mí
pero sobre todo, a los que no lo hicieron.

Les invito a cambiar la perspectiva
de los alumnos y sus capacidades.

También a mi señora madre,
por su incondicional apoyo
y a todos aquellos que me dijeron:

“Venga, ¡tú puedes!”

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	[5-6]
JUSTIFICACIÓN.....	[6]
RESUMEN.....	[7]
PALABRAS CLAVE.....	[7]
DEFINICIÓN DE OBJETIVOS A CUMPLIR.....	[8]

PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL Y EL ÁMBITO DE ESTUDIOS. MARCO TEÓRICO.

CAPÍTULO 1 La Educomunicación.

1.1 La Definición.....	[10]
1.2 Preámbulo de la Educomunicación.....	[10-18]
1.3 La comunicación creativa como instrumento educativo, formativo y de análisis. <i>La Educomunicación hoy por hoy mañana.....</i>	[18-19]
1.4 Los medios en el Contexto Digital: Medios <i>viejos</i> y Medios <i>nuevos</i> en el aula.....	[19-24]

CAPÍTULO 2 La Educomunicación en la formación del graduado en publicidad.

2.1 Publicidad, educación y nuevas tecnologías.....	[26-27]
2.2 El grado de publicidad en el Campus María Zambrano (Segovia), UVA.....	[28-29]
2.3 Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital.....	[29-33]

SEGUNDA PARTE: APLICACIÓN DEL ESTUDIO DE LA EDUCOMUNICACIÓN COMO BASE EN EL GRADUADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS.

CAPÍTULO 3 La Metodología

3.1 La articulación sistemática del trabajo.....	[36]
3.2 Los objetivos de la investigación.....	[37]
3.3 Metodología cualitativa.....	[37-44]
3.3.1 Indicador significativo: Focus Group <i>Los alumnos como grupo.....</i>	[37-41]
3.3.2 Identificador significativo: Valoración de la asignatura. <i>Los alumnos como individuos.....</i>	[41-44]
3.4 Metodología cuantitativa.....	[44-52]
3.4.1 El cuestionario y su resolución mediante gráficos.....	[44-52]

CAPÍTULO 4
La resolución final.

4.1 Conclusiones.....	[54-55]
5. Bibliografía y Webgrafía.....	[56-61]
6. Anexos.....	[63-108]

INTRODUCCIÓN

Educación, Comunicación y Sociedad se comprenden en un mismo término; *Educomunicación*. “*La acción y el efecto de educar*” es ya “*una manera de comunicarse*”. “*La transmisión de señales mediante un código común*” se comporta de una manera sistemática si nos adentramos en el mundo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Y “*el conjunto de personas o instituciones en cooperación*” tratan de dar utilidad a esta nueva manera de relacionarse. Las fuentes de información se multiplican y la accesibilidad a las mismas resulta más sensible dependiendo de qué estamos buscando. Todo ello confluye en una <<sociedad red>> que nace aprendida y otra que al parecer, se queda desinformada. Los conocimientos se amplían en base a la disponibilidad y la modernización de las nuevas tecnologías. Y eso no es todo. El ritmo de vida actual nos habitúa a instruirnos sobre cualquier asunto de manera intuitiva. Lo nuevo y lo rápido, es lo socialmente aceptado. El modelo capitalista o el fenómeno de la “*obsolescencia programada*” se encuentran ya intrínsecos en cada aula.

A veces los responsables del sistema educativo hablan de la necesidad de incorporar las TIC desde una perspectiva aparentemente “eficientista” que recuerda a lo que muchos teóricos ya criticaban en la década de los años ochenta del siglo pasado. En esa época se criticaba que la incorporación de las tecnologías primaba el “cacharreo tecnológico”. En el siglo actual se critica la incorporación de TICs sin una invitación a la reflexión y a preguntarse qué hacer son esas tecnologías y cómo proyectar una mirada crítica que nos haga sacar el mejor aprovechamiento de las mismas. El sistema educativo incluye nuevas metodologías o nuevos instrumentos docentes para captar la atención de sus alumnos. Dentro de ello, debemos tener claras las prioridades de cada espacio. Hay que saber qué estamos buscando. Por un lado, buscar la manera de captar la atención del estudiante, por otro, tratar de transmitir conocimientos para su preparación laboral. O quizás, abarcar todo. Esto último sería lo ideal.

El diseño y estructuración de una asignatura que aborde un contenido vinculado con la educomunicación y que desee educar en competencia mediática debería tener en cuenta tres grandes ejes: el diseño, producción y aprovechamiento o explotación didáctica de los medios y sistemas de información y comunicación. Las dimensiones de competencia mediática que los grupos de investigación punteros en España han definido y analizado desde comienzos de esta década (Ferrés, García Matilla, Aguaded, 2011) son: Estética. Lenguaje, Ideología y Valores, Recepción e interacciones de la Audiencia, Tecnología, producción, programación y difusión.

Es necesario estructurar los conocimientos al igual que la incorporación las nuevas tecnologías. El alumno debe ser capaz de abrir su mente y ampliar sus horizontes profesionales y personales. Para esto último no sólo es imprescindible conocer las TIC, sino también realizar una continua actualización y adecuación de las mismas.

Una de las hipótesis de las que partimos es la de que la tecnología por sí misma no aporta más calidad a la enseñanza. Es preciso aproximarse a un modelo procesual de enseñanza que compense los modelos que tradicionalmente han imperado en el aula: un modelo más centrado en los contenidos conceptuales como es el denominado modelo bancario y otro que pone énfasis por encima de todo en los efectos y en los resultados, saltando la conciencia crítica del receptor (Kaplún, 1998) Incorporar a la bibliografía el libro: Kaplún, M. (1998) Una Pedagogía de la comunicación. Madrid, De la Torre).

No por utilizar ordenadores (*smartphones, tablets...*) o proyectores visuales, la enseñanza gana en calidad. La calidad se consigue partiendo del conocimiento del propio estudiante, procurando

que cada alumno entienda la relevancia de la asignatura en función de sus propias necesidades y produciendo las condiciones para que el propio alumno encuentre la relevancia de los contenidos a partir de sus propias preguntas. El profesor debe hacer el esfuerzo de producir esas condiciones idóneas partiendo de la propia idiosincrasia del grupo y tratando de conseguir que cada alumno encuentre la relevancia de cada nuevo contenido. Sólo así podremos tener ciertas garantías de que el mensaje cale en el alumno.

No es inusual escuchar de vez en cuando frases como *“este profesor sabe mucho, pero no sabe enseñar”*, *“no entiendo para qué sirve esto”*, *“si puede ser muy interesante, pero me aburro”* o *“no me motiva”*. En muchas ocasiones, se hacen también juicios de valor que pueden o no tener relevancia. Lo cierto es que una de las ideas previas que podemos destacar de la tradicional relación entre profesores y alumnos que a veces se subraya en forma de estereotipo es la desvalorización mutua entre emisor y receptor dentro del aula. En la mayoría de las ocasiones, encontramos críticas muy parecidas de unos profesores universitarios que lanzan frases como estas: *“cada vez vienen peor preparados”* o *“el nivel cada vez es más bajo”*. Nuestra hipótesis es que esta supuesta desatención por parte del alumnado sería a su vez vista por el profesor como una falta de interés o incluso una falta de capacidad. Al mismo tiempo, los estudiantes crean <<barreras de aprendizaje>> si no se sienten atraídos por la puesta en escena.

La Educomunicación busca partir de las necesidades del propio individuo y hacer que la motivación por unos determinados contenidos esté definida por el valor que cada alumno le dé para su propia maduración y la relevancia que encuentre al descubrir cosas interesantes para su propia vida.

JUSTIFICACIÓN

Antes de nada, me gustaría exponer la fascinación particular por los distintos campos de la Filosofía, la Pedagogía, la Psicología y la Sociología es una mezcla entre razón y emoción que siempre me ha seguido. Experiencia estudiada y experiencia estimada. Lo aprendido en la institución y lo reaprendido en la actuación. Profesores verdaderamente motivadores y otros, bueno, digamos que algo cargados de monotonía. Picos en los que mi vida educativa se estancó y otras en las que me creí capaz de todo y por tanto, cumplí mis objetivos. Eso me llevó a preguntarme lo siguiente: *¿Esos picos o altibajos en mi rendimiento tienen alguna explicación? Y si es así... ¿fue por causas internas o externas?* Así comencé a realizarme preguntas y a indagar sobre otros métodos educativos, encontré el término Educomunicación y me propuse profundizar en el tema. Y qué mejor ejemplo que una asignatura que yo misma había cursado en el primer año del grado, pensé. La asignatura de Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital, es una de las asignaturas Básicas en el Plan de Estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas que se imparte en la Facultad de Ciencias Sociales, Jurídicas y de la Comunicación de la Universidad de Valladolid en el Campus María Zambrano de Segovia. Es la única asignatura de Educomunicación que se imparte en las titulaciones de Publicidad españolas y por lo tanto tiene un carácter de innovación que me ha atraído desde el primer momento al haber podido compartir esta experiencia en el primer curso que se impartió en este Campus. Las preguntas son: *¿Qué significa para los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas contar con una asignatura centrada en la educomunicación? ¿Hasta qué punto consideran que esta asignatura puede ser útil en sus estudios? ¿Qué importancia tiene esta asignatura en su propio aprendizaje vital?* Estas y otras preguntas son relevantes para comprobar hasta qué punto la asignatura justifica su perfil de asignatura básica en el currículum de los estudiantes de una titulación de comunicación.

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado es un recorrido desde la teoría de la Educomunicación hasta la puesta en práctica de la misma. Grandes educadores, y autores teóricos de la talla de Celesteine Freinet, Paulo Freire, Howard Gardner, Ken Robinson, Armand Mattelart o Manuel Castells por poner sólo algunos ejemplos, forman parte de un directorio de iniciativas o “*buenas prácticas*” para llevar a cabo dentro del aula. En el análisis planteado el alumno es visto tanto a nivel individual, como a nivel colectivo, con el fin de dar respuesta a sus necesidades actuales, tomando como referencia la asignatura <<Comunicación, educación en el Contexto Digital>> impartida en el Grado de Publicidad y RRPP del Campus María Zambrano (Segovia) de la Universidad de Valladolid. Las variables del entorno como las nuevas tecnologías, la comunicación profesor-alumno o la efectividad para la vida profesional y personal del estudiante, son atributos a tener en cuenta. Los profesionales de la comunicación tienen un deber deontológico con los ciudadanos pero, *¿es posible que los ciudadanos asuman un deber con los medios de comunicación?* Y lo que es más importante, *¿nuestros jóvenes están preparados para asumir ese deber?* Y el maestro... *¿qué pasa con el maestro! ¿Sabría transmitir, potenciar e impulsar dicha cualidad?* Preguntas como estas tratan de resolverse en el siguiente proyecto.

PALABRAS CLAVE: *Educomunicación, educación, competencia mediática, comunicación, publicidad, sociedad.*

KEYWORDS: *Media Literacy, education, communication, advertising, company.*

DEFINICIÓN DE LOS OBJETIVOS A CUMPLIR

- 1.** Analizar las percepciones de los estudiantes sobre un método pedagógico que tiene como objetivo partir de sus propios perfiles personales, llevándoles a analizar los principales hitos de sus vidas, e invitándoles a analizar sus propios consumos en medios y sistemas de información y comunicación.
- 2.** Comprobar la dieta mediática de los estudiantes y los hábitos de consumo de las TIC.
- 3.** Vincular el concepto de Educomunicación y las TIC desde las diferentes perspectivas de las materias dadas a lo largo de la titulación.
- 4.** Analizar un modo práctico de metodología de la enseñanza de la Educomunicación en un grado de comunicación, tratando de comprobar cómo se puede compatibilizar una metodología didáctica que se pretende generalizar en un modelo pedagógico de enseñanza: conocimientos teóricos, promoción de la autonomía del alumno, fomentando sus iniciativas propias, participación en actividades paralelas y fomentando una creatividad individual y colectiva con propuestas más o menos pautadas.
- 5.** Analizar cómo influye la publicidad en los estudiantes dentro de las TIC y sus distintas maneras de comunicar.
- 6.** Utilizar material teórico de las asignaturas del título y las prácticas realizadas dentro de las anteriores, así como una metodología mixta (cualitativa y cuantitativa) con el fin de dar más rigor a la investigación.
- 7.** Comunicar de qué manera los estudiantes asumen esta enseñanza como contenidos útiles para la vida y para su futuro profesional.
- 8.** Desglosar los diferentes componentes de la asignatura y analizar los elementos más motivadores.
- 9.** Distinguir las diferentes habilidades creativas que la asignatura permite desarrollar.

CAPÍTULO 1

La Educomunicación

1.1 Definición:

Partiendo de las necesidades del alumno, entendemos la Educomunicación de la siguiente forma:

La UNESCO en 1979 reconocía la Educomunicación como *“educación en materia de comunicación”*. Igualmente describe que *“todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación”*.

Otras nociones acuñadas han sido *alfabetización mediática, competencia informacional, competencia mediática, competencia digital, alfabetización audiovisual... O media literacy* en Estados Unidos.

A ello me atrevería incluir que: La Educomunicación debe guiarse por un modelo procesual en el cual, el profesor ya no es reconocido como profesor sino como un educador profesional, vital y motivador. Del mismo modo, el alumno no representa una masa atrofiada sino que es otra de las fuentes que pueden generar contenidos y experiencias en el aula gracias a la retroalimentación de una comunicación horizontal y democrática, basada en unos conocimientos *experienciales*, acorde con la visión actual en la que es estudiada.

1.2 Preámbulo de la Educomunicación:

La primera duda que se me planteaba era cómo organizar los diferentes conceptos que forman parte del origen de la Educomunicación. En la mayoría de fuentes consultadas (medios convencionales y/o medios no convencionales) entremezclan autores, términos, cronología de los hechos y localización de los mismos. Sin especificar una línea inmovible de las circunstancias a retratar. A mi entender, existen datos que no pueden ser suprimidos en dicha investigación. No obstante, la diversidad de obras y autores sumados a la causa, supondría una extensión demasiado amplia para abordarlo en un Trabajo de Fin de Grado (TFG).

En la investigación elaborada por Alex Buitrago, Eva Navarro y Agustín García Matilla (2015) con la colaboración de otros muchos profesores pertenecientes al Campus Público María Zambrano de Segovia y profesionales en la materia <<La educación mediática y los profesionales de la comunicación>>, ejemplifica una primera definición de sistemas de información y comunicación de la que podemos partir, de esta manera lo entendemos como:

Conjunto de medios, servicios y procesos que permiten acciones de creación, colaboración, participación, intercambio y difusión de información, estructuradas en soportes materiales o inmateriales, con actores que simultanean o alternan funciones de emisión y recepción y facilitan o limitan interacciones diversas. Estos sistemas son activados en función de un contexto o entorno cuya finalidad es el desarrollo de la

creatividad individual y el progreso social, a través de la transmisión e intercambio de ideas, contenidos, programas y formatos variados que informan y/o comunican a través de estímulos dirigidos al cerebro emocional-racional de individuos que atesoran inteligencias múltiples y responden a necesidades vinculadas con la actividad humana: trabajo, consumo de actividades de ocio, entretenimiento y cultura, y son potencialmente capaces de generar nuevos conocimientos y variadas interacciones entre sus diversos usuarios.

Los usos actuales de estos sistemas superan los límites de las antiguas funciones tradicionales de los medios: informar, entretener y formar (que tradicionalmente se presentaban como aisladas o fragmentadas), fusionando, contraponiendo, reforzando o incluso ampliando esos usos convencionales. Estos medios y sistemas de información y comunicación exigen el desarrollo de unas metodologías educativas fundamentadas en el valor de los procesos participativos que den protagonismo al estudiantes y le conviertan en coautor de proyectos que promuevan su propia implicación y protagonismo.

Los medios de comunicación tradicionales pueden integrarse en los permanentemente cambiantes y renovados sistemas de información y comunicación contemporáneos que se caracterizan por la convergencia de medios diversos en estructuras multimedia, transmedia e hipermedia, audioescriptograficovisuales, a través de múltiples pantallas (ordenadores, teléfonos móviles, *smartphones*, tabletas, hologramas, etc.) en un contexto comunicativo de comunicación-mundo; permiten la compatibilidad entre la necesaria acción de los profesionales de la comunicación, y la de los ciudadanos, aspirantes potenciales a alcanzar los mejores niveles de aptitud en competencia comunicativa: <<emisores-receptores>> (*emerec-emirec*) según Cloutier, <<multitudes inteligentes>> (*smart mobs*) según Rheingold, etc.; y progresivos niveles de interacción e interactividad como vías de participación.

El fin último de estos sistemas de información y comunicación, a disposición de redes de usuarios, debería ser promover la creatividad individual /grupal y la creación de un pensamiento social, que surja de las tomas de conciencia individuales, destinado a construir un mundo justo, solidario y sostenible, fundamentado en una cultura universal.

Pág-23, epígrafe: 1.2 *Breve recorrido histórico hacia una terminología común*. Buitrago, A. Navarro, E. García Matilla, M. (2015)

La amplitud de esta definición está marcada por un objetivo que consiste en describir todos los elementos que deberían entrar en juego en un contexto cada vez más complejo. Cuál o cuáles de estos elementos no se tienen en cuenta a la hora de valorar la amplitud de territorios que etran a formar parte de una visión de medios y sistemas de información y comunicación que deberían ser vistos como una gran oportunidad para el desarrollo de la educación y la cultura en las sociedades contemporáneas.

Los autores de esta definición la consideran idealmente abierta y con ella expresan un desideratum o lo que es lo mismo, unas bases en las que pretenden plasmar “lo que deberían ser” esos medios y sistemas de información y comunicación en el actual contexto digital.

Hablamos de la necesidad de una continua actualización puesto que la sociedad está permanentemente cambiando y por lo tanto, a consecuencia de ello, la educación y la comunicación deben estar preparadas para esos cambios. Dicha definición trata de propagar,

promulgar e impregnar valores de solidaridad, creatividad y colectividad a través de tres pilares básicos como son; la educación, la comunicación y la sociedad. Teniendo en cuenta el abanico de instrumentos o herramientas que ofrecen las nuevas tecnologías y las distintas posibilidades y oportunidades que nos otorgan.

Para comenzar a hablar de Educomunicación, es preciso abordar primero tres conceptos esenciales, los destacados anteriormente; Educación, Comunicación y Sociedad. Mucho más escueta son las definiciones que realiza La Real Academia Española (RAE), a pesar de ello, es conveniente detenernos en aquellas para observar cómo son expuestas hacia el público en general, es decir, individuos no expertos en la materia pero sí, partícipes y consumidores de la misma. (Se han recogido las símiles al tema, dejando excluidas las referencias no aplicables. Ejemplo: Sociedad = Agrupación Comercial...)

La Educación es definida como; 1. *Acción y efecto de educar.* 2. *Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes.* 3. *Instrucción por medio de la acción docente.* 4. *Cortesía, urbanidad.*

La Comunicación es explicada como; 1. *Acción y efecto de comunicar o comunicarse.* 2. *Trato, correspondencia entre dos o más personas.* 3. *Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.*

La Sociedad es expuesta como; 1. *Conjunto de personas que conviven y se relacionan dentro de un mismo espacio y ámbito cultural.* 2. *Agrupación natural o pactada de personas o animales con el fin de cumplir mediante la mutua cooperación de todos o algunos de los fines de la vida.* 3. *Conjunto de personas o instituciones que actúan unidas para conseguir un mismo fin.*

Así pues, deducimos que la educación y la comunicación son los instrumentos, mientras que la sociedad es el operador. Este último puede ser visto en su totalidad (la sociedad como especie humana) o con rasgos específicos (la sociedad española). Por tanto, educación y comunicación son objetivos marcados para un fin, ese que va destinado a la sociedad.

La correlación o fundición de las nociones en uno mismo crea no sólo un rico lenguaje sintáctico, sino también práctico, el cual viene dado por el contexto de sus antecedentes. Ya filósofos, dramaturgos, maestros y/o pensadores se anticipan a estos hechos como es el caso del poeta griego Hesíodo (Siglo VII AC-Siglo VI AC):

“La educación ayuda a la persona a aprender a ser lo que es capaz de ser”. Combinando lección aprendida y lección vivida. La educación como razón de ser. Una palanca de aprendizaje y a su vez, de existencia. No se concibe la sociedad sin educación, no si lo visualizamos desde una perspectiva lógica y racional.

A lo largo de la historia han sido muchos los que han concebido la educación como la verdadera aplicación sobre la vida del hombre. La Ilustración rinde homenaje a este punto de vista basado en la razón. Immanuel Kant, filósofo alemán, realizó varias aportaciones al pensamiento crítico a través de la epistemología. Kant fundamentaba la experiencia y los valores humanos ligados a la práctica, con el fin de no caer en teorías retrógradas y utópicas. Por ello, refutaba la importancia de la educación en la sociedad: *“El hombre llega a ser hombre exclusivamente por la educación; es lo que la educación hace de él”.* Cita recopilada por Carlos Eduardo Maldonado, en el año 2004, en el libro *Tratado de pedagogía*. La actitud pedagógica es la

herramienta básica que tiene la propia educación. Los autores anteriores remarcan el hilo irrompible entre educación y sociedad. La educación sirve de instrumento a esta última (ya sea a nivel individual o colectivo) dotándola de conocimiento teórico y práctico. Cita recopilada por Carlos Eduardo Maldonado, en el año 2004, en el libro *Tratado de pedagogía*.

El pensamiento crítico y la legitimización del discurso comunicativo eran otros rasgos que se han conformado con el paso de los años. El educador estadounidense Horace Man (1796-1859) afirma que: *“La educación, más que cualquier otro recurso de origen humano, es el gran igualador de las condiciones del hombre, el volante de la maquinaria social”*, recuperada del directorio digital Proverbias. Aquí podemos observar que no sólo la educación es un recurso individual y la sociedad es el actor del sistema sino que también comienza a tenerse en cuenta su contexto. Un contexto en el que conviven situaciones desiguales entre los seres humanos y en consecuencia, surge la educación como movimiento social. Un altavoz concienciado(r) para la reflexión del entorno que surge como reacción liberadora.

Autores más cercanos como José Luis López Aranguren, filósofo español y maestro de la Universidad Complutense de Madrid (1909-1996), combinaba educación, comunicación y sociedad citando: *“La educación es la forma fundamental de socialización y por tanto de comunicación”*, recuperada del directorio digital de Proverbias. Especificando la importancia de la educación y la comunicación en el cambio social y en el proceso comunicativo. Aranguren, asimila educación y comunicación en una misma línea. Esta es enfocada hacia una actuación específica como es el caso de la socialización. Y todo ello, queda englobado en un proceso comunicativo con vistas al futuro.

Si recordamos el eje del Proceso Comunicativo (re)estudiado desde la infancia, el cual nos estructuraba la secuencia de <<Emisor-Mensaje-Receptor>> no es concebible sin el canal, el código y el contexto. Llevado al papel de la educación y la comunicación, podríamos atribuirle en dicho esquema dos lugares; El primero, dentro del propio mensaje: *“La educación y la comunicación como mensaje unitario, actuante, transferencial y reaccionario dentro del sistema”*. El segundo, en el contexto: *“La educación y la comunicación como un contexto actualizador para la sociedad”*. Siendo posible estudiar dichos términos desde la aspecto del emisor y el receptor. De tal manera que, la descodificación de un término u otro, dependería tanto de los conocimientos del receptor, como de la situación espacio-temporal del mismo. Dicho de otra forma, la educación y la comunicación se unen en un sentido teórico-práctico en el que el contenido no actúa únicamente como una exposición de ideas, sino que además, ese contenido representa una serie de valores y perspectivas producidos para el entorno. Ese ofrecerá una renovación de la situación del momento. Al mismo tiempo, la educación y la comunicación se convierten en un impulsor (actualizador) del contexto en el que participa un actor o actores, representados en la sociedad.

En definitiva, educación, comunicación y sociedad quedan entrelazadas en significado, dirección y praxis. Y sirven para tratar, torrear y transformar el devenir del mundo. La tabla dibujada a continuación, señala los ítems expuestos en el proceso comunicativo:

1.1: TABLA: La trazabilidad de la Educación y la Comunicación supone un cambio en el eje del paradigma comunicativo.

	Reacción (estímulo)	
Actuación (mensaje)	EDUCACIÓN - COMUNICACIÓN	Actualizador (contexto)
	Actor (sociedad)	

Fuente: Elaboración propia.

A lo anteriormente expuesto, es preciso incluir otro elemento más. Ya había indicado que educación y comunicación pueden –y así lo hacen– contribuir al cambio de la sociedad. Sin embargo, debemos declarar otras modificaciones producidas por el propio contexto. Me refiero a la aparición de las nuevas tecnologías o TIC¹ y la transformación de la sociedad como causa-efecto. Podríamos enfocar la primera de las actuaciones entorno a “El creciente fértil” de Mesopotamia en el que el hombre controla por primera vez la energía de la naturaleza, variando su comportamiento nómada a un comportamiento sedentario. O podríamos tomar de referencia la invención de la imprenta, como indica Manuel Castells (2001) en el epílogo *Informacionalismo y La Sociedad Red* dentro del libro de Pekka Himanen <<La ética del hacker y el espíritu de la era de la información>> en el que destaca: “*La imprenta fue de hecho un descubrimiento tecnológico de primer orden, con considerables consecuencias en todos los dominios de la sociedad (...)*” Castells, utiliza dicho ejemplo con el objetivo de delimitar el origen del *paradigma tecnológico*². Un *Contexto Digital*³ cimentado en las TIC. Son tres, según el autor, los principales rasgos distintivos que lo definen: Uno, la capacidad de ampliar por sí mismas el procedimiento de información en cuanto al volumen, complejidad y velocidad. Dos, su capacidad recombinatoria. Y tres, su flexibilidad distributiva. Así, la educación y la comunicación suponen para la sociedad un atributo predictivo, descriptivo, operativo y conclusivo gracias a las TIC. El campo de la *Microelectrónica*⁴ y el de la *Ingeniería Genética*⁵

¹ **TIC:** Siglas que recogen el término de ‘**Tecnologías de la Información y la Comunicación**’. Se refiere a las nuevas tecnologías o instrumentos técnicos como el ordenador, las redes o la realidad virtual. Aquellas se sitúan en el ámbito de la informática y son consumidas por la sociedad moderna.

² **Paradigma tecnológico:** Término acuñado por primera vez por Thomas S. Kuhn (1962): “*Un paradigma es un modelo conceptual que establece los criterios estándares de interpretación, integrando los descubrimientos en un sistema coherente de relaciones caracterizadas por una sinergia. Organiza la gama disponible de tecnologías en torno a un núcleo que realza el rendimiento de cada uno de ellos a través del conocimiento científico que tienen como finalidad establecer procedimientos que permitan su funcionamiento de una forma reproducible.*” Recogido por Manuel Castells en 2001.

³ **Contexto Digital:** Entorno o conjunto de circunstancias que rodean a las nuevas tecnologías.

⁴ **Microelectrónica:** Técnica que consiste en diseñar y fabricar material electrónico de dimensiones muy pequeñas, aplicando especialmente elementos semiconductores.

⁵ **Ingeniería Genética:** Conjunto de técnicas que permiten manipular el material hereditario modificando, introduciendo o eliminando uno o más genes. En el Contexto Digital hace referencia a “*las tecnologías de la información, ya que se centran en la descodificación y reprogramación del ADN, el*

son las fuentes originarias de la revolución del entorno digital y su *Competencia Mediática*⁶ (CM). Un mundo comunicativo repleto de innovaciones continuadas -y continuas- que no dejan indiferente a las relaciones y comportamientos humanos.

La diversidad histórica en la que surge la Educomunicación tiene en cuenta los anteriores elementos y los combina, desde diferentes campos; La Comunicación, la Didáctica, la Educación y la Pedagogía. Estas confluyen durante el siglo XX de manera paralela desde distintas perspectivas culturales. Estableciendo así, un supuesto académico formado por: Un desafío del uso, una captación del problema, una solución redefinida para el alumnado y una adaptación y/o interpretación del resultado, para el profesorado.

1.2. TABLA: La aplicación de la Educomunicación en las distintas perspectivas culturales.

	Desafío (mejoras en el uso)	
Problema (perfeccionamiento en el contenido)	EDUCOMUNICACIÓN	Solución (ayudas para el alumnado)
	Resultado (ayudas para el profesorado)	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación haremos un breve recorrido por los territorios en los que se desenvuelve la corriente educomunicativa:

En el mundo anglosajón, la Educomunicación es concebida bajo el término de *Media Literacy*, es decir, la *alfabetización de los medios*. Los estudiantes pasan de estudiar con los medios a estudiar directamente los medios, creando asignaturas como las <<media studies>>. Esta nueva disciplina, se presenta como un encuentro entre maestros y alumnos, fomentando la crítica constructiva y nuevas perspectivas dentro de la pedagogía:

“Len Masterman – consultor de la UNESCO y del Consejo de Europa sobre Educación en materia de comunicación y uno de los más prestigiosos autores sobre la temática durante los años 80 y 90 – considera que los primeros antecedentes de lo que hoy conocemos como *alfabetización mediática* hay que buscarlos en Gran Bretaña, concretamente, en la publicación de *Culture and Environment* (1933) de Leavis y Thompson” expone Barbas Coslado en su obra <<Educomunicación: Desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado>>. Los conocimientos y valores tradicionales caían y era preciso encontrar una `nueva manera de hacer` para captar la atención de los alumnos. De esta manera, surgen plataformas y organizaciones entre los

código de información de la materia viva. Se basa en la interrelación de la red, la auto-organización y las propiedades emergentes”. Recogido de Fritcof Capra y posteriormente de Manuel Castells.

⁶ **Competencia Mediática (CM):** Educación realizada a través de los medios.

ciudadanos que invitaban a *producir en el alumno amor y estima por el conocimiento* como dijo en su día el filósofo inglés John Locke.

En Alemania, se había creado una corriente en la que se reconocía la comunicación como un arte. El concepto de *Comunicación Visual*⁷ y sus usos dentro de la didáctica educativa, generaron revistas como <<Aestheik und Kommunikation>> en 1970, fundada en Frankfurt por movimientos estudiantiles. En 1982 la UNESCO realiza en Grunwald una declaración sobre la Enseñanza en los Medios. En dicha declaración se destacaba la importancia de organizar y apoyar programas integrados de educación relativa a los medios, desarrollar cursos de formación para los educadores, estimular actividades de investigación que tengan en cuenta los conocimientos de los medios, además de apoyar y reforzar las medidas de las mismas.

En Francia, Celestein Freinet y Antonie Vallet son pioneros a la hora de educar en el contexto digital. Freinet, maestro por vocación conduce un movimiento denominado “la escuela nueva”. La Educación en Comunicación se instaura aportando nuevas técnicas para su desarrollo. Las ideas promovidas son tales como una escuela pública y popular en la que se relaciona enseñanza y vida. Esta debe ser democrática y participativa en la que el alumno es el protagonista del proceso educativo. El texto libre que tiene por objetivo realizar una escritura creativa, fue uno de sus grandes hallazgos. Años después, Francisco Gutiérrez, será el que traslade las enseñanzas de Freinet en Iberoamérica. A la par, Vallet, coincide con el anterior en la importancia de crear un proceso interactivo entre mentor y estudiante. Indica que para configurar pensamientos completos y significativos es preciso entrelazar el habla, la lectura, la escritura y la escucha. Aquel trata de entrenar las capacidades sensoriales de los cinco sentidos además de crear una asociación para adaptar la pedagogía a las TIC.

En Iberoamérica en torno a los 60`se reconoce la Educomunicación bajo los estudios de Paulo Freire, reconocido como el “pedagogo de los oprimidos y transmisor de la pedagogía de la esperanza” en Brasil. Creía fehacientemente en una comunicación popular basada en una visión crítica, móvil de una educación liberadora. Por consiguiente, Freire plantea un sujeto participativo que actúa como emisor y receptor independientemente del puesto. En este aspecto Mario Kaplún, discípulo de Freire, se asimila a su postura, afianzándola en (1998) <<Pedagogía de la comunicación>>. Desarrollando los tipos de modelos de educación y de comunicación y su puesta en práctica. Kaplún, entre Argentina y Uruguay, recoge las distinciones de Freire en su libro. Diferencia entre *Educador*⁸ (mentor) y *Educando*⁹ (estudiante) señalando las actitudes correspondientes situados en una *educación horizontal* (bidireccional) contraponiendo la *educación vertical* (unidireccional) y autoritaria del pasado. Así, consigue dotar a la educación de una innovadora visión, más dirigida hacia lo que hoy entendemos por comunicación. Esta corriente será el referente español en materia de educación. Otros autores significativos fueron Manuel Calvelo, Jesús Martín Barbero, Ismar de Oliveira, Teresa Quiroz, Rosa María Alfaro o Mercedes Charles. Esta corriente supone una gran influencia para el territorio español. Este último comienza a realizar estudios vinculantes para la transformación

⁷ **Comunicación Visual:** Es la transmisión de ideas e información a través de un medio visual como la publicidad, el diseño, la ilustración, el cartel o de formato digital.

⁸ **Educador:** “Es siempre quien educa. Es quien habla, prescribe, norma y pone las reglas. Escoge el contenido de los programas. Es siempre quien sabe. Es el sujeto del proceso”. Freire. P. (1992) <<Pedagogía del oprimido>> Madrid, España.

⁹ **Educando:** “Es siempre el que es educado. Es quien escucha, obedece, sigue la preinscripción y lo recibe en forma de depósito. Es el que no sabe. Es el objeto del proceso”. Freire, P. Freire. P. (1992) <<Pedagogía del oprimido>> Madrid, España.

de la Educomunicación. Dichos ejemplos se encuentran visualizados en el artículo “¿Qué ha ocurrido con la educación en comunicación en los últimos 35 años? Pensar el futuro” de Robeto Aparici y Agustín García Matilla, año 2016.

En España, entre los años 70`y 80` el cambio político, económico y social genera nuevas corrientes culturales y reflexivas. Esto conlleva a una reforma en el sistema educativo lo que a su vez, promueve dentro de la pedagogía, nuevas investigaciones que tendrán en cuenta las TIC. En 1978 se crea la primera *Comunidad de aprendizaje*¹⁰ con el objetivo de aumentar el éxito educativo y su participación dentro de la sociedad. Manuel Alonso y Luis Matilla publican en 1980 <<Imágenes de libertad>> en el que se recogen experiencias educativas realizadas por los propios autores que son pioneros de la alfabetización audiovisual en España. Posteriormente, saldría a luz <<Los teleniños>> publicado por Manuel Alonso, Miguel Vázquez Freire y Luis Matilla, planteando las consecuencias de un mal uso de la televisión en la educación. Años antes en Barcelona, habían comenzado los primeros pasos para que los cineclubs analizaran el valor ideológico del cine. Como forma de educar la actitud crítica de los espectadores. El pionero en el desarrollo de esta experiencia cineclubística fue Miquel Porter Moix ya que utilizaba a su vez el cine como un forma de mediación crítica contra el régimen franquista. Años después, autores como Enrique Martínez-Salanova profundizarían en esta visión con libros como «Aprender con el cine, aprender de película. Una visión didáctica para aprender e investigar con el cine» (2002). En esta década otros muchos autores inician un nuevo camino que demuestra el paso de la Educomunicación en España. El artículo recientemente (2016) “¿Qué ha ocurrido con la educación en comunicación en los últimos 35 años? Pensar el futuro” de Robeto Aparici y Agustín García Matilla, destaca con mayor amplitud una visión de la época. Son muchos los autores que han realizado aportaciones relevantes para el desarrollo de una historia de la educomunicación Fabricio Caivano, crea la primera Oficina Permanente de Pedagogía de la Imagen (OPPI) en el Certamen Internacional de Cine para la Infancia y la Juventud de Gijón. Lluís Rey, Aurora Maquinay, Marta Selva, Ana Sola, José Enrique Monterde o Carme Mayugo destacan en Cataluña por Santa Coloma de Gramanet, Drac Magic o TELEDUCA. Otros autores significativos fueron Luis Álvarez Pousa, Manuel González, Ignacio Agüaded, Angel San Martín o Adolfo Bellido. Durante los noventa no podemos olvidar hallazgos como los de Miguel Vázquez Freire, Manuel González o Xosé Buá por su apoyo incondicional en diversos congresos a nivel mundial para rejuvenecer la educación.

No cabe duda que a lo largo de los últimos años la educación y la comunicación han unido lazos cada vez más fuertes. Los jóvenes necesitan ahondar más en sus conocimientos, en sus reflexiones. La sociedad a su vez, crece a una velocidad abismal. Y mientras, la Educomunicación trata de agilizar, suavizar y contemplar una nueva pedagogía más eficaz y eficiente acorde con nuestro mundo actual. Agustín García Matilla se ratifica en lo anterior señalando que (y cito textualmente):

“aspira a dotar a toda persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y el desarrollo de su creatividad. [Y] ofrece los instrumentos para: comprender la producción social de comunicación, saber valorar cómo funcionan las estructuras de poder, cuáles son las técnicas y los elementos expresivos que los medios manejan

¹⁰ **Comunidad de aprendizaje:** “Proyecto de transformación social y cultural de un centro educativo y de su entorno, con el que se pretende conseguir una sociedad de la información para todas las personas.” Perichacho Gómez, F. (2012).

y poder apreciar los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación”

GARCÍA MATILLA, A. (2003)
Una televisión para la educación.
La utopía posible. Barcelona. Gedisa. (2003).

1.3 La comunicación creativa como instrumento educativo, formativo y de análisis: *La Educomunicación hoy por hoy mañana.*

Tras recorrer las distintas veredas por las que ha surgido, evolucionado y circulado la Educomunicación, es preciso saber hacia dónde vamos. *¿Cuáles son los nuevos caminos que propone hoy por hoy la Educomunicación?*

Si partimos de una idea común para estipular una “regla de oro” para todos los estudiantes, nos vendrá a la cabeza el término de *modelo educativo*. Es decir, un patrón conceptual, un programa de estudios para sistematizar educación y aprendizaje. Sin embargo, esto genera cierta controversia dependiendo del lugar en el que situemos el énfasis o ánimo del proceso. De esta manera, se establecen tres modelos educativos; El Modelo Bancario, el Modelo Conductista y el Modelo Procesual.

Para Paulo Freire en el Modelo Bancario existe una “contradicción” ya que no existe una liberación. Así Freire, en su libro *Pedagogía del oprimido* del año 1970, (edición consultada del año 2005, México, pág. 53) enumera varias circunstancias que ejemplifican lo anterior: “*el educador es siempre quien educa; el educando el que es educado*”, “*el educador es quien sabe; los educandos quienes no saben*”, “*el educador es quién habla; los educandos escuchan dócilmente*”. Así, el emisor (educando) vuelca sus conocimientos. El receptor (educando) archiva aquellos sin realizar una retroalimentación con el anterior. El profesor no se comunica y el saber es tratado como un objeto depositario, un tipo de donación. De esta manera, los estudiantes son tomados como ignorantes perpetuando *la ideología de la opresión* (los oprimidos se adaptan al mundo y no tratan de transformar su realidad) y el énfasis se sitúa únicamente en el contenido teórico. Johann Heinrich Pestalozzi, educador suizo, se posicionaba ya en el Siglo XIX en contra de este modelo pues, consideraba que generaba más contradicciones entre los estudiantes que ventajas fortificadoras y/o gratificantes. Su propuesta era la creación de un “hombre moral” y concebía la educación como “*el desarrollo natural, progresivo y sistemático de todas las facultades*”.

El Modelo Conductista es considerado como el estudio de experiencias internas o sentimientos a través de métodos mecanizados, dando lugar a desarrollar procesos repetitivos. El énfasis se sitúa en los resultados y la función del maestro es persuadir al alumno con el fin de crear algún tipo de efecto en el receptor. El psicólogo estadounidense John Watson (1878-1958) es reconocido como el fundador del conductismo recogía su visión de esta manera: “*Dadme a una docena de niños sanos y bien formados y mi propio mundo específico para criarlos, y os garantizo que elegiré uno al azar y lo educaré de manera que se convierta en un especialista en cualquier ramo que yo elija (...), cualesquiera que sean sus aptitudes, inclinaciones, propósitos, talento, o independientemente de quienes sean sus ascendientes*”. Defiende la

supremacía de la conducta frente a la conciencia determinando que existe una fórmula para controlar la conducta de forma empírica y experimental. La conducta del alumno es modificada mediante la enseñanza y este es condicionado a realizar una serie de actividades previamente definidas. Deducimos además la posibilidad de observar las distintas maneras de evaluar y supone un paradigma presente en la enseñanza actual. Todos los alumnos son educados de la misma manera, se incentiva el individualismo y crea un retroceso en las facultades creativas.

El Modelo Procesual, como su nombre indica, ubica el énfasis en el proceso. Describe los procesos que tienen lugar en la mente del alumno desde que comienza la instrucción, hasta el resultado final. El esquema a seguir sería acción-reacción-acción, creando feedback entre mentor y alumno. Este último es el verdadero protagonista y su aprendizaje sirve tanto para sus compañeros como para el maestro. Además, introduce la idea de transformar su propia realidad gracias a una auto-crítica racionalista y debidamente argumentada generando “cabezas pensantes” en vez de bibliotecas móviles. En este aspecto son muchos los teóricos y educadores que llevan a cabo este último modelo educativo. Un ejemplo teórico podría ser el libro del psicoanalista argentino Jorge Bucay “Déjame que te cuente...” (2002) en el que mezcla la historia de un joven inquieto llamado Demián con fábulas tradicionales en las que el propio lector anota sus propias conclusiones. Una de sus citas célebres recoge que: “*El verdadero buscador crece y aprende, y descubre que siempre es el principal responsable de lo que sucede*” y así es también como concibe el espíritu transformador del alumno el modelo procesual. Este modelo es defendido por toda la comunidad comunicativa ya que integra teoría y práctica, experiencias vividas y reflexiones críticas no sólo dentro de la materia sino también, dentro del entorno que nos rodea.

Para conseguir un mayor acercamiento a esta tendencia comunicativa, y de alguna forma, otorgar una visión más visual, podría recordar títulos como “*El Club de los Poetas Muertos*” (1989) o “*Patch Adams*” (1998), ambas protagonizadas por el quimérico por antonomasia Robin Williams, o “*La sonrisa de Mona Lisa*” (2003) escenificada por Julia Roberts. Todas ellas, tienen algo en común; La esperanza de introducir el apetito por el conocimiento, desde una perspectiva más palpante, más táctil y más pragmática. En el primer film, es el alumno quién toma la iniciativa de concebir el estudio desde un plano inusual o poco habitual. Algo que por supuesto, supone un esfuerzo superior. En los dos últimos, es el maestro/a el que preside y gestiona el descubrimiento autodidacta entre los alumnos dentro y fuera del aula, formando parte del entorno y transformándolo. Y sin duda, ese el camino que sigue en la actualidad la Educomunicación, el de la participación bidireccional, el de la comunicación creativa por y para el porvenir del estudiante, dotándolo de capacidad autocrítica `para el hoy y por el mañana`.

1.4 Los medios en el Contexto Digital: Medios viejos y Medios nuevos en el aula.

La comunicación educativa crea conocimientos a través de un tratamiento crítico del pensamiento y del lenguaje, para generar un caldo de cultivo y una reflexión racional en los procesos de enseñanza-aprendizaje. Los medios son los encargados de facilitar la información que ayuda a constituir una visión global de la realidad. Aquellos son divididos en medios viejos y medios nuevos, no obstante he preferido crear una nueva terminología para dirigirme a los

anteriores, más llamativa y tenaz: Medios *vintage* y Medios *trend*. Su función es representar un sistema para distribuir contenidos.

Hoy en día, son ya muy pocos los medios que no mantienen un contacto próximo con el contexto digital. Los medios *vintage*, son los que –en parte– podríamos situar fuera de la cadena sucesoria. La televisión, la radio, el cine o la prensa escrita, son incluidos en ese círculo de medios antiguos, y para algunos (previsores o premonitores) obsoletos. A pesar de ser considerados como medios *vintage*, mantienen una línea ligada al entorno web; Los programas de televisión incluyen referencias que llevan al receptor a involucrarse en las redes como es el caso de los *hashtag* de Twitter. La prensa escrita guarda su mini-versión en la esfera internauta. Sin olvidar el papel de las marcas, las cuales sostienen los anteriores gracias a su publicidad, la misma que también direcciona al consumidor hacia el mundo de internet. Los medios *trend* por su parte, son aquellos que nacen bajo la influencia del paradigma tecnológico. El ordenador, la tableta, el *smartphone*, el correo electrónico, la web, la *app* o aplicación y la última novedad, el *smartwatch* marcan un antes y un después en las TIC transformando las relaciones sociales

La CM incide en la necesidad de <<educar en materia de comunicación>>. Debido al apogeo de las TIC, los docentes tratan de incluir aquellas en el aula con el fin de captar la atención de sus alumnos. Sin embargo, existen deficiencias en el espacio educativo. Siguiendo a Umberto Eco, podemos considerar que aquel fue de los primeros en revelar las dificultades de los *mass media*¹¹. Su libro *Apocalípticos e integrados* (1964) expone una división entre los opositores (pesimistas-inconformistas) y los defensores (optimistas-conformistas) de las nuevas tecnologías. La inadaptación a la inmediatez de los cambios, el analfabetismo tecnológico, la saturación de información, las dificultades para entender las formas hipertextuales, las nuevas exigencias formativas o el desajuste de los sistemas de formación son algunos de los peligros en el mundo globalizado que se nos presentan. De ahí la idea de afianzar que: “*Los jóvenes no estudian mejor por tener un ordenador por alumno*”. Por ello, es preciso realizar una correcta aplicación a las necesidades formativas promoviendo un empleo eficaz, en función de los nuevos recursos. No podemos caer en la tentativa del pensamiento único planteado por Ignacio Ramonet, el cual nos describe cómo podríamos caer en la imposición del pensamiento de los grupos dominantes. Tampoco en las visiones reduccionistas de las tecnologías, señaladas por Victor Manuel Marí Sáez, puesto que limitan su potencial de aprovechamiento. El gran desafío es llevar el conocimiento a las redes, las consumidas por los estudiantes, consiguiendo así un *aprendizaje significativo*¹². El problema planteado es cómo integrar los procesos de comunicación y educación en un espacio de diálogo y debate a través del desarrollo mediático.

Roberto Aparici recoge cuatro modelos educocomunicativos en una edición publicada por la UNED bajo el nombre de *Comunicación Educativa en la Sociedad de la información* (2003). *La reinención de la educación* es percibida bajo la influencia de los medios y sus formadores deben transmitir sus conocimientos a los alumnos mediante un modelo específico:

¹¹ **Mass media:** Término referido a los medios de comunicación de masas como el cine, la televisión o la radio que permiten una difusión amplia de contenidos en la sociedad globalizada.

¹² **Aprendizaje significativo:** Concepto acuñado por David Ausubel (1986). “*Es la incorporación de la nueva información a la estructura cognitiva del individuo. Esto crea una asimilación entre el conocimiento que el individuo posee en su estructura cognitiva con la nueva información, facilitando el aprendizaje*”.

El primer modelo tiene por objetivo convertir al alumno en un operador técnico. El profesor enseña al alumno únicamente las funciones de las TIC. El estudiante no realiza un proceso crítico sobre el papel que ocupan en el mundo informatizado y globalizado. Se limita a reproducir lo aprendido. Destacan el aprendizaje del vídeo, la radio o Internet. El pensamiento reforzado es el de “*quien conoce la tecnología puede controlar todo, o casi todo*”.

El segundo modelo utiliza la técnica del *rol playing*¹³. El alumno reproduce el estándar de la profesión en la que se quiere formar convirtiéndose en un cineasta, un periodista o un informático. De tal manera que “copia” las características aprendidas de los grupos dominantes dentro del sector, sin reflexionar sobre dichas actuaciones. El alumno se convierte en un clon de un estereotipo existente y no construye otros modelos profesionales.

El tercer modelo transforma al alumno en un crítico mediante un proceso analítico que tiene por objeto a los medios. Estudian su repercusión dentro del entorno que les rodea, el contenido distribuido, sus estrategias preestablecidas y el balance político, social y económico en la sociedad. Representan la figura de un crítico o planificador de medios ya que tratan las audiencias, las agencias o las empresas de las TIC.

El cuarto modelo combina los aspectos de los tres modelos anteriores. Por consiguiente el alumno amplía su visión estudiando las características funcionales, experimentales y críticas consiguiendo así una posterior aplicación tanto en su vida profesional como en la personal; Trabajo en red, asociaciones de vecinos, proyectos solidarios, concienciación global...

La Educomunicación asume que no es posible aplicar siempre un único modelo educativo pero defiende el modelo procesual pues, es el único que permite dejar atrás la manipulación de los medios, el analfabetismo tecnológico y otros muchos aspectos que coartan la civilización democrática en un mundo globalizado. Conocer el contexto, el género y los efectos deben ser cuestiones relacionadas en el aprendizaje del alumno como indicaba Cassany (2006).

Un ejemplo de este modelo puede hallarse en los denominados *video-tutoriales*. Los ciudadanos realizan una auto-grabación explicando la solución a un problema ya sea informático, culinario, musical, artístico... que posteriormente, comparten con *la sociedad red*¹⁴. Creando así una nueva generación y una nueva profesión, la de los *youtubbers*¹⁵. Los vídeos más compartidos y

¹³ **Rol playing:** (Juego de rol) Es una técnica educativa. A través de ella se simula una situación presentada en la vida real. El alumno adopta el papel de una persona del ámbito profesional interpretando su manera de actuar, de hablar y la actividad que representa en la actualidad.

¹⁴ **Sociedad red:** Concepto acuñado en 1991 por Jan van Dijk y popularizado por Manuel Castells. Los actores que conviven en un mundo globalizado y se relacionan de una manera horizontal, descentralizada, autónoma y versátil sin regirse por unas pautas que restrinjan el funcionamiento de las organizaciones. Dicha sociedad defiende la interdependencia de las partes implicadas, la libre asociación y la adaptabilidad al cambio.

¹⁵ **Youtubbers:** Personas que graban vídeos y los incorporan a la plataforma digital de Youtube la cual funciona como una videoteca. Los internautas consumen sus vídeos y los comparten en el entorno web llegando a miles, incluso millones de personas. A día de hoy se considera una nueva profesión debido a la gran repercusión obtenida entre los jóvenes. Sus líderes obtienen financiación a través de las marcas.

por tanto, con mayor repercusión se *viralizan*¹⁶, alcanzando a un número incluso superior al de los mass media.

Actualmente, se estudia la manera más eficaz para incorporar el modelo planteado por Aparici dentro del aula, integrando los medios *vintage* y los medios *trend*. Un ejemplo de ello fue el I Congreso de Educomunicación realizado en noviembre de 2015 en Soria, España. Este encuentro contó con el apoyo de la Diputación de Soria, la Concejalía de Juventud del Ayuntamiento de Soria y la Universidad de Valladolid. Crearon un foro de expertos en Educomunicación con el fin de actualizar los conocimientos del espacio educativo, adoptar nuevas medidas en base a las necesidades tecnológicas, al mismo tiempo que debatían y reflexionaban sobre las nuevas tendencias en educación. Pongamos por caso, la elaboración de bitácoras digitales como es el caso de los blogs, son una herramienta llamativa para al alumno y así lo hacen ver Agustín G^a Matilla, Álex Buitrago y Eva Navarro en sus clases. De esta forma consiguen producir un ambiente cómodo e innovador con el que aprender y desarrollar los materiales expuestos en el aula. Sucede lo mismo con los *mooc*¹⁷ o los *pechakucha*¹⁸. Este último método es utilizado en la asignatura <<Técnicas de expresión oral: Presentación de campañas>> en el grado de Publicidad y RRPP del Campus María Zambrano, impartido por Jon Dornaletche. Él es el defensor de “*La educación bastarda como metáfora del cambio en el paradigma educativo*” (2015) en la que señala un conocimiento bastardo producido a menudo fuera del entorno del aula. Dicho conocimiento es “*el resultado de la copulación intelectual espontánea del estudiante con otras fuentes de información fuera del programa*” y según Dornaletche no es reconocido por la institución universitaria que debería tener en cuenta <<el juego, la promiscuidad cultural y el remix>>. El docente debe estar abierto a los cambios que plantea la sociedad red, a las nuevas comunicaciones, a la fluidez de la creatividad en los modelos educativos. Y todo lo anterior, no debe suponer un conflicto bélico entre profesor y alumno. Todo lo contrario, si (re)aprendemos al mismo tiempo que lo hace el entorno, los resultados serán mucho más completos.

Finalmente, me gustaría hacer hincapié en lo que hoy denominan *la web 2.0* que desemboca en la *comunicación web 2.0*. Pero para ello, es importante recordar qué suponía la *web 1.0* y su respectiva *comunicación web 1.0*. Esta última distribuía el contenido a través de un nodo central, el cual enviaba sus mensajes a otros nodos que no se relacionaban entre sí dentro del entorno web. Estamos hablando de un tipo de comunicación unidireccional donde el emisor es el que transmite y el receptor es el que capta los mensajes, sin posibilidad de responder. Se trata por tanto de una red centralizada. En el caso de la *comunicación web 2.0* la red es distribuida y descentralizada, consiguiendo así un feedback entre emisor y receptor. Todos pueden ser transmisores, creadores o editores de contenidos. De este modo, se crea una comunicación horizontal y participativa en su conjunto. Y todos pueden influir (ya sea para bien o para mal, indicaría Castells). En este momento, el término de *universidades 2.0* se basa en el anterior, y es llevado a la práctica con el fin de generar un espacio virtual entre profesor y alumno. También

¹⁶ **Viralizan:** (de viralizar, volverse viral) Proviene de la definición de los microorganismos. Contenido distribuido en el entorno web y compartido sucesivas veces por los cibernautas a tal velocidad que simula la de un virus en la vida real.

¹⁷ **Mooc:** Acrónimo en inglés de Massive Online Open Courses (o Cursos online masivos y abiertos) “*Es un curso a distancia, accesible por internet al que se puede apuntar cualquier persona y prácticamente no tiene límite de participantes*”. En España, *Crypt4you* fue la primera iniciativa de un mooc en español dirigido por los Doctores Jorge Ramió y Alfonso Muñoz. (Concepto extraído de Mooc.es)

¹⁸ **Pechakucha:** Es un formato de origen japonés. Se basa en una presentación sencilla (no incluye más de 5 o 6 palabras) de 20 diapositivas mostradas durante 20 segundos cada una.

lo llaman universidad *online* o a distancia (aplicable de igual manera para cursos o máster). La video-conferencia, la plataforma virtual son las herramientas más utilizadas. El correo electrónico es otra característica para la transmisión de mensajes entre docente y estudiante. Independientemente de si consideramos si este nuevo método educativo es mejor o peor, habría que replantearse si verdaderamente la *universidad 2.0* es una *universidad 2.0* en todos sus aspectos. Pedro Martín, profesor actual de la asignatura <<Redes sociales de la comunicación>> en el Campus María Zambrano, nos exponía el 11 de mayo de 2016, que a su juicio, aquello no era totalmente verídico. Su argumento fue el siguiente: “¿Hoy en día los papeles de los profesores y los alumnos son intercambiables en las universidades 2.0? En ese caso, la comunicación horizontal sería real y no existiría un poder centralizado, de lo contrario, tendríamos que volver a hablar de universidad 1.0”. Por ello, la solución planteada es un nuevo paradigma, la denominada web 3.0 que defiende la apertura¹⁹, la interoperabilidad²⁰, la web 3D²¹, un control de la información²² y una web semántica²³. Aquella sí podría desembocar (si elimináramos el elemento de control de información) en una *universidad 3.0* con papeles intercambiables. Para visualizar mejor lo anteriormente expuesto:

¹⁹ **Apertura:** (Compatibilidad) “Característica que agrupa el conjunto de protocolos, formatos de datos, software de código abierto y plataformas para el desarrollo de nuevas herramientas.” Santiago y Navidas (2012)

²⁰ **Interoperabilidad:** El hecho real que “las aplicaciones puedan funcionar en cualquier tipo de dispositivo, como ordenadores, teléfonos móviles o mini-pcs (como tablet, iPads...)” Santiago y Navidas (2012)

²¹ **Web 3D:** “Un modelo tridimensional, mediante el desarrollo de servicios del estilo de Second Life¹², utilizando para ello el uso de avatares personalizados que posibilitará que los usuarios puedan explorar el mundo virtual creado, interactuar con otros residentes, establecer relaciones sociales, participar en diversas actividades tanto individuales como en grupo, etc...” Santiago y Navidas (2012)

²² **Web semántica:** “Añadir significado a los datos, en forma de metadatos (que describen el contenido, el significado y la relación de los datos), de modo que los dispositivos de acceso puedan entender mejor la información que existe en la red. En este sentido, deberíamos entender que el desarrollo semántico global de la web 2.0 es precisamente la base sobre la que se apoyará la web 3.0.” Santiago y Navidas (2012)

1.3: TABLA: *Conociendo las diferencias entre la WEB 1.0, 2.0 y 3.0.*

	WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0
El Significado es...	Dictado	Construido socialmente	Construido socialmente y reiventado contextualmente
La Tecnología es...	Confiscado en el aula (regugados digitales)	Adoptado con cautela (Inmigrantes digitales)	En cualquier lugar (universo digital)
La enseñanza se hace...	Profesor-Alumno	Profesor-Alumno y Alumno-Alumno	Profesor-Alumno y Alumno-Alumno y Alumno-Profesor
Las escuelas se ubican en..	En un edificio	En un edificio u online	En cualquier lugar plenamente imbuido en la sociedad
Los padres ven la escuela como...	...una guardería	...una guardería	Un lugar en el que ellos tambien pueden aprender
Los profesores son..	Profesionales certificados	Profesionales certificados	Cualquiera, en cualquier lugar
Hardware y Software...	Se compran con gran coste y luego se olvidan	Son abiertos y de bajo coste	Son abiertos, de bajo coste y se utilizan con sentido
La empresa ve a los graduados como...	Trabajadores para una cadena de montaje	Trabajadores mal preparados en una cadena de montaje, en una economía global	Como trabajadores y emprendedores

Traducido de: <http://www.educatorstechnology.com/2013/06/education-20-vs-education-30-awsesome.html>

Fuente: **The flipped classroom.**

Para concluir señalar que, los medios en el contexto digital no tienen por qué suponer una batalla para el docente. Este puede disfrutar al mismo tiempo que lo hacen sus alumnos. El periódico EL PAÍS publicaba recientemente un artículo sobre *Universidades disruptivas, así se enseña fuera de lo convencional* (2016) para ejemplificar los nuevos modelos educativos en diferentes países. En Dinamarca, la escuela de diseño *Kaospilot* cambia el modelo de evaluación tradicional (exámenes) por proyectos con fecha de entrega. En Suecia, los denominados “facilitadores” (profesores) utilizan métodos basados en el trabajo en equipo, el contenido cambiante de la sociedad y pruebas basadas en la experiencia (personal y profesional) con el objetivo de formar a los estudiantes a través de la comunicación y el diseño digital. La escuela *Hyper Island* tiene por escenario una antigua cárcel en la que estudian personas desde los 19 hasta los 60 años. Los medios en el contexto digital atraen a sus consumidores por medio del entretenimiento y las aulas del siglo XXI lo deben tener en cuenta para no desconectar a los estudiantes del mundo del saber. Como diría María Zambrano: “*La cultura es el despertar del hombre*” y los medios, sean viejos o nuevos, *vintage* o *trend*, ya forman parte de nuestra cultura.

PRIMERA PARTE: PLANTEAMIENTO CONCEPTUAL Y EL ÁMBITO DE ESTUDIO. MARCO TEÓRICO.

CAPÍTULO 2

La Educomunicación en la formación del graduado en publicidad



Fuente: nubedepalabras.es

CAPÍTULO 2

La Educomunicación en la formación del graduado en publicidad.

2.1 Publicidad, educación y nuevas tecnologías.

En cuanto a la formación del graduado en publicidad, lo primero sería saber qué entendemos por publicidad. La RAE reconoce así el término:

Publicidad: 1. *Cualidad o estado del público.* Ejemplo citado: (La publicidad de este caso avergonzó a su autor.) 2. *Conjunto de medios que se emplean para divulgar o extender la noticia de las cosas o de los hechos.* 3. *Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc.*

Analizando dichas definiciones, entendemos por tanto que la publicidad es una *cualidad*, un *conjunto de medios* y una *divulgación*. Sin embargo, existen otras fuentes que ahondan más en el tema, es el caso del informe nº 12 “<<Publicidad, educación y nuevas tecnologías>> (2011) del Ministerio de Educación y Ciencia (CNICE) del Gobierno de España. Basándose en el artículo 2 de la Ley General de la Publicidad (1988), entiende la publicidad como:

"Toda forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la contratación de bienes muebles e inmuebles, servicios, derechos y obligaciones".

De esta manera, distingue cuatro rasgos definatorios; La publicidad como fenómeno comunicativo, su realización por parte de una persona física o jurídica, dentro de un ejercicio que es el comercial (profesional, industrial o artesanal) el cual tiene por objeto promover una contratación (a partir de una información o conocimiento público ofrecido).

Conviene subrayar que dicho informe discrepa de la definición establecida por *American Marketing Association* en 1960 que dice así: *"son aquellas actividades comerciales distintas de la venta personal, la publicidad y la publicity, para estimular la eficacia compradora del consumidor y del distribuidor: como exposiciones, muestras, exhibiciones, demostraciones y diversos esfuerzos no pertenecientes a la rutina ordinaria para intensificar las ventas"* creyendo más certera la propuesta por Vela y Bocigas (1966): *"aquella modalidad de comunicación persuasiva de marketing o promotion, cuyo mensaje consiste en el ofrecimiento temporal de un valor adicional"* debido a dos rasgos esenciales: La promoción de ventas y el valor añadido, entendiendo el primero como descuentos por un tiempo limitado. Y el segundo como; dinero, regalo, descuentos, concursos, sorteos...etc. Igualmente destaca su finalidad, indicando que publicidad y promoción se identifican en que ambas formas son comunicativas tienen por objeto “regular la demanda de los consumidores e incrementar las ventas”. Mostrando a su vez, tres claras diferencias: En el soporte (la publicidad se inserta en soportes ya establecidos, los medios de comunicación y la promoción tienen los suyos propios), el cambio de actitud (la publicidad plantea uno permanente y la promoción uno momentáneo) y el tipo de receptor. Este último diferencia las dos acepciones anteriores de la siguiente manera y cito textualmente:

<<...la publicidad se dirige al consumidor "en general", la promoción busca a consumidores o revendedores "en particular"; de ahí que algunos hayan señalado que "la publicidad engloba toda forma de promoción pagada y no personal de un bien o servicio (...) y la promoción de ventas engloba todo esfuerzo, predominantemente personal, encaminado a promover un bien, servicio o institución". (Benito, 1991, pp.1186)>>

En este aspecto, si estudiamos los distintos ámbitos de cómo estudiar la publicidad, encuentro ciertas discrepancias de las que quiero hacerles partícipes: Dicha definición (y el informe en general) no tiene en cuenta la diferencia entre publicidad y marketing (dos ramas hermanas pero con claras diferencias) ya que defiende el hecho que "*la publicidad es una modalidad de la comunicación persuasiva del marketing*". Tampoco es acertado señalar que la publicidad esté destinada a un consumidor "en general" puesto que esta (hoy más que nunca) es segmentada, personalizada y en algunos casos, individualizada, en base a un target²⁴. Y ese target es cada vez más definido por rango de edad, clase social, cultura, sexo, intereses... etc. Ayudando así, a la personalización de la campaña, originando finalmente una acción más eficaz. También podría discutir la parte en la que el Informe se cerciora en la cita de Benito, señalando que la promoción está encaminada a promover un bien, servicio o institución y la publicidad no lo hace. Algunos profesores que imparten asignaturas como <<Responsabilidad Social Corporativa e Institucional>>, <<Publicidad política y propaganda>> o <<Fundamentos de las Relaciones públicas>> entrarían en *shock* de sólo escucharlo. Al igual que la obviedad de estudiar la publicidad desde otros campos como puede ser la Sociología o la Psicología. No obstante, no sería ético por mi parte dejar de incluir las conclusiones finales de este informe, el cual señala lo siguiente y vuelvo a citar textualmente:

<<Queda patente la escasez de estudios sobre publicidad y comunicación referidos a la educación y relacionado con las nuevas tecnologías, por lo que nuestra propuesta consiste en el impulso que debe darse a este tipo de investigaciones, así como a las de carácter empírico, que no por ser más costosas, deberían ser menos frecuentes.

Sería interesante realizar estudios de percepción de los estudiantes, para conocer lo que piensan sobre la aplicación que los actuales programas educativos dan a las nuevas tecnologías. También debería revisarse el impacto que Internet y las Nuevas Tecnologías han causado entre el profesorado, si les ha supuesto, por su edad, una barrera, de la misma forma que ha ocurrido en las empresas privadas cuando los trabajadores han tenido que adaptarse a las nuevas formas de trabajo.>>

No hay que olvidarse del concepto que maneja Jürgen Habermas según el cual publicitar es también preguntarse sobre "qué debemos hacer el público en la contemporaneidad". En este sentido el preguntarse sobre las prioridades sociales ayudaría a poner en valor los temas más relevantes sobre las que ha de tomar conciencia la sociedad en cada período histórico y más aún en un momento tan lleno de incertidumbres como el actual..

De ahí la importancia de ahondar en *La Educomunicación como base de la formación en el graduado en publicidad*, puesto que implica una reflexión no sólo del concepto de Educomunicación y publicidad, sino también de otros anteriormente señalados como las TIC, los medios de comunicación, el entorno web y todo lo que conlleva fuera y dentro del aula.

²⁴ **Target:** Término anglosajón utilizado en el ámbito de la publicidad y el marketing para designar el destinatario al que se va dirigir un producto o servicio, a través de una campaña.

2.2 El grado de publicidad en el Campus María Zambrano, Universidad de Valladolid.

La Universidad de Valladolid oferta un relevante servicio público para la comunidad de Castilla y León. Tiene su sede en Valladolid y fue fundada en 1219, representando así la tercera más antigua de España. Los otros campus que la componen son; “Duques” en Soria, “Los Yuques” en Palencia y “María Zambrano” en Segovia. Dentro del Campus María Zambrano encontramos la Facultad de Ciencias Sociales Jurídicas y de la Comunicación, en la que se oferta el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. El grado se basa en un plan de estudios compuesto por 240 créditos (ECTS) de los cuales, 60 son de formación básica, 126 son obligatorias y 48 son optativas. Si nos adentramos dentro del listado de las asignaturas de formación básica, localizamos un listado de diez materias que son las siguientes:

2.4: TABLA: Asignaturas de formación básica del Plan de Estudios del Grado en Publicidad.

FB.1.M0. HISTORIA UNIVERSAL CONTEMPORANEA

FB.2.M0. DERECHO DE LA PUBLICIDAD

FB.3.M0.PSICOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

FB.4.M0. ESTRUCTURA SOCIAL CONTEPORANEA

FB.5.M0. COMUNICACION, EDUCACION Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO DIGITAL

FB.6.M0. PRINCIPIOS DE ECONOMIA

FB.7.M0.TEORIA DEL LENGUAJE

FB.8.M0. ARTE Y PUBLICIDAD

FB.9.M0. FUNDAMENTOS DE MARKETING

FB.10.M0. TEORIAS DE LA COMUNICACION Y DE LA INFORMACION

**FUENTE: Elaboración propia.
Extracto del Plan de Estudios de SJC.**

Para continuar, es preciso nombrar el artículo “*La educación en competencia mediática en el currículo de los periodistas*” (2015) realizado por Buitrago, Ferrés y García Matilla. En este trabajo se explica cómo abordan la <<educación en materia de comunicación>> las distintas universidades españolas dedicadas al ámbito de la Comunicación. Los grados tenidos en cuenta son; Grado en Comunicación Audiovisual, Grado en Periodismo y Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. En las conclusiones de este análisis se refleja el dilema de considerar la CM dentro de un concepto integral de “humanidades digitales” con el fin de actualizar constantemente a los profesionales de la Comunicación. La investigación realizada por los tres profesores citados, sobre 117 de grados, ejemplifica mediante porcentajes la presencia curricular de la competencia mediática. En la siguiente tabla puede observarse que tan sólo un 2,78 % de los 35 grados de publicidad impartidos en España, ofrecen competencia mediática en su plan de estudios. Y es que, sólo un grado en materia de publicidad contempla la educación desde una perspectiva educomunicativa. Sí, me refiero al grado de publicidad del Campus M^a Zambrano y a una asignatura en concreto: <<Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto Digital>>. A continuación, se muestra la tabla en la que se hace referencia a la investigación realizada:

2.5 TABLA: Justificación de la importancia de la competencia mediática.

Presencia curricular de la educación en competencia mediática

Grados	Ofrecen competencia mediática	No ofrecen competencia mediática
117 grados de Comunicación	11,76 %	88,24 %
43 grados de Comunicación Audiovisual	18,6 %	81,92 %
39 grados de Periodismo	12,5%	87,5 %
35 grados de Publicidad y Relaciones Públicas	2,78 %	97,22 %

FUENTE: BUITRAGO, FERRES, MATILLA. (2015)

“La educación en competencia mediática en el currículo de los periodistas”

Distintas personalidades del mundo de la docencia certifican el razonamiento crítico en las universidades que abordan la CM. Por ejemplo, Carmen Echazarraeta, profesora de Comunicación Audiovisual en la Universidad de Girona sitúa a las TIC en el epicentro de la Comunicación. Esta investigadora identifica a la alfabetización digital no sólo como instrumento mediático sino también como *“(…) formación en toda su extensión, pues los cambios afectan al modelo mismo de la Comunicación.”* Las palabras del maestro de los periodistas Ryszard Kapuscinsky son también recogidas en este artículo. Él refleja la importancia de los medios de comunicación en la formación de valores, señalando así un pilar básico en la vida de una persona. Otros argumentos como el de Ferrés o Alejandro Piscitelli, fortalecen la necesidad de contemplar nuevos modelos educativos en torno a los medios de comunicación, la actualización de contenidos y sobre todo, la re-interpretación de los mismos, en todas sus vertientes y/o plataformas de difusión. Poco a poco, las universidades españolas van convenciéndose de ello a pesar de tener un gran camino por realizar. No podemos seguir obviando ese 88,24% de grados en Comunicación que a día de hoy, siguen sin tener en cuenta todos estos parámetros y no incluyen la educación en competencia mediática en sus planes de estudio. En el caso de las titulaciones de Publicidad y las Relaciones Públicas sólo la Universidad de Valladolid en su Campus María Zambrano de Segovia, incluye estos contenidos.

2.3 Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital.

En base a la asignatura <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>> cursada en el primer ciclo del Grado Publicidad y Relaciones Públicas, (impartida por Agustín García Matilla, Eva Navarro y en años posteriores, también por los profesores Alex Buitrago y Guillermo Ballenato, en el Campus María Zambrano, Segovia) se realiza una introducción a la educomunicación aplicada a las necesidades de los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas. Los bloques temáticos para abordar el concepto de Educomunicación eran; “Introducción a la Educación Mediática”, “La comunicación creativa como instrumento educativo, formativo y de análisis” y “Viejos y nuevos medios en el contexto digital”, ya

reflejados en el primer capítulo. Ahora, deberemos analizar cuáles son las piezas clave del programa educativo (guía docente) de la asignatura para delimitar el planteamiento de la misma, su enfoque y sus resultados.

Esta asignatura es un buen ejemplo para visualizar una nueva forma de educar en materia de comunicación. Un programa sólido que intercala teoría y práctica. Los estudiantes son avisados a principio de curso de que se trata de una asignatura “diferente” que resta peso a la teoría para dar protagonismo a la propia capacidad de observación de los estudiantes y pretende fomentar su actitud crítica. El alumno no está obligado a tomar apuntes y sin embargo sí es invitado a hacer suyo el contenido de las clases realizando una bitácora, una especie de diario con el que debe reconstruir los contenidos que considera más relevantes e investigar semanalmente en aquellos aspectos de los contenidos conceptuales que le hayan parecido más significativos y motivadores. Esta orientación cambia el rol del estudiante y le obliga a una participación activa en la clase que a su vez va a tener una importancia muy grande en el sistema de evaluación continua planteado.

De igual manera, la creatividad y la experiencia son las piezas para conseguir el resultado final del auto-conocimiento y la racionalidad crítica, servible y reutilizable para el alumnado. A partir de un cronograma previamente concebido para su efectividad de 14 semanas (un cuatrimestre), se recogen presentaciones teóricas (orales y audiovisuales). También son tenidos en cuenta los eventos universitarios ya fuese por periodo vacacional o actividades de interés como es el caso de *Publicatessen*²⁵.

Si seguimos la guía docente (se recoge en el Anexo 2 de este TFG) observamos que antes de iniciar la explicación de los contenidos conceptuales de la asignatura, se pretende que el alumno bucee en su propia experiencia personal. Para comunicar hay que identificar qué hitos de la propia vida han sido los más importantes. Esta práctica inicial de puesta en valor de la propia vida va a servir como modelo de autoconocimiento y va a servir como carta de presentación ante los demás. Primero saber quiénes somos, qué cosas nos han influido en la vida. Tomar conciencia de que somos importantes y de qué debemos saber defender porque somos importantes. En las primeras semanas se realiza tanto un acercamiento a los conceptos básicos de educación en materia de Educomunicación, al mismo tiempo que se unen lazos con los estudiantes del aula (entrevista a un compañero en base a sus aspiraciones y temas de interés). La creación de la bitácora ya citada es ese elemento transversal que constituye una novedad y a la vez una sorpresa y un nuevo hallazgo pues los estudiantes entienden que no es una mera recopilación de apuntes (el profesor habla y el estudiante recoge información) sino que la información transmitida es ampliada a modo de diario creativo ya fuese en papel o en una plataforma online (blog de contenidos). La explicación de la bitácora se argumenta de la siguiente forma en la guía docente:

“El estudiante deberá construir unos apuntes personales. No se trata de hacer una reproducción literal de los contenidos expuestos en las clases, sino de reconstruir con un filtro personal esos contenidos volcando las ideas más relevantes para su aprendizaje, añadiendo opiniones y comentarios críticos; en esta bitácora podrá incluir los documentos que le hayan servido para reconstruir los contenidos propuestos por los

²⁵ **Publicatessen:** Festival de Publicidad realizado por los alumnos de último año del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en el Campus María Zambrano de Segovia desde el año 2009. Suele realizarse en el mes de marzo y consta de jornadas, ponencias, talleres y concursos del ámbito de la publicidad y el marketing. El festival concluye con una gala de premios en el Teatro Juan Bravo de Segovia.

profesores y añadirá nuevos documentos y análisis de las obras leídas, imágenes analizadas, blogs consultados, exposiciones visitadas, conferencias a las que haya asistido y, si fuera el caso, comentarios realizados en los blogs de otros compañeros de clase". De este modo, el alumno interactúa con los contenidos al salir de clase mediante una retroalimentación con sus compañeros/as y es valorado su interés por los conceptos adquiridos.

Asimismo, la ilustración docente no se sirve únicamente de explicaciones orales. Estudiar mediante visionados (contenido audiovisual) como es el caso del fragmento "Up" o "Children full of life" es otra medida adoptada en la asignatura para ejemplificar la teoría expuesta en clase. Len Masterman ya en 1993 refuerza esta tendencia en su libro <<La enseñanza de los medios de comunicación>> exponiendo siete razones básicas que son: Uno, el elevado índice de consumo de medios y la saturación de estos en la sociedad contemporánea. Dos, la importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación. Tres, el aumento de la manipulación o fabricación de la información y su propagación por los medios. Cuatro, la creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales. Cinco, La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas. Seis, la importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro. Siete, el vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la información. Nociones reafirmadas en los ejercicios expuestos en clase. Un ejemplo de ello es analizar una serie o programa que el alumno consume o directamente "caer en la cuenta" de cuánto tiempo dedica a las TIC ya fuese por medio de medios convencionales u otros de mayor atractivo como la tableta o el *Smartphone*.

La evaluación se mide a través de ejercicios de clase, realización de Bitácora y participación (30%), prueba escrita de síntesis de contenidos (40%) y un proyecto de tema libre denominado *Huellas en la ciudad* (30%). Entendemos por participación no sólo asistir a clase sino también exponer las opiniones sobre los contenidos al profesor y también la posibilidad de incluir nuevos materiales a partir de iniciativas de los estudiantes. La prueba escrita por su parte, tampoco es lo que corrientemente denominamos examen pues, los alumnos no se ven constreñidos a memorizar apuntes para responder a un test o a una prueba de evaluación de desarrollo de temas.

Este modelo de evaluación, que se podría identificar con lo que en otros tiempos se podría considerar un examen parcial, es en realidad una prueba en la que los estudiantes reciben 10 preguntas que correlacionan los contenidos fundamentales tratados en el cuatrimestre. Esos alumnos tienen 15 días para prepararse la documentación que les va a servir para organizar un dossier que dé respuestas a esas preguntas y posteriormente con ellas, reflexionar en la prueba escrita.

Esta prueba que significa un 40% de la nota final se divide a su vez en dos partes. La primera que vale la mitad de la nota consiste en la preparación del dossier de respuestas a las 10 preguntas diseñadas por el profesor (mitad de la nota de esta prueba), la otra parte consiste en responder a las 4 preguntas que el profesor selecciona el mismo día en que los alumnos están convocados a realizar el ejercicio (y que significará la otra mitad de la nota). La primera consiste en la creación de un dossier que obligará a los estudiantes a sistematizar, les acostumbrará a documentarse, a ser capaces de ordenar los apuntes e incorporar nuevas fuentes de información y saber separar sus opiniones personales de los datos. Esta primer parte que los alumnos entregan también el día de la prueba le sirve al profesor para averiguar si el alumno ha

preparado el ejercicio y por ello vale como la mitad de la nota. No se trata de observar quién tiene mayor capacidad memorística sino quién es capaz de relacionar los diferentes temas y aplicar la visión holística y no parcelada que pretende impulsar la orientación metodológica de la asignatura. La segunda parte del ejercicio consiste en que el alumno responda a 4 de las 10 preguntas que ha tenido que preparar. El profesor en este caso verá la capacidad de síntesis del alumno y su capacidad para evitar repetir mecánicamente las respuestas preparadas. En todo momento se intenta evitar la sensación de stress y se recuerda al alumno que el hecho de haber trabajado previamente al día del ejercicio, le debe aportar una tranquilidad para obtener el máximo rendimiento de su estudio.

El trabajo creativo -que el alumno deberá madurar a lo largo del cutrimestre para que pueda ser presentado en las últimas semanas- se plantea para que el alumno sea capaz de demostrarse a sí mismo que todos podemos ser creativos. *Huellas en la Ciudad* refuerza esa perspectiva innovadora y alternativa de la asignatura. Los alumnos escogen un tema libre para potenciar una nueva visión de la ciudad de Segovia, el entorno en el que estudian. Y la puntuación de la nota es medida por el esfuerzo y no tanto por el resultado final del mismo. El alumno en todo momento se siente capaz de crear una obra ya fuese a través de un cortometraje, un poema, un dibujo, un cómic... sin imposiciones. La imaginación y los conocimientos adquiridos dan valor a la frase del escritor brasileño Paulo Coelho: “*Las personas cambian cuando se dan cuenta del potencial que tienen para cambiar las cosas*”. Y quizás la mejor de las estrategias comunicativas adoptadas en esta nueva manera de impartir (o expandir) conocimiento sea: La implicación emocional del estudiante. Ese *lovemarks*²⁶ de Kevin Roberts que en este contexto me atrevería a señalar como *lovedesign* o *loveresearch*. Y es que, la creación de vínculos afectivos genera la posibilidad de realizar un cambio de mentalidad en las personas. Howard Gardner, pionero de la *Teoría de las Inteligencias Múltiples*²⁷, descubrió al mundo que lo que antes se denominaba “*talentos*” debía denominarse en realidad “*inteligencias*”, y además tuvo la intuición de valorar tanto el conocimiento de uno mismo o el conocimiento de los otros como las matemáticas o el lenguaje. Entre otras aportaciones propuso diferentes agentes que motivan el proceso mediante valores; Los padres, las madres, las parejas, los amigos, los amantes y los líderes, son los principales agentes generadores. Si tomamos en cuenta esto, el maestro puede ser un líder de opinión, siempre y cuando sea capaz de llegar al corazón del estudiante, a sus intereses. La motivación colectiva, compartida y adecuadamente distribuida es la línea a seguir en las nuevas formas planteadas en la Educomunicación. Y como se estudia en la asignatura, siguiendo a Joan Ferrés y a Jordi Garriga Puig, un profesor debe saber responder a la onomatopeya “Yamiké”. Si no no somos capaces de explicar al alumno porque le puede interesar estudiar unos determinados contenidos conceptuales, es muy probable que no vayamos a hacerle tener interés en nuestra asignatura a lo largo de todo el curso.

Al final del programa de la asignatura que estamos estudiando, los alumnos puntúan su grado de satisfacción con la asignatura y con el docente que la imparte. Son señalados aspectos como los contenidos abordados en la materia, el interés que le ha podido ocasionar o por el contrario,

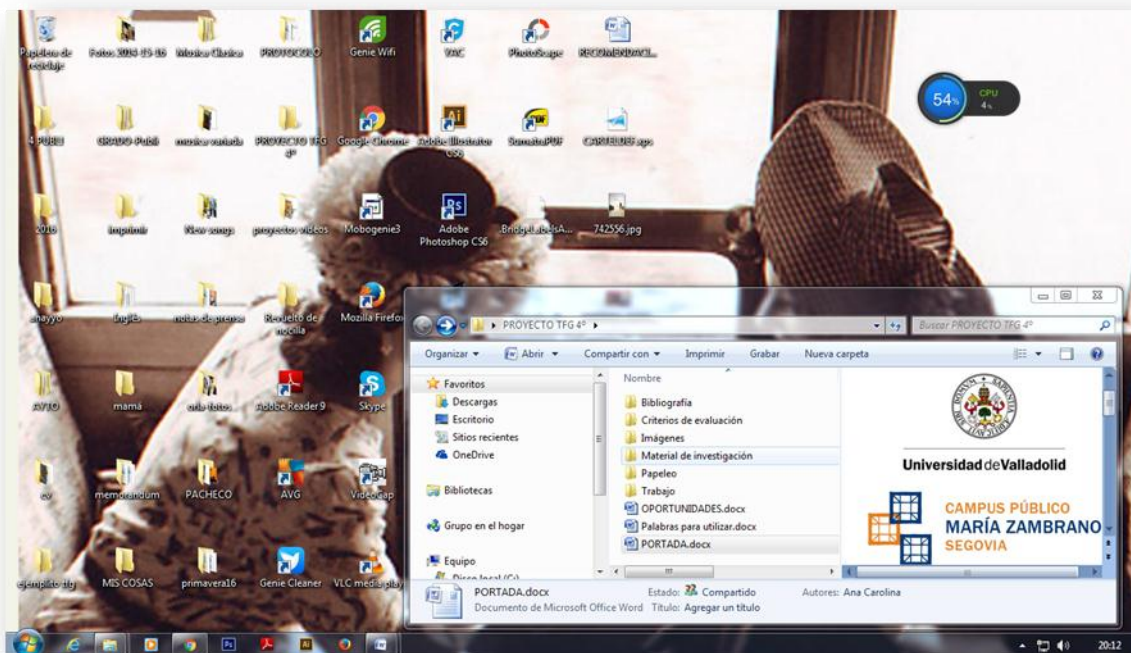
²⁶ **Lovemarks:** (Amor por la marca) Término acuñado por Kevin Roberts durante el año 2006. Es el vínculo creado entre consumidor y marca. El consumidor realiza la acción de compra no por necesidad funcional sino por emoción a la marca, amor y respeto hacia la misma.

²⁷ **Teoría de las Inteligencias múltiples:** Es concebida por Howard Gardner en 1983. Define la inteligencia como una destreza desarrollada, no intrínseca y multidisciplinar. Defiende el abandono de los test de inteligencia clásicos para dar paso a un nuevo modelo educativo, aquel que tenga en cuenta las ocho inteligencias múltiples. Aquellas hacen referencia a capacidades lingüísticas, matemáticas, espaciales, interpersonales, naturalistas, musicales, cinéticas corporales e intrapersonales.

aqueños aspectos que se pueden mejorar. También su utilidad dentro y fuera del aula. Seguidamente, en la parte metodológica de este proyecto de investigación se aportará documentación sobre cómo los alumnos han recibido la asignatura, sus opiniones sobre la misma y si creen o no otras posibilidades dentro de la educación en materia de comunicación.

SEGUNDA PARTE: APLICACIÓN DEL ESTUDIO.

CAPÍTULO 3 La Metodología



Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO 3 La Metodología.

3.1 La articulación sistemática del trabajo.

El Trabajo de Fin de Grado se ha planificado, organizado y estructurado mediante un cronograma articulado en base a su duración y su evolución. Esta investigación comienza con una toma de contacto del tema deseado por el alumno -en este caso alumna- en enero de 2016 que tiene previsto su presentación en junio del mismo año. Las fases son tres; La primera abarcará el estudio previo al tema. La segunda será el desarrollo y la puesta en práctica del mismo y la tercera reflejará las comparaciones oportunas y las conclusiones finales.

3.6 TABLA: La estructuración del tiempo acorde con las fases de los supuestos académicos planteados.

		MESES					
		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
F A S E I	1. Elección del tema de trabajo: Primer reunión con el tutor.						
	2. Concretamos el tema.						
	3. Objetivos a cumplir.						
	4. Búsqueda Bibliográfica y Web.						
	5. Planificación del trabajo.						
	6. Introducción y Justificación.						
	7. El Marco Teórico.						
F A S E II	8. El Trabajo de campo.						
	9. La metodología.						
	10. Desarrollo del trabajo.						
F A S E III	11. Comparación de datos y conclusiones finales.						
	12. Reflexión del Trabajo.						
	13. Entrega final.						

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Los objetivos de la investigación.

Primero, identificar la opinión de los alumnos/as sobre la asignatura Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital con el fin de observar si para aquellos resulta interesante y/o útil para su vida profesional.

Segundo, descubrir si se debe educar al ciudadano a través de los medios de comunicación para que aquellos sean más responsables con lo que consumen.

Tercero, considerar si la Educomunicación debe ser un pilar básico para los alumnos/as en el grado de publicidad.

Cuarto, detectar cuáles son las nuevas formas docentes para motivar al alumnado.

3.3 Metodología cualitativa.

La Metodología Cualitativa según informa el Instituto Virtual Cervantes centra su investigación en aspectos no susceptibles de cuantificación. Así se toman prioridades como el hecho de ser inductiva a través de un proceso de investigación flexible, tener una perspectiva holística, sin reducir los sujetos a variables, la búsqueda de la comprensión frente a relaciones causa-efecto, considerar al investigador como instrumento de medida, llevar estudios intensivos a pequeña escala y proponerse generar hipótesis que abren futuras líneas de investigación. Para no caer en la tentativa de la subjetividad, la siguiente investigación tratará de ser rigurosa con el fin de dar validez a través de los diferentes puntos de vista que otorgan los alumnos.

3.3.1 Indicador significativo: Focus Group.

Los alumnos como grupo.

La manera de contactar con los alumnos ha sido de manera voluntaria a través de la posibilidad de participar en lo que denominamos una investigación cualitativa basada en la técnica Focus Group. El Focus Group o grupo de discusión suele realizarse entre una muestra de 6 y 12 personas y su duración suele ser de 45 minutos aproximadamente. Esta técnica es utilizada para observar el comportamiento social de los alumnos.

La estructura de este apartado es el entorno universitario. El Espacio es la sala de videoconferencias del Campus María Zambrano y se utiliza una mesa rectangular con sillas a su alrededor. Se les cita un miércoles a las 18.00 en la puerta de la universidad y les ofrece un refrigerio de agua y golosinas (se decidió las golosinas frente a los frutos secos por el hecho de evitar ruidos en el proceso comunicativo). Acuden nueve personas pertenecientes al primer grado de Publicidad y Relaciones Públicas los cuales habían cursado la asignatura de <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>> en el curso 2016-2017. Aquellos son calificados como grupo de sujetos con el fin de guardar el anonimato. Entre los sujetos se encuentran ocho mujeres y un hombre. Todas ellas comprenden edades entre 18 y 20 años a excepción del varón que tenía 38 años. Es decir, todos los participantes son universitarios del curso académico 2015-2016 del Campus María Zambrano. Las notas de aquellos son dispares, desde sobresalientes hasta suficientes. El papel de moderador fue realizado por la autora de este trabajo de fin de grado. Toda la sesión es recopilada en una grabadora para su posterior transcripción la cual se encuentra en el Anexo 3 de este proyecto. Los sujetos son conscientes de la grabación de la sesión, sin embargo, se les informa anteriormente que serán tratados como sujetos con el fin de obtener aportaciones objetivas sobre los temas a tratar.

El desarrollo del Focus Group está dividido en cuatro bloques temáticos: El primero trata la asignatura de <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>>. El segundo recoge la importancia de educar a los ciudadanos en los medios de comunicación. El tercero señala a la Educomunicación como un pilar básico en la Publicidad. Y el cuarto y último bloque temático hace referencia a las nuevas técnicas docentes en la educación. La sesión tiene una duración de una hora. Las aportaciones con mayor significación son las siguientes:

La sesión comienza y el moderador, en este caso moderadora, señala que lo primordial es opinar libremente. Posteriormente se introduce el primer tema a tratar, la asignatura <<Comunicación, Educación y Sociedad en el contexto digital>>:

En primer lugar, varios sujetos destacan la dificultad de ver la asignatura como un “todo” pues, a pesar de recoger en la guía docente los diferentes temas que se iban a tratar a varios les cuesta ver la similitud o la correlación entre aquellos. El sujeto 1 es el primero en tomar la palabra señalando: *“Yo a lo largo de esta asignatura he opinado que a veces no sabía por dónde pillarla`. De pronto estábamos viendo fotografía, como de pronto estábamos viendo educación, como de pronto comunicación...”*. Otros coinciden en ello como es el caso de los sujetos 2, 3 y 4. La confusión del seguimiento sobre el temario por el hecho de abordar la comunicación desde distintos ámbitos como son la educación, la comunicación o las diferentes ramas de los medios de comunicación como el cine, la radio, la televisión... Abordar varios temas es una premisa que aparentemente les cuesta asimilar como grupo. Sin embargo, varios coinciden en que al acabar la asignatura, los temas mantienen una correlación. El sujeto 1 indica: *“Claro. Luego ya le encuentras un sentido...”* lo que varios confirman.

En segundo lugar, es preciso señalar la valoración de la asignatura. Esta supone una novedad para los alumnos debido a los trabajos propuestos y al planteamiento del examen, así el sujeto 2 señala que se trata de *“un modelo educacional alternativo al tradicional”*, un *“sistema diferente de educación”* al que actualmente estaban acostumbrados. El sujeto 5 exterioriza que es *“un modelo diferente”* y da prioridad a la formulación del examen y a la personalización del profesor frente a los alumnos. Los alumnos son vistos al mismo tiempo como un grupo y como individuos. Aquellos valoran positivamente la atención individual que realiza el profesor sobre ellos. El sujeto 5 realiza una apreciación negativa hacia los maestros que no se aprenden el nombre de sus alumnos, confirmando posteriormente que el profesor que ha impartido esta asignatura sí ha realizado el esfuerzo por aprenderse el nombre de los estudiantes. Ligado a este tema, el sujeto 2 hace referencia a las inteligencias múltiples defendidas por Howard Gardner, las cuales también fueron vistas en el aula. Este traslada la necesidad de potenciar las distintas inteligencias desde una edad más temprana, con el fin de reafirmarlas en la etapa universitaria. A consecuencia de ello, el sujeto 1 señala la conexión entre esta asignatura y la resolución de problemas sociales como es el caso del *bulling*. En su intervención, numera valores de respeto, empatía y el hecho de juzgar a una persona. Habla también del poder de la comunicación no verbal y la educación (a través de una mirada) y el resentimiento o malestar que puede ocasionar en terceras partes concluyendo que *“tendría que haber otro comportamiento en la universidad”*. También comenta su experiencia personal satisfactoria por el trato personal de los profesores de la siguiente manera: *“A mí me han abierto muchos caminos y me han abierto los ojos (...) Compartir esa experiencia con un profesor ¿por qué no? Parece que el profesor y el alumno tienen que estar siempre separados.”* Posteriormente afirma el aprendizaje que puede realizarse entre profesor –alumnos si se establece una comunicación basada en la retroalimentación. Más adelante el sujeto 2 refleja angustia y rabia al manifestar que *“el sistema*

educativo actual está hecho para que seamos como una fábrica, para que produzcamos. ¡No les interesa que pensemos! Si por eso está hecho así”.

En tercer lugar, los alumnos hacen referencias a lo aprendido en clase. De cara a la teoría aparecen conceptos como el de las <<inteligencias múltiples>> ya señalado, o personalidades como la de Ken Robinson, referente educador en el mundo de la creatividad. El trabajo más nombrado es el de *Huellas en la Ciudad*, trabajo creativo sobre la ciudad de Segovia en el que el profesor da plena libertad a la hora de construir un proyecto. Dicho de otra forma: “El trabajo de Huellas que estamos haciendo ahora a mí me gusta porque no tiene ningún tipo de pautas. Es decir, tú lo puedes hacer como quieras” señala el sujeto 7. De hecho propone la posibilidad de realizar el examen final de esta forma, pues supone “*presentar un trabajo que tú pensaste, planeaste y terminaste con todo el proceso creativo de detrás*” ya que implicaría que evaluaran al alumno en base a lo que deseó hacer, tanto en la forma como en el contenido. El segundo trabajo más destacado es la *Bitácora*, una construcción de los apuntes impartidos en clase, los cuales debían ser ampliados de manera creativa, ya fuese en papel o en un blog de manera online. Una de las aportaciones más interesantes es la idea compartida sobre cómo realizar los trabajos propuestos y su percepción sobre la creatividad. La mayoría se sienten confusos a la hora de abordar un trabajo libre y creativo y ellos mismos llegan a la conclusión de la falta de hábito. Del mismo modo exaltan ilusión y motivación a la hora de abordar tareas como las anteriores. El sujeto 7 otorga importancia al debate en un aula y el sujeto 6 señala que la rama artística ofrece mayor libertad y creatividad que otras ramas. El sujeto 7, afirma y manifiesta que “las artes tienen eso creativo e igual deberíamos llevar esa dimensión creativa al resto de disciplinas mayores”. En este último comentario se aprecia una clara comparación (y desvaloración) de las aptitudes artísticas frente a otras. El sistema educativo de Primaria y Secundaria también aparece en el grupo de discusión. Los participantes coinciden de manera unánime en que es erróneo realizar exámenes a base de memoria ya que de esta manera no fortalecen la independencia y el pensamiento crítico. Fomentar la opinión estudiantil es otro aspecto compartido de manera positiva. Aunque no siempre se da esa opción: “*Que un profesor llegue y te pregunte qué opinas... no estamos muy acostumbrados a eso. Y que no estemos acostumbrados a eso, ¡es algo que no está bien!*”. Asimismo, el sujeto 3 declara que “*Crear esta asignatura por lo menos es un paso para empezar a concienciar a la gente de que hay algo que cambiar...*”

En cuarto lugar, la utilidad de la asignatura en el ámbito profesional es propuesta por los participantes. El sujeto 2 señala que los estudiantes son “*los futuros jefes*” y “*los futuros empresarios*”. Por ello es importante educar a las personas con el fin de obtener “*un criterio, unos principios sociales*” ya que de esta manera es posible que sean aplicados en un futuro próximo. Aportar ideas propias, equivocarse para aprender, producir críticas constructivas o tratar de no juzgar a terceros, son valores adquiridos de la asignatura. Aquellos estiman que esos valores son eficaces y beneficiosos para su vida profesional y personal. En el bloque tres, el ámbito de lo personal vuelve a surgir en torno a la asignatura y la figura del profesor. La empatía es resaltada por el sujeto 7 como base para eliminar prejuicios hacia los compañeros. Y los sujetos 7, 4 y 1 destacan que dicha asignatura les ha ayudado a “*crecer como personas*” y además de ser verdaderamente útil para la vida.

El segundo bloque que engloba a <<Los ciudadanos, la educación y los medios de comunicación>> la gran mayoría señala la necesidad de ofrecer una educación ambientada a los *mass media*, pues eso supondría que los ciudadanos “*serían más críticos y no se creerían todo lo que les venden*” remarca el sujeto 2 y afirman los sujetos 1, 4 y 8. Algunos difieren en la

necesidad de enseñar las explicaciones técnicas como sería el caso de los planos cinematográficos, apunta el sujeto 3. Da menor importancia a la comunicación audiovisual mientras que preserva la necesidad de unir educación y comunicación “*cómo se comunica y la percepción*”.

De cara a la percepción de los ciudadanos el sujeto 3 manifiesta que: “*Yo creo que los ciudadanos dan muy poca importancia en los medios de comunicación en general y del efecto tienen. Ahora, muchas veces la gente se cree todo. Lo que salga en los medios de comunicación, es la verdad.*” A continuación el sujeto 2 indica que existe “*un sesgo en la información*” ya que nos llega una pequeña parte de la misma. La solución planteada es la de que “*la gente sea crítica*” ya que no debe creerse todo lo que observa. A su vez destaca la existencia de diferentes líneas editoriales en función de la ideología y añade que no es apropiado consumir sólo lo que a uno le gusta, sino que lo ideal o lo objetivo sería consumir todo tipo de líneas editoriales. A continuación el sujeto 5 señala que desde que comenzó su etapa universitaria hay asuntos que aprecia y antes no lo hacía. Su percepción es distinta gracias a la educación y no por el hecho de ser más inteligente, sino por actualmente tiene “*otra forma de pensar*”. La gran parte de los participantes asumen la posibilidad de educar en los medios desde una edad más temprana. Además el sujeto 8 subraya el valor de la transparencia y la objetividad en los profesionales de la comunicación como es el caso de los periodistas.

El tercer bloque comprende a <<La educación como pilar básico de la Educomunicación en el grado de publicidad>>. Comienzan reiterando que la Educomunicación no debería ser materia de estudio únicamente en el grado, sino en la formación básica de los estudiantes. De igual manera se introduce la idea de “*la publicidad puede ser una manera de educar*” y también se propone que el objetivo de la publicidad “*aparte de vender*” podría ayudar a las personas a “*ser más responsables*”. El sujeto 2 remarca que en el mundo publicitario lo esencial es vender, incluso productos que pueden parecernos poco éticos, ejemplifica el caso de “*las preferentes*”. En contraposición del comentario surgen aportaciones como la del sujeto 7 el cual afirma que cada individuo debe tener su propia moral. Al hilo de la conversación se pone de manifiesto un documental visionado en otra asignatura básica del grado de Publicidad y RRPP (Sistemas de Información y Comunicación) en el Campus M^a Zambrano. El documental está basado en el *Experimento Milgram*²⁸, un estudio que se realizó sobre el comportamiento de la obediencia. Así, el sujeto 2 señala que no todas las personas tienen esa predisposición a obedecer a las autoridades y por tanto, el hecho de negarse, supone un ápice de esperanza en el terreno ético-moral.

El cuarto bloque hace referencia a las <<Nuevas formas docentes para motivar al alumnado>>. El primer aspecto positivo que el grupo destaca en un profesor es la manera en el que este “*vive, transmite y te transmite la pasión*” por la propia asignatura. El sujeto 6 remarca que “*se nota*” al profesor que le gusta (y al que no) la materia que está impartiendo. Se detecta que los alumnos sienten interés si el profesor también lo siente, sin embargo, debe saber transmitirlo. Y no depende de si la asignatura es considerada más o menos importante, sino que depende de “*la pasión*” y la capacidad de transferencia de la misma, hacia los alumnos. De lo contrario se produciría el efecto indicado por el sujeto 3: “*Si ves que un profesor entra en clase y se nota*

²⁸ **Experimento Milgram:** Estudio realizado en 1963 por Stanley Milgram. El objetivo era medir la disposición de las personas a producir un daño físico en otro sujeto en el caso que una autoridad competente realizara dicha petición. Dicho estudio supone un conflicto entre el deber personal y el deber de obedecer, haciendo referencia a la conducta del individuo.

que no le gusta, o no que no le guste, que no está disfrutando, no te va a gustar algo que ni si quiera a la persona que estudió eso le está gustando dar". Es decir, tanto la comunicación verbal como la comunicación no verbal, son percibidas por la clase de manera positiva o negativa en función de la actitud emitida por el profesor. El segundo aspecto es la motivación que debe ejercer el profesor sobre el grupo estudiantil ligado con el trato personal. De la misma manera es recalado que aquello es más eficiente, cómodo y participativo en grupos con un número reducido de alumnos. El tercer aspecto es la "educación vocacional". El sujeto 5 indica que "lo que no es normal seamos la misma cantidad de personas en todas las clases y que con un profesor te sientas súper cómoda y que con otro sientas que hay el doble de personas". El cuarto aspecto presenta un debate entre libertad y disciplina, democracia y autocracia tanto en la figura del maestro como en las medidas de evaluación. Aquí encontramos aportaciones dispares. Algunos defienden que si el alumno es maduro y responsable la libertad es totalmente válida. Otros, que dentro de esa libertad debería existir una serie de límites como la asistencia a clase o la presentación de trabajos en la fecha que se acordó. Algunos señalan que hay que tener en cuenta los casos minoritarios, como por ejemplo cuando una persona se pone enfermo. Finalmente se matiza que tal vez la solución sea establecer un compromiso entre profesor-alumno "a partes iguales". Posteriormente comentan situaciones sobre la convivencia en el aula y debatiendo qué significa ser "una buena o mala persona" en cuestión de compañerismo. El sujeto 8 realiza dicha aclaración así: "Una cosa es que una persona te pida ayuda y se la niegues, eso es ser mala persona. Otra cosa es que te pidan tu trabajo que tú has hecho y se lo niegues...". De tal manera que observamos la valoración por el esfuerzo personal y en cierto modo, la competitividad entre compañeros. También se aprecia responsabilidad por el trabajo realizado. Por último otros aspectos que observan de manera positiva o señalan como <<Nuevas formas docentes>> o nuevas tendencias en el sistema educativo son; Las clases dinámicas donde se realicen actividades de discusión, creativas, con un valor social que fomenten el respeto hacia "las ideas del otro", el trabajo en grupo, las críticas constructivas, el teatro, la capacidad de liderazgo, las presentaciones en público, minimizar el miedo a fallar, aprender a desarrollar un pensamiento racional, la empatía, tener más libertad de decisión y sobre todo, tratar a los alumnos como personas, "no como números".

3.3.2 Identificador significativo: Valoración de la asignatura.

Los alumnos como individuos.

Se realizó un cuestionario que tenía por título <<Valoración de la asignatura de Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>> con diez preguntas, de las cuales dos eran libres. En este apartado se analizarán dichas respuestas libres. Las restantes, formarán parte del apartado de metodología cuantitativa. Dicho cuestionario se realizó en dos grupos de alumnos del Campus María Zambrano. No se contó con la totalidad de los alumnos matriculados en clase por repartir el cuestionario al concluir la asignatura, lo que a su vez supone vísperas de examen (muchos alumnos que viven fuera de la provincia optan por volver a sus hogares para estudiar). Los alumnos que contestaron pertenecían al grupo 1 y 2 y contestan 41 personas del primer grupo y 42 del segundo. Los cuestionarios son anónimos y a cada alumno se le pide que indique su nivel de asistencia (menos del 50% / 50-75% /76% -100% grado de asistencia. Las preguntas libres corresponden al número siete y al ocho del cuestionario y son enunciadas de la siguiente manera:

"¿Qué ha sido para ti lo mejor de esta asignatura?, ¿Qué ha sido lo peor de esta asignatura?"

Los alumnos del grupo 1 que indican haber asistido al 100% (quince personas) expresan afirmación de la existencia de *“el buen ambiente que ha habido en clase y muchos de los contenidos”, “el trabajo de Huellas en la Ciudad”, “el aprendizaje personal”, “los temas y la forma de explicarlos”, “la actitud crítica”* que ha desarrollado el alumno de manera individual, *“la libertad creativa”, “pensar sobre los sentimientos y sobre la vida”, “el análisis de la imagen”* y posteriormente *“ponerlo en práctica en el trabajo creativo”*, una nueva forma de expresión como *“la bitácora”, “las emociones y los valores promovidos en clase”*, también el esfuerzo de los compañeros a través de *“ver los trabajos por los demás”*, el hecho de que se trate de *“una asignatura muy dinámica”* y *“la creación del trabajo creativo”*. Del mismo modo, los aspectos negativos van orientados a los numerosos trabajos que han realizado durante el curso, el hecho de tener poco tiempo para muchas actividades. Expresan en ocasiones *“agobio”*, dificultad en la *“organización de los trabajos”, “resumir todo el contenido de la asignatura para contestar a las preguntas del examen”*, e incluso dar más iniciativa para que el alumno *“lo intente y se equivoque”*. También la incertidumbre de las primeras clases teóricas por *“no saber”* que se iba a encontrar al igual que el esfuerzo que conlleva *“el seguimiento de la bitácora”*.

Los estudiantes del grupo 1 que alegan haber asistido entre un 50% y un 75% (quince personas) manifiestan de manera positiva: *“El hacerte pensar y reflexionar”*, la manera en la que han ido *“evolucionando en el trimestre cuando no sabíamos la necesidad de un procedimiento audiovisual, o un proyecto previo para hacer cualquier cosa”*. También se repite en varias ocasiones el proyecto de Huellas en la Ciudad, y el descubrimiento de una percepción crítica *“dar otro enfoque a las cosas que ya sabemos”* y *“desarrollar la empatía”*. Aparecen nuevos aspectos como *“lo aprendido en las charlas y los trabajos de los compañeros”*, la figura de *“Ken Robinson”* o la experiencia de *“vivir momentos muy divertidos”*. La valoración de la asignatura también transgrede el aula ya que es señalada la actitud de *“crecer como persona”* y los visionados sobre la realidad *“como el de Kanamori”* (en realidad Toshiro Kanamori) recalca un alumno. Lo peor de la asignatura señala un estudiante es la impaciencia de sus compañeros, él incluido, ya que al parecer están *“acostumbrados a ver y hacer las cosas en dos minutos”* y recalca de manera negativa que *“algunos se aburren si no ven algún famoso o algo que les guste y la verdad eso me fastidia”*. Otro destaca que no se ha sentido libre a la hora de escribir: *“Me aparece un gran esfuerzo escribir sobre algo que no sientes”*. Se repite la dificultad de *“llevar la bitácora al día”* y la cantidad de trabajos a entregar. *“Las clases a las 9.00 de la mañana o cuando dábamos 4 horas el mismo día y el no aclarar bien los trabajos y sus fechas”* es otro comentario a reflejar. Un alumno reconoce el hecho de que *“quizás al principio no me quedaron claros los objetivos”*, un segundo traslada como lo peor de la asignatura un *“vídeo explicativo de los planos e imágenes”* ya que reconoce que *“si no tienes ningún conocimiento previo, se hace un poco aburrido”*, y algunos (en concreto tres) señalan *“nada”* en la respuesta o la dejan directamente vacía.

Para concluir con el grupo 1, a continuación se muestran las respuestas de los alumnos (once personas) que consideran haber asistido entre un 25% y un 50% al aula: Lo mejor de la asignatura es reflejado por un alumno como *“la lección que nos dieron en clase los Matterlart”* refiriéndose a Michèle Matterlart y Armand Matterlart, los cuales realizaron una pequeña estancia en la ciudad de Segovia debido al Honoris Causa que recibieron en el propio campus. Otro alumno (o alumna) declara como lo mejor impartido en la asignatura *“el planteamiento de la asignatura, lo veo muy positivo y lo destaco ya que el realizar trabajos durante el curso sin examen”* supone *“aprender más”*. El concepto de la Educomunicación aparece de manera positiva y de nuevo se ensalza el trabajo de Huellas en la Ciudad, el modo de aprendizaje, el

educador Ken Robinson y los trabajos creativos además de las ponencias. Lo peor de la asignatura también se repite en el hecho de haber realizado *“demasiados trabajos”*. Un estudiante indica *“la complejidad de algunos de sus contenidos”*, y otro la necesidad de asistir a clase con regularidad. Las clases teóricas o puntualmente la bitácora o las *“charlas”* son reflejadas de manera negativa.

Con respecto al grupo 2, son dieciocho alumnos los que revelan haber asistido al 100% de las clases. Las primeras aportaciones positivas comienzan así: *“Esta asignatura me ha aportado muchas cosas buenas. He aprendido a valorarme más como persona. Todas las actividades a las que estaban invitadas algunas personas me han parecido muy interesantes y me han ayudado a formar un pensamiento crítico”*. Otro/a subraya *“el habernos enseñado tanta cosas y habernos aportado tantas prácticas para hacernos pensar. Las mejores clases han sido en las que hemos podido reflexionar sobre temas como la violencia de género en la India”*. Un tercero escribe en mayúsculas *“LO QUE HEMOS APRENDIDO SOBRE EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN. LO CONSIDERO FUNAMENTAL TANTO PARA LOS ESTUDIOS COMO LA VIDA”*. El hecho de *“aprender el verdadero significado de educación”*, *“que no ha habido muchas clases teóricas y sí bastantes prácticas o visionados, que me han servido para mi vida y las cuales desconocía”*, *“la facilidad para aprobarla por ser tan llevadera”*, *“la variedad de contenidos”*, o las aportaciones del profesor como por ejemplo *“la reflexión de diferentes asuntos desde la educación hasta la justicia ciudadana y el desarrollo artístico sobre todo en el trabajo de Huellas en la Ciudad”* son comentarios de los propios alumnos/as. De igual manera señalan el trabajo en grupo, la metodología y la efectividad de realizar un dossier para el examen en vez del tradicional, la bitácora, *“describir diferentes técnicas que se puedan llevar a cabo en el sistema educativo”*, la realización de trabajos creativos y su proceso, la posibilidad no sólo de aprender sobre la materia sino *“mirar un poco dentro de nosotros”* o valorar *“a cada uno de nosotros”* son otras ideas destacadas. Con respecto a lo peor de la asignatura se señala en su mayoría el tiempo que conlleva realizar las actividades en casa o el seguimiento de la bitácora. Particularmente un alumno/a declara que no le ha gustado *“la parte de análisis de la imagen”* puesto que considera mucho más interesante la dinámica o *“la parte de Educomunicación”*. Otros indican que no ha habido nada que no le haya gustado o que han invertido mucho esfuerzo en ella. Asimismo trasladan la necesidad de establecer fechas prefijadas para la entrega de trabajos, tanto los diarios como los finales.

Otros dieciocho alumnos aseguran haber asistido a un 75 % al seguimiento de la asignatura. Los comentarios positivos son: *“Que es diferente a las demás y no solo se puntúa un examen final”*, *“la oportunidad del desarrollo artístico y de investigar y darme cuenta de mi existencia en el conocimiento de la educación”*, *“intentar mejorar la educación por parte del profesor (hacerla más didáctica”*, *“el trabajo de Huellas y las preguntas del examen me han parecido interesantes”*, *“aprender la importancia de la Educomunicación y sentirme motivada a la hora de asistir a las clases y realizar trabajos grupales.”* Además de *“la opción de poder ser creativos”*, *“el poder asistir a las conferencias preparadas en las cuales tratábamos temas que tienen que ver en nuestro día a día, saliendo de cierto modo de la dinámica de la clase”*, *“todo lo que hemos compartido en grupo”*, *“las oportunidades de conocer a gente muy interesante que nos han aportado conocimientos y las oportunidades que nos han dado de ser creativos”*. De igual modo, se repite en varias ocasiones el trabajo de Huellas en la Ciudad, la atención personalizada del profesor, el sistema de evaluación *“más práctico”* y *“las clases en las que se hablaba y debatía sobre temas relevantes y que están encauzados con el temario”*. Los aportaciones antagónicas serían *“la constancia de ir a clase y el trabajo día a día”*,

puntualmente la bitácora o el análisis de la imagen, “*compaginar los trabajos y las actividades diarias con otras asignaturas*”, o que la asignatura “*requiere mucha dedicación debido a la cantidad de prácticas*”. Repetidamente, se transmite cierto agobio por la abundancia de trabajos y en alguna ocasión, no ha gustado las preguntas del examen. Además restan importancia a algunas clases plenamente teóricas. Los visionados repetitivos o la antigüedad de los apuntes del lenguaje cinematográfico es otro aspecto criticado.

Por último, del grupo 2 son seis los que se auto-agrupan entre una asistencia del 25% y el 50%. Positivamente se refleja el aprendizaje para la vida, su libertad, su capacidad para obtener un “*punto de vista diferente*” a través de “*buenas intenciones*” y “*buenas iniciativas*”, realizar el trabajo de huellas o aprender sobre vídeo e imagen, el trabajo creativo, o el proyecto de Huellas en la Ciudad. Negativamente se percibe la gran implicación que se debe volcar en la asignatura, la confusión por las fechas de entrega o el trabajo de la bitácora.

3.4 Metodología Cuantitativa.

La metodología cuantitativa según explica el Instituto virtual Cervantes, es la utilizada tradicionalmente en las ciencias empíricas. Debe su origen a la corriente filosófica del positivismo y trata de demostrar mediante una estadística, la causa y efecto del estudio planteado. Por tanto, se trata de un procedimiento matemático y estadístico. En este caso se medirá el grado de satisfacción de los diferentes elementos que confluyen en la asignatura <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>>. La técnica empleada es la resolución de un cuestionario anónimo en el que 8 de 10 preguntas son medibles por medio de una recogida de datos y ofrece como resultado una estratificación en forma de gráficos.

3.3.1 El cuestionario y su resolución mediante gráficos.

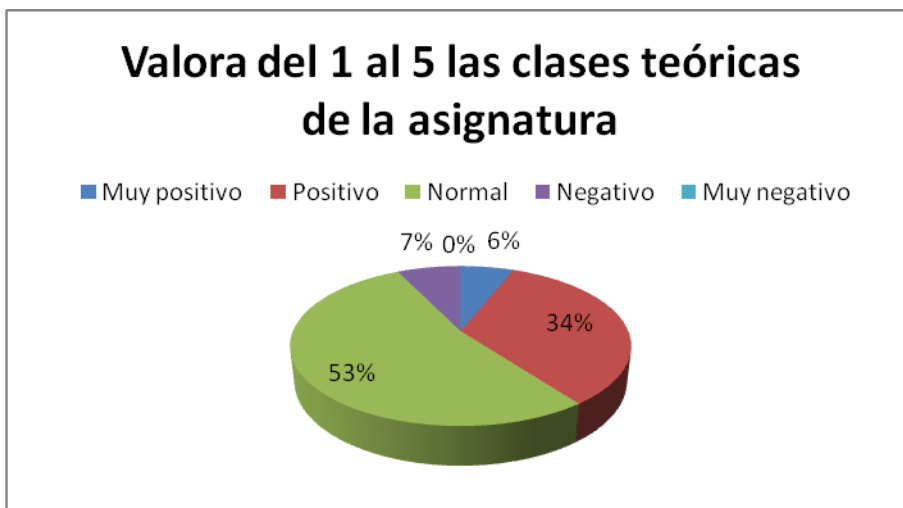
La muestra recoge las valoraciones de 83 alumnos, como indicaba en el epígrafe anterior, el cuestionario constaba de diez preguntas, dos libres y ocho cerradas. Estas últimas se valoraron del 1 al 5 en función del grado de satisfacción del alumno, es decir, se utiliza una técnica basada en el carácter afectivo. Se pregunta al encuestado si le gusta o no le gusta los distintos aspectos desarrollados en la asignatura a través de una escala. Así, un 5 significa muy positivo y un 1 significa muy negativo. Los cuestionarios fueron repartidos en la última clase de la asignatura de <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>> del grado de Publicidad y RRPP en el Campus María Zambrano. Se recomienda antes de su observación: *Ver modelo de cuestionario en Anexo 4*. El resultado de los gráficos ejemplifica las opiniones o valoraciones, ordenados numéricamente en función de su resolución, de la 1 a la 10, a excepción de la número 7 y 8, preguntas ya resueltas en el apartado cualitativo.

En la pregunta nº 1 encontramos el siguiente enunciado “Valora del 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) cada uno de estos contenidos de la asignatura: A) Clases teóricas. B) Selección de visionados. C) Bitácora. D) Práctica creativa. E) Invitados a las clases. Los gráficos 3.1, 3.2, 3.3, 3.4 y 3.5 corresponden a dicha pregunta.

Las clases teóricas, si ordenamos el resultado del gráfico expuesto de mayor a menor en función de su porcentaje, encontramos que un 53% considera Normal las clases teóricas. Un 34% las considera positivas. Un 7% las señala como negativas. Un 6% manifiesta que son muy positivas y un 0% muy negativas. Así se visualiza en el siguiente gráfico:

Este dato puede tener cierta coherencia en que a principio de curso el profesor subraya que el protagonismo va a ser de los estudiantes y de sus actividades prácticas y que por lo tanto la teoría va a tener un papel más limitado que en otras asignaturas.

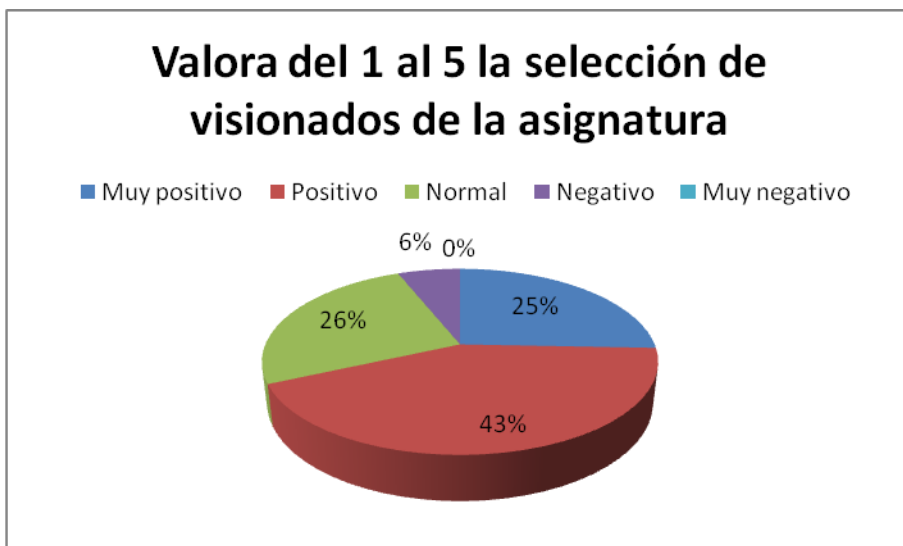
3.1 GRÁFICO: Valoración de las clases teóricas de la asignatura.



Fuente: Elaboración propia.

La selección de visionados, muestra que un 43% los percibe como positivos, un 26% como normales, un 25% como muy positivos, un 6% como negativos y un 0% como muy negativos:

3.2 GRÁFICO: Valoración de la selección de visionados de la asignatura.



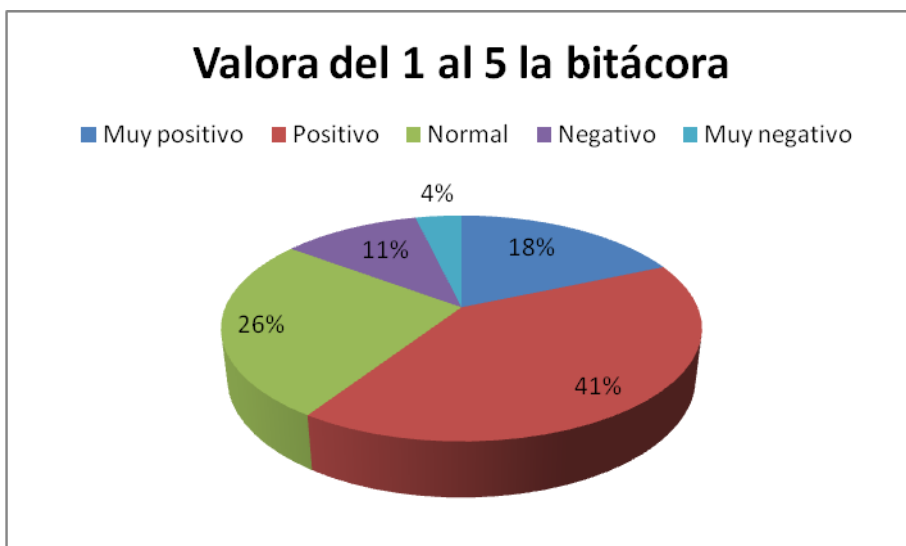
Fuente: Elaboración propia.

Cada año se mantienen unos visionados que funcionan bien de un curso para otro como ilustración de contenidos fundamentales. Por ejemplo es significativo que el vídeo de Ken Robinson explicando la obsolescencia del modelo educativo, de la experiencia japonesa de modelo procesual, liderada por el profesor Toshiro Kanamori o los minutos iniciales de la

película UP, sigan siendo proyecciones que funcionan muy bien como elementos motivadores. Otras imágenes con más años de antigüedad son penalizadas por la valoración de los estudiantes.

La Bitácora, es percibida en un 41% de los alumnos como positiva, un 26% como normal, un 18% como muy positiva, un 11% como negativa y un 4% como muy negativa:

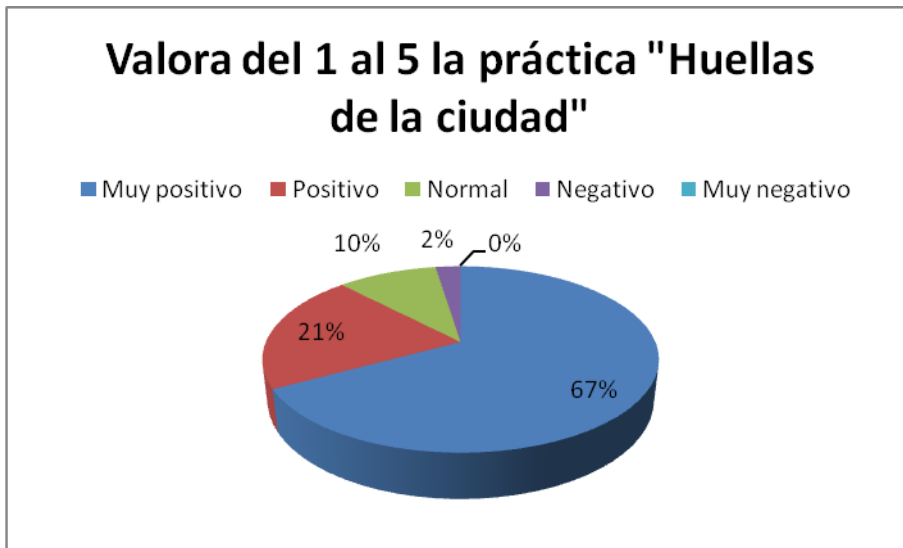
3.3 GRÁFICO: Valoración de la Bitácora.



Fuente: Elaboración propia.

Es muy interesante que la bitácora a pesar de ser uno de los pocos items que cuenta con un 4% de valoraciones muy negativas y un 11% de negativas, mantenga un porcentaje superior de valoraciones muy positivas, 18% y un 41% de valoraciones positivas. Lo que lo convierte en un instrumento valorado como significativamente positivo por casi el 60% de los encuestados. Es muy significativo que buena parte de las críticas en la pregunta abierta hayan sido realizadas a la cantidad de actividades encargadas durante el curso y que sin embargo la bitácora solo cuente con un 15% de valoraciones negativas y que algunos alumnos hayan sido capaces de mostrar su creatividad en esta actividad llegando a realizar 39 entradas en un caso excepcional y una media en torno a las 20 entradas diferentes a lo largo de todo el curso.

3.4 GRÁFICO: Valoración del trabajo final "Huellas en la Ciudad".

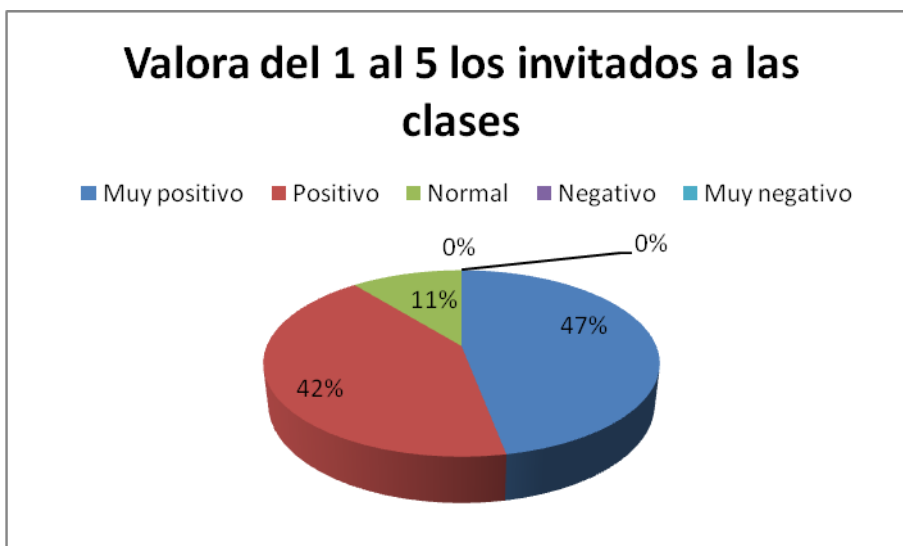


Fuente: Elaboración propia.

El trabajo final de "Huellas en la ciudad" recoge un 67% como muy positivo, un 21% como positivo, un 10% lo denomina como normal, un 2% como negativo y un 0% como muy negativo.

No es casual que los alumnos se muestren tan favorables a la posibilidad de crear en primer curso un trabajo creativo con un gran porcentaje de autonomía creativa. Sólo un 2% lo valora como negativo y el 88% lo valora como positivo o muy positivo.

3.5 GRÁFICO: Valoración de los invitados a las clases.

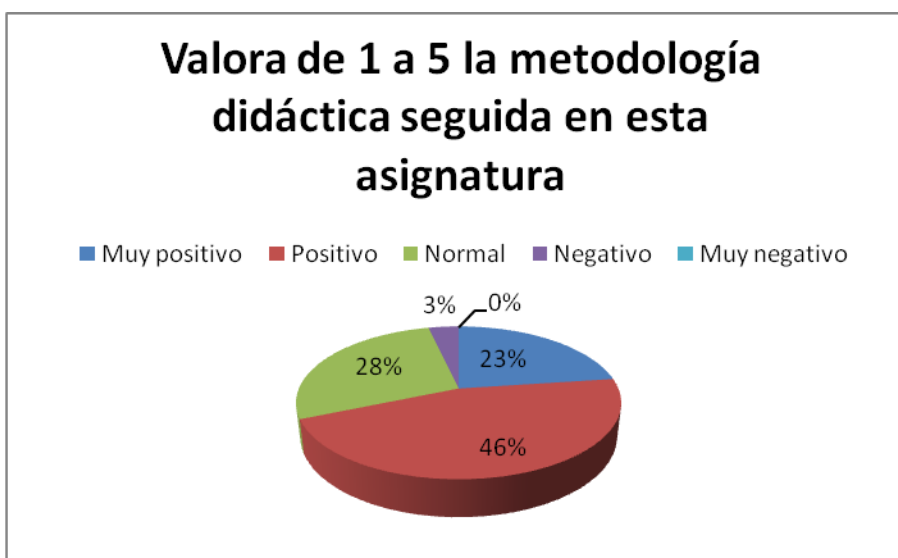


Fuente: Elaboración propia.

Los invitados a clase, es decir, las ponencias o charlas realizadas en el aula ejemplifican como muy positivo a un 47% de los alumnos, un 42% afirma que es positivo, un 11% como normal y un 0% como negativo o muy negativo.

El hecho de que el 89% valore la presencia de invitados a clase como un hecho muy positivo o positivo explica una de las razones que permite justificar este tipo de formato. Además en el curso actual se introdujo la novedad de invitar a los doctores honoris causa, Armand y Michèle Mattelart a que departieran con los estudiantes un día antes de la ceremonia de graduación y esto sirvió de motivación para que estos mismos alumnos pudieran seguir con interés la ceremonia solemne. Previamente habían tenido la oportunidad de leerse algunas de las obras de estos grandes pensadores de la comunicación.

3.6 GRÁFICO: Valoración de la metodología didáctica de la asignatura.

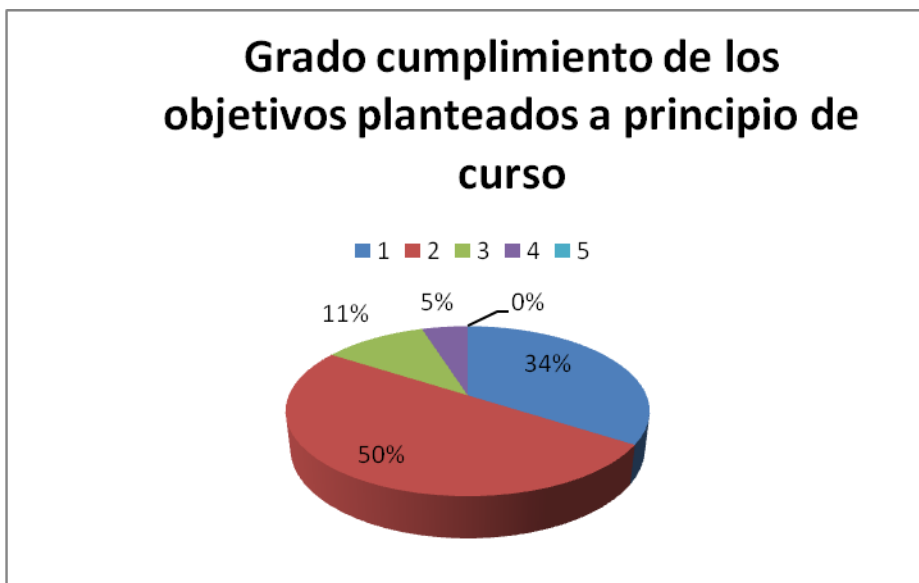


Fuente: Elaboración propia.

En la pregunta nº 2 encontramos el siguiente enunciado “Valora de 1 a 5 la metodología didáctica seguida en esta asignatura”.

El que el 69% valoren como positivo o muy positivo la metodología didáctica aplicada parece resultar coherente en relación a los objetivos didácticos de la misma. La pregunta es si el mucho trabajo realizado a lo largo del curso entra en conflicto con la coherencia metodológica. En este caso sólo el 3% de los entrevistados consideran negativa la metodología seguida y el 28% la considera normal.

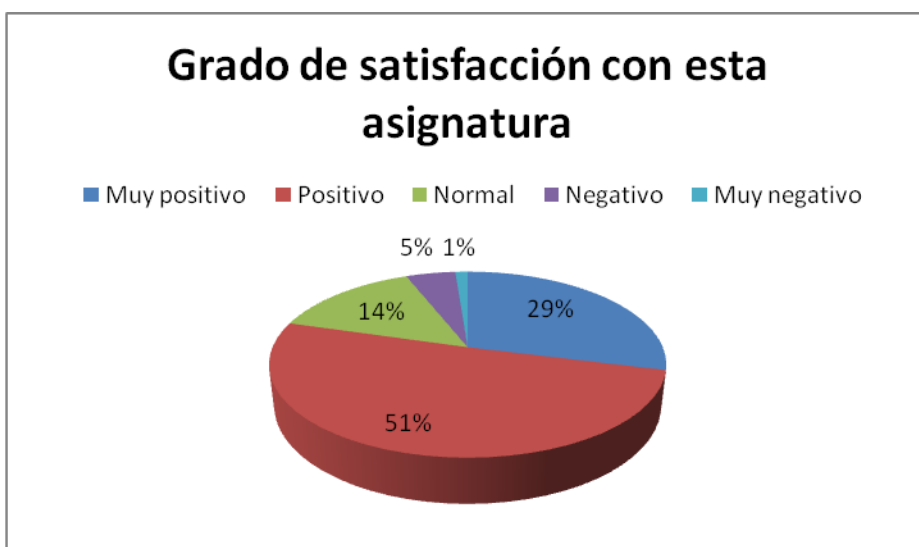
3.7 GRÁFICO: Valoración del grado de cumplimiento de los objetivos planteados a principio de curso.



Fuente: Elaboración propia.

La pregunta nº 3 “Valora de 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) el grado de cumplimiento de los objetivos planteados a principio de curso. El que el 84% valore como positivo o muy positivo el grado de cumplimiento de los objetivos marcados parece que puede contrastar con que algunos de los sujetos entrevistados en el grupo de discusión expresaran dudas en relación a la falta de información recibida a principio de curso. Un 5% de los encuestados valora negativamente el grado de cumplimiento de los objetivos explicados a comienzo de curso y otro 11% valora como normal este grado de cumplimiento.

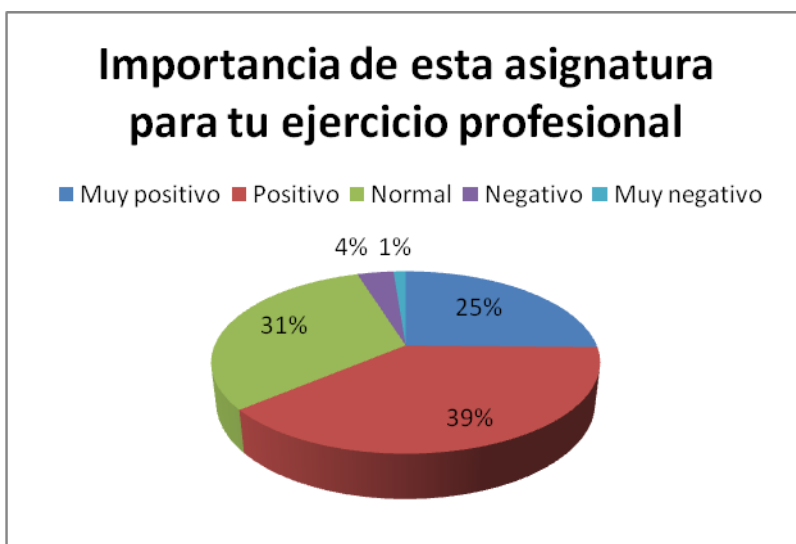
3.8 GRÁFICO: Valoración del grado de satisfacción con la asignatura.



Fuente: Elaboración propia.

La pregunta nº 4 expone “Valora de 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) tu grado de satisfacción con la asignatura. Un 80% de los entrevistados manifiesta un grado de satisfacción alto o muy alto tras su paso por la asignatura un 14% normal y un 6% tiene una visión negativa o muy negativa..

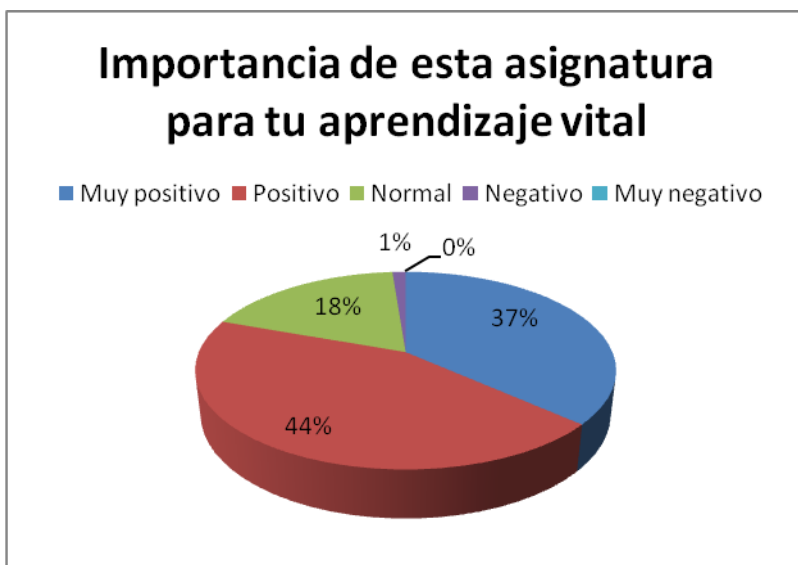
3. 9. GRÁFICO: Valoración de la importancia de esta asignatura para tu ejercicio profesional.



Fuente: Elaboración propia.

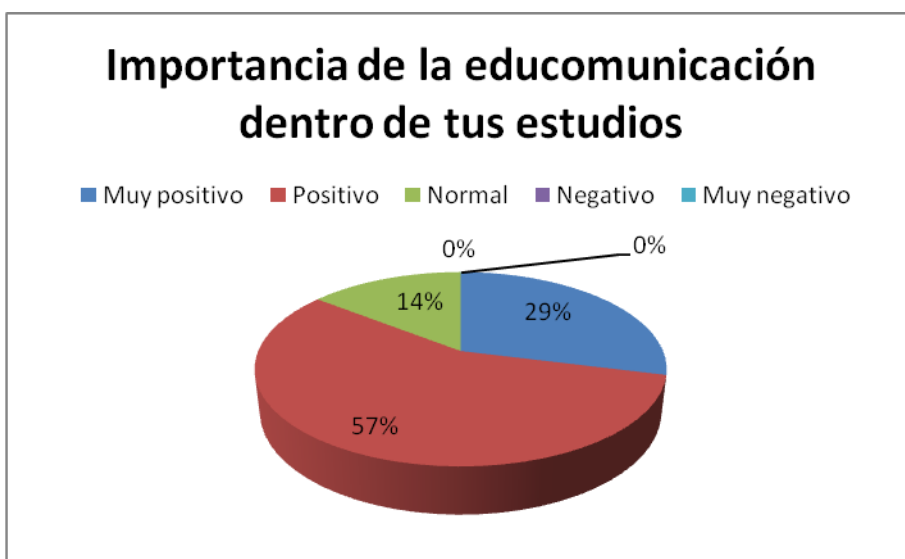
La pregunta nº 5 se presenta así a los alumnos “Valora de 1 a 5 la importancia de esta asignatura en tu ejercicio profesional. El que una asignatura no incorporada a ningún otro plan de estudios de Publicidad y Relaciones Públicas en el conjunto de la Universidad española sea valorada en un 64% como positiva o muy positiva de cara al futuro ejercicio profesional de los futuros estudiantes parece una garantía que justifica su presencia como asignatura Básica en el Plan de Estudios. El 5% hace una valoración negativa o muy negativa de cara a su trabajo profesional y un 31% la valora como normal en este apartado.

3.10 GRÁFICO: Valoración de la importancia de esta asignatura para tu aprendizaje vital.



La pregunta nº 6 formula a los estudiantes “Valora de 1 a 5 la importancia de esta asignatura para tu aprendizaje vital”. En este caso el porcentaje de valoración positiva sube hasta un 81% lo que subraya el hecho de que los alumnos hayan entendido el valor de la asignatura ya que sólo el 1% valora su presencia de forma negativa y el 18% como normal.

3.11 GRÁFICO: Valoración de la importancia de la Educomunicación dentro de los estudios del alumno.

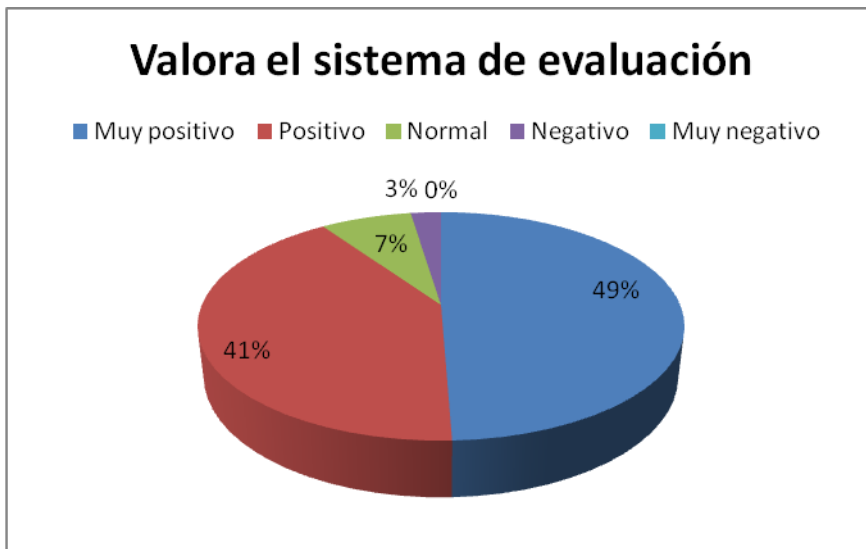


Fuente: Elaboración propia.

La pregunta nº 9 expone “Qué importancia le das a la Educomunicación dentro de tus estudios”

El 86% la valora como positiva o muy positiva, y el 14% como normal, no dándose ninguna opinión negativa.

3.12 GRÁFICO: Valoración del sistema de evaluación.



Fuente: Elaboración propia.

La pregunta nº 10 comunica al alumno que valore "el sistema de evaluación".

El que el 90% valore el sistema de evaluación como Muy positivo o positivo indica que a pesar de las críticas realizadas por algunos de los sujetos presentes en el grupo de discusión al exceso de trabajos, el reconocimiento al esfuerzo realizado con un modelo de evaluación que se pretende coherente y proporcional al esfuerzo ha podido ser reconocido por los estudiantes.

TERCERA PARTE: LA PENÚLTIMA REFLEXIÓN.

CAPÍTULO 4 Resolución final.



Fuente:<http://i.blogs.es/>

CAPÍTULO 4

4.1 Conclusiones finales:

PRIMERO- Los alumnos puntúan positivamente las dinámicas en el aula relacionadas con fomentar la creatividad, la libertad y el pensamiento crítico. Promover este último elemento supone para ellos un valor añadido en la vida personal y profesional. Los valores de mayor importancia para los estudiantes en la vida personal son: La motivación (reconocimiento, apoyo, seguridad), la confianza (en uno mismo), la expresión emocional (identidad), la tolerancia (hacia las ideas de los demás), la empatía. Los valores de mayor importancia en la vida profesional son: El trabajo en grupo, reflejar los principios éticos-morales en la tarea a desempeñar, hablar en público, disfrutar con las prácticas elaboradas, promover la capacidad de liderazgo.

SEGUNDO- Los atributos valorados favorablemente en la figura del maestro son: Realizar un sistema educativo alternativo al actual, promover la participación en clase por medio de debates, fomentar la reflexión sobre el temario y los trabajos realizados, guiar al alumno en su conocimiento intrínseco personal, romper las barreras preestablecidas en el sistema educativo tradicional, potenciar una comunicación transversal (e informal) en la que prime la retroalimentación, dar prioridad a un tipo de educación individualizada y personalizada, establecer unos objetivos y unas fechas de entrega de las prácticas al comienzo de la asignatura, construir un compromiso entre profesor y alumno, aumentar el sentimiento de pertenencia en el aula, vincular los temas sociales con la teoría impartida, impulsar la cooperación entre los estudiantes, utilizar dispositivos atractivos relacionados con las TIC, evaluar el seguimiento de la asignatura, cimentar una escucha activa, fortalecer las inteligencias múltiples del estudiante, preguntar la opinión del estudiante, presentar y explicar las clases con pasión.

TERCERO- Los estudiantes consideran necesario “educar a través de la comunicación” y los diferentes medios de comunicación. Estructurar una masa crítica en la ciudadanía es una capacidad básica que debe aprenderse desde los primeros años de formación. Los principios éticos de igualdad, solidaridad, justicia y libertad deben estar ligados con lo anterior.

CUARTO- Los alumnos perciben a nivel general como aspectos negativos en el perfil del profesor el trato formal y colectivizado, la falta de interés por el temario impartido, la falta de organización en el trabajo encomendado y la abundancia del mismo... Dichos aspectos son señalados dentro del sistema educativo tradicional y antagónico al impartido en la asignatura cursada.

QUINTO- La Educomunicación es considerada no sólo como un pilar básico en el grado de publicidad, sino también en la formación general de la persona.

SEXTO- Las nuevas formas docentes deben iniciar un nuevo camino, el de la Educomunicación, la retroalimentación, lo transversal, teniendo en cuenta la expresión emocional del individuo, sus diferentes personalidades y capacidades, instando a la reflexión continua y continuada.

5. Bibliografía y Webgrafía.

AIRE COMUNICACION (2012). “Educomunicación” En Asociación de Educomunicadores. Recuperado de: <http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html> [Consultado en 7/05/2016]

ALVAREZ IRRARETA, A. (2010). “Las nuevas lecturas juveniles y retos educativos” En Instituto de Juventud (INJUVE). Recuperado de: <http://www.injuve.es/sites/default/files/RJ88-11.pdf> [Consultado 05/05/2016]

APARICI, R. (2003). “Comunicación Educativa en la Sociedad de la información” Extraído de “La reinención de la educación”. En Rebelión. Recuperado de: <http://www.rebellion.org/noticia.php?id=2320> [Consultado 03/05/2016]

APARICI, R. (2010). “Educomunicación: más allá del 2.0.” Barcelona, España. Gedisa.

APARICI, R. OLIVEIRA, S. OROZCO, G. PRIETO, D. (2012). “Educomunicación 2.0” En UNED entrevistas. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=JD8Di8qyv6g> [Consultado 27/03/2016]

APARICI, R. (2015). “Educomunicación. De la imprenta escolar al aula 3.0” En UNED, TVE-2. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=XBAB7mvCj-w> [Consulta 21/04/2016]

APARICI, R. GARCIA MATILLA, A. (2016). “¿Qué ha ocurrido con la educación en comunicación en los últimos 35 años? Pensar el futuro “. En Revista Comunicar.

AYUNTAMIENTO DE SORIA Y CONCEJALÍA DE JUVENTUD. (2015). *Presentación.* En I Congreso de Educomunicación. Recuperado de: <http://congresoeducomunicacion.soria.es/> [Consultado en 12/04/2016]

BARBAS COSLADO, A. (2012). “Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado” En Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED) Recuperado de: http://www.airecomun.com/sites/all/files/materiales/educomunicacion_angel-barbas.pdf [Consultado en 21/04/2016]

BARRENQUERO CARRETERO, A. ROSIQUE CEDILLO, G. (2016). “La formación en comunicación/educación para el cambio social en la universidad española. Rutas para un diálogo interdisciplinar” En Cuadernos.Info de la Facultad de Comunicaciones Pontificia Universidad de Chile. Recuperado de: <file:///C:/Users/Ana%20Carolina/Downloads/656-1853-1-PB.pdf> [Consultado en 21/04/2016]

BUITRAGO, A. NAVARRO, E. GARCIA MATILLA , A. (2015). “La educación mediática y los profesionales de la comunicación”. Barcelona, España: Gedisa.

BUITRAGO, A. FERRES, J. GARCIA MATILLA, A. (2015). “La educación en competencia mediática en el currículo de los periodistas” En Universidad de Valladolid y Universitat Pompeu Fabra, de Barcelona. Disponible en:

<http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/170/162>

[Consultado 19/05/2016]

CASTELLS, M. (2001). “Informacionalismo y la sociedad red” Disponible en:

<http://users.dcc.uchile.cl/~cguatierr/cursos/INV/castells.pdf> [Consultado 24/04/2016]

CASTELLS, M (2002): “La galaxia internet”. Editorial de bolsillo.

CASTELLS, M. (2006). “La sociedad red: Una visión global”. Madrid, España:

Alianza Editorial.

CAPRA, F. (2003). “Las conexiones ocultas”. Barcelona, España: Anagrama.

CARO ALMELA, A. (1993). “La publicidad de la significación. Marco, concepto y taxonomía”. Tesis doctoral. En Universidad Complutense de Madrid (UCM). Disponible en:

<http://biblioteca.ucm.es/tesis/19911996/S/3/S3006801.pdf> [Consultado 09/05/2016]

CARO, A. (2010). “Comprender la publicidad” Barcelona, Ara Libres.

CASSANY, D. (2006). “Tras las líneas. Sobre la lectura contemporánea.” Barcelona:

Anagrama.

CENTRO VIRTUAL CERVANTES (2016). “Metodología cualitativa” Disponible en:

http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacualitativa.htm [Consultado 10/06/2016]

CENTRO VIRTUAL CERVANTES (2016). “Metodología cuantitativa” Disponible en:

http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/diccio_ele/diccionario/metodologiacuantitativa.htm [Consultado 15/06/2016]

DEL VALLE, E. (2011). “¿Qué es Pecha Kucha? El método infalible para presentaciones eficaces” En Blog Social Media y contenidos. Recuperado de:

<http://www.socialmediaycontenidos.com/que-es-pecha-kucha-el-metodo-infalible-para-presentaciones-eficaces> [Consultado 07/05/2016]

FERRES I PRATS, J. GARCÍA MATILLA, A. AGUADED GÓMEZ, JI. FERNANDEZ CAVIA, J. FIGUERAS MAGDA BLANES, M. (2011). “Competencia Mediática. Investigación sobre el grado de competencia de la ciudadanía en España” Gobierno de España, Ministerio de Educación y Ciencias (CNICE), Centro de Publicaciones, Secretaría General Técnica.

FREIRE, P. (2005). “Pedagogía del oprimido” Disponible en:

<http://www.servicioskoinonia.org/biblioteca/general/FreirePedagogiadeloOprimido.pdf>

[Consultado en 11/07/2016]

GARCIA MATILLA, A. NAVARRO, E. (2012). “Educación, Comunicación y Sociedad en el Contexto Digital” Cursada en 2012, primer curso del grado. Evaluador: García Matilla, A. Campus María Zambrano, Segovia, España. Resumen de los apuntes disponible en:

<http://www.educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%204/Eva%20Navarro%20Mart%C3%ADnez%20-%20Agust%C3%ADn%20Garc%C3%ADa%20Matilla.pdf> [Consultado en

12/04/2016]

GARCIA MATILLA, A. NAVARRO, E. (2016). “Programa de la asignatura Comunicación, educación y sociedad en el Contexto Digital” Curso 2015/2016, primer grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Campus María Zambrano, Segovia, España. Disponible en: <http://campusvirtual2015.uva.es/course/search.php?search=ciencias&perpage=all> [Consultado en 25/04/2016]

GARCÍA MATILLA, A. (2003). “Una televisión para la educación. La utopía posible”. Barcelona. Gedisa.

GARCÍA MATILLA, A. (2016). “La educación mediática desde la Educomunicación” Pág 61-72. En Revista de Educomunicación. Disponible en: <https://drive.google.com/file/d/0B5cpPhTbROe7U0lDMnNnRVhITnM/view> [Consultado 29/04/2016]

HERNANDO CALVO, A. (2016). “Viaje a la escuela del siglo XXI. Así trabajan los colegios más innovadores del mundo” En Fundación Telefónica. Recuperado de: http://www.fundaciontelefonica.com/arte_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/476/ [Consultado en 7/05/2016]

HERALDO DE SORIA. (2015). “El Congreso de Educomunicación reúne en Soria a expertos nacionales e internacionales” Recuperado de: http://www.heraldodesoria.es/noticias/soria/soria_capital/2015/10/30/soria_congregara_expertos_nacionales_internacionales_educomunicacion_600099_1521035.html [Consultado en 12/04/2016]

HIMANEN, P. (2001). “La ética del hacker y el espíritu de la era de la información”. En los apuntes de la asignatura “Redes Sociales de la Comunicación”. Cursada en 2016, cuarto curso del grado. Evaluador: Martín, P. Campus María Zambrano, Segovia, España. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/12851/1/pekka.pdf> [Consultado en 24/04/2016]

JIMENEZ MARIN, G. PEREZ CUIEL, C. ELIAS ZAMBRANO, R. (2014). “Del valor educativo de los medios de comunicación: una aproximación al caso audiovisual” En Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación, n.25, año 2014, segundo trimestre (verano). Recuperado de: <http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html> [Consultado en 7/04/2016]

KANT, I. (2004). “Tratado de Pedagogía” En revista *Educación Hoy* N° 159. Bogotá.

KUHN. T. (1962). “La estructura de las revoluciones científicas” Recuperado de: http://www.conductitlan.net/libros_y_lecturas_basicas_gratuitos/t_s_kuhn_la_estructura_de_las_revoluciones_cientificas.pdf [Consultado en 22/04/2016]

KAPLUN, M. (1998). “Una pedagogía de la comunicación” Madrid, España. Ediciones de la Torre. Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/6881539/Mario-Kaplun-Una-Pedagogia-de-la-comunicacion> [Consultado en 7/04/2016]

LABRADA, M.A (1986). “La anticipación kantiana de la Postmodernidad” Recuperado de: <http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/2250/1/05.%20M.a%20ANTONIA%20LABRADA,%20La%20anticipaci%C3%B3n%20kantiana%20de%20la%20postmodernidad.pdf> [Consultado en 06/05/2015]

MARTIN, X. (1992). “El role-playing, una técnica para facilitar la empatía y la perspectiva social” Pág 63-67. Recuperado de: <file:///C:/Users/Ana%20Carolina/Downloads/Dialnet-ElRoleplayingUnaTecnicaParaFacilitarLaEmpatiaYLaPe-126264.pdf> [Consultado 03/05/2016]

MARI SAEZ, VM. (2006). “Jóvenes, tecnologías y el lenguaje de los vínculos” En Repositorio Institucional de la Universidad de Huelva. Recuperado de: <http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/1302/b1528055x.pdf?sequence=1> [Consultado 05/05/2016]

MARTINEZ RODRIGO, S. CRITOFOL RODRIGUEZ, C. VICTORIA MAS, JS, ORTEGA CARRILLO, JA. (2011). “Publicidad, educación y nuevas tecnologías” Informe nº12. En Gobierno de España, Ministerio de Educación y Ciencias (CNICE). Recuperado de: <http://ares.cnice.mec.es/informes/12/contenido/indice.htm> [Consultado 09/05/2016]

MASTERMAN, L (1993). “La enseñanza de los medios de comunicación” Madrid: Ediciones de La Torre.

MOOC.ES (2016). “Qué es un mooc? Los mooc: Origen y actualidad” Recuperado de: <http://mooc.es/que-es-un-mooc/> [Consultado 07/05/2016]

MONTEL CARDENAS, C. (2012). “La Educomunicación: Una estrategia pedagógica de ciudadanía crítica” En Gestiópolis. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/educomunicacion-estrategia-pedagogica-ciudadania-critica/> [Consultado en 22/04/2016]

MORIN, E. (2001). “Los siete saberes necesarios para la educación del futuro”. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf> [Consultado en 22/04/2016]

OLIVEIRA SOARES, I. (2009). “Caminos de la educomunicación: utopías, confrontaciones, reconocimientos” En Universidad Central de Colombia. Recuperado de: https://www.ucentral.edu.co/images/editorial/nomadas/docs/nomadas_30_14_d_caminos_de_la_educomunicacion.pdf [Consultado 22/04/2016]

PARRA ALVARRACIN, G. (2000). “Bases epistemológicas de La Educomunicación; Definiciones y perspectivas de desarrollo”. En UPS Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Quito, Ecuador. ABYA-YALA. Disponible en: <https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/10599/Bases%20epistem%C3%B3logicas%20de%20la%20educomunicaci%C3%B3n.pdf?sequence=1> [Consultado en 21/04/2016]

PERICACHO GÓMEZ, F. (2012). “Pasado y presente de la renovación pedagógica en España (de finales del Siglo XIX a nuestros días). Un recorrido a través de escuelas emblemáticas” En revista de la Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <https://revistas.ucm.es/index.php/RCED/article/viewFile/43309/41007> [Consultado 28/04/2016]

PORRAS MARTINEZ, JL. (2003). “De Internet, la sociedad red y la política”. En Polis, Revista Latinoamericana. Recuperado de: <https://polis.revues.org/7170> [Consultado 07/05/2016]

PRAY, D. (2009). “Art & Copy” Documental. Recupeardo de: <http://www.youtube.com/watch?v=hi9bLJKQJts> [Consultado 06/05/2016]

PROVERBIA. (2015). Directorio temático y buscador de frases y citas célebres, proverbios y refranes, por autor y tema. En Noves Idees per a la Xarxa, S.L. Recuperado de: <http://www.proverbia.net/> [Consultado en 12/04/2016]

ROBINSON, K. ARONICA, L. (2011). “El Elemento”. En Conecta. Disponible en: <http://craig.com.ar/biblioteca/El%20elemento%20-%20Descubrir%20tu%20pasi%20F3n%20lo%20cambia%20todo%20-%20Ken%20Robinson.pdf> [Consultado en 07/05/2016]

ROBINSON, K. PUNSET, E. (2011). “Los secretos de la creatividad”. En Redes, documental nº 89. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=TOHaSdZfwP4> [Consultado 05/06/2016]

RODRIGUEZ CANFRAN, P. (2013). “Seis visiones de la pedagogía en el Siglo XX”. En Blogthinkbig.com, Telefónica. Recuperado de: <http://blogthinkbig.com/seis-visiones-de-la-pedagogia-en-el-siglo-xxi/> [Consultado en 26/04/2016]

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, RAE (2016). “Educación”. Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=EO5CDdh> [Consultado en 21/04/2016]

<<Comunicación>> Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=A58xn3c> [Consultado en 21/04/2016]

<<Sociedad>> Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=YCB6UHV> [Consultado en 21/04/2016]

<<Publicidad>> Recuperado de: <http://dle.rae.es/?id=UYYYKIUK> [Consultado en 09/05/2016]

REVISTA DE EDUCOMUNICACIÓN (2016). Número 1, Soria. Disponible en: https://drive.google.com/file/d/0B5cpPhTbROe7U0IDMnNnRVhITnM/view?usp=drive_web [Consultado 29/04/2016]

SANTIAGO CAMPIÓN, R. NAVARIDAS NALDA, F. (2012). “La web 2.0 en escena”. En Pixel-Bit Revista de medios y educación, nº41, pp 19-30. Disponible en: <http://acdc.sav.us.es/pixelbit/images/stories/p41/02.pdf> [Consultado 11/05/2016]

SANTIAGO CAMPIÓN, R. DÍEZ, A (2014). “¿Conoces las diferencias entre la WEB 1.0, 2.0 y 3.0?”. En The Flipped Classroom. Recuperado de: <http://www.theflippedclassroom.es/conoces-las-diferencias-entre-la-web-1-0-2-0-y-3-0/> [Consultado 11/05/2016]

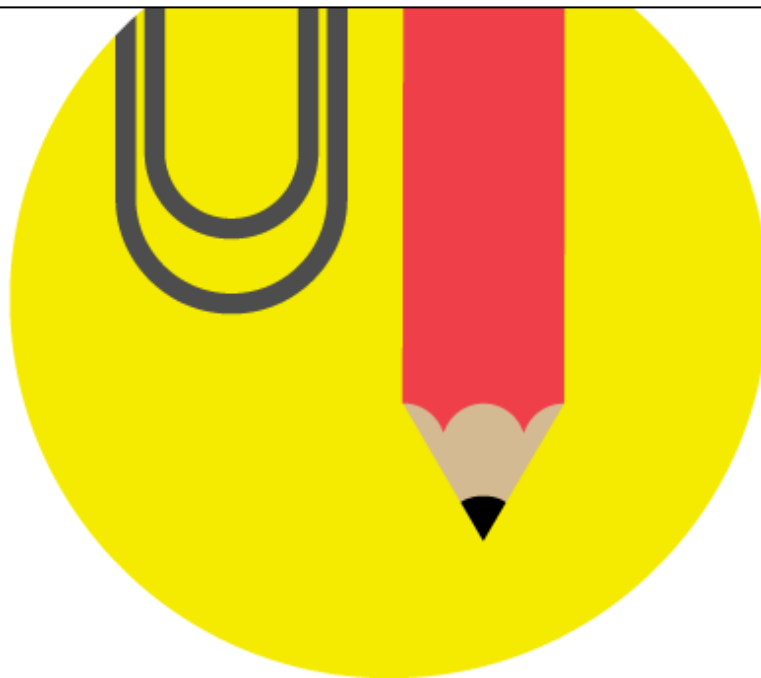
TORRES MENARGUEZ, A. (2016). “Universidades disruptivas, así se enseña fuera de lo convencional”. En el periódico EL PAIS. Recuperado de: http://economia.elpais.com/economia/2016/04/15/actualidad/1460734714_976766.html?id_exte_mno_rsoc=FB_CC [Consultado 19/04/2016]

TRAMULLAS, J. (2007). “Bibliotecas digitales”. En Dpto. de Ciencias de la Documentación, Universidad de Zaragoza, España. Recuperado de: http://www.magrama.gob.es/es/ceneam/grupos-de-trabajo-y-seminarios/centros-de-documentacion-ambiental-y-espacios-naturales-prottegidos/tramullas_tcm7-13266.pdf [Consultado en: 26/04/2016]

UNED (2007). “Declaración de UNESCO en Grunwald, Alemania”. En Revista Comunicar, 28. (Pág-122) Recuperado de: <file:///C:/Users/Ana%20Carolina/Downloads/Comunicar-28--122-142.pdf> [Consultado en 25/04/2016]

UNESCO, (2010). “Informe Mundial sobre las Ciencias Sociales 2010”. En Portal oficial. Recuperado de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001883/188395s.pdf> [Consultado en 21/04/2016]

ANEXOS



Fuente: <http://rankings.americaeconomia.com/>

6. Anexos.

ANEXO 1

Mi propio manifiesto sobre la publicidad: Corto pero *Nespresso*.

El ánimo de mis dudas, viene dado por aquella sociedad líquida de la que ni tan si quiera creo entender, cuál de todos los destinos divinos, viene a defender. No sé si algún hombre, ya fuera *femme fatale* o varón, sabrá responderme:

¿Qué es la publicidad? ¿Qué abarca?
¿Es tangible o intangible? ¿Nos influye o nos engaña?
¿Nos gusta o nos desagrada?

Quién sabe... Tal vez la publicidad sea ese hechizo maléfico que nos obliga a comprar, negando nuestro poder de decisión, e inflando a su vez el bolsillo de algún empresario maquiavélico como el del Tío Gilito. Sí, es posible que sea eso. Al fin y al cabo, cuando la aglomeración irreflexiva piensa en publicidad -cuando lo hacen, lo simplifican en el término pseudocientífico publicidad subliminal- es lo que trata de dibujar en su imaginación ¿no?

Podría dotarme de ternura y decir que la publicidad es un arte. Pero la verdad, es que dicha afirmación no es cierta:

“El arte, es una finalidad en sí misma” Mientras... *“La publicidad, es el medio para un fin”*

Un instrumento.

Una alcahueta.

Una bala que busca estratégicamente su mejor discurso.

Pero ¿qué es?, verdaderamente ¿qué es ese sonido que irrumpe en mi hogar, en mi vagón de tren, en mi salvapantallas? ¡Decidme qué es!

“La publicidad es un gas tóxico”. Esa que *“debe hacerte trizas, atragantarte, dar escalofríos y quizás, que te desmayes al verla”*. Me dijo una vez Art&Copy.

Un impulso. Una emoción. Una idea plasmada en un mensaje.

Y qué mensajes.

Siendo más, o menos pasionales... he aquí dos primeras ideas de mi humilde pensamiento: La publicidad es emoción sostenida. Esa que tardó en llegar... y llegó. Pero también es historia. Y no por mostrar un código de caducidad de seis dígitos, todo lo contrario. Es por su transcripción, su paso sobre los años y sus ineludibles huellas. Su evolución. Su principio y su forma de perdurar en el tiempo. En la galaxia digital, en la muesca de los tan afilados dientes de tiburón. Una industria la cual genera millones cada año. Dinero no repartido íntegramente entre sus creativos. Dinero gastado por -y para- las empresas. Empresas que dan trabajo, gastan en innovación además de envolvernos bajo la manta capitalista. Bueno, en esto último debo retroceder. La publicidad no es únicamente un instrumento para ver quién compra más rápido. No es un arma de destrucción masiva. Ni una mirada acusadora. Ni un tupido velo usado por los dominantes para disimular sus verdaderos designios. Ni si quiera es una disciplina memorística ceñida a unas normas firmes e invariables. Queridos compañeros, la publicidad es comunicación. Y aquel que se atreva a negarlo: ¡Qué cambie de gafas!

ANEXO 2

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO DIGITAL

1º de Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

CURSO 2015/2016

Semana 1: (17 y 18 de febrero de 2016)

Teoría:

- Introducción a la asignatura y al método de trabajo.
- Definición de la disciplina e introducción a los conceptos básicos.
- Presentación de la idea de la bitácora y metas de la asignatura.
- Presentación de la propuesta práctica y de **eventos** para todo el curso:
 - 1ª semana. Preparación de Resumen biográfico. Preparación de bitácora.
 - 2ª Semana. Realización de entrevista a compañero.
 - 3ª Semana. Búsqueda de documentación sobre Armand y Michèle Mattelart.
 - 4ª Semana. Preparación de práctica. Huellas de la ciudad.
 - Festival **Publicatessen. 11 a 14 de abril**
 - Mes de mayo: 4 y 5 de mayo. Visita de Armand y Michèle Mattelart.
 - Mes de mayo: Titirimundi.
 - Jornadas de "Periodismo en lo global". Jueves 26 de mayo en clase y 27 de mayo (finalistas Premios Cirilo Rodríguez).
 - Muestras de los trabajos de "**Huellas de la ciudad**".
 - Durante todo el cuatrimestre. Iniciativas vinculadas con la Música, exposiciones fotográficas y el cine.
- Evaluación de lo mejor y de lo peor del cuatrimestre anterior.
- Intervenciones de [l@s](#) estudiantes (comentarios sobre la asignatura del primer cuatrimestre y la dinámica a seguir en este segundo: propuestas, cambios, sugerencias, etc.)
- Visionado de fragmento de la película "Up" y preparación de la práctica de hitos biográficos de cada estudiante.

Prácticas:

- Trabajar en esbozar apuntes que servirán para comunicar la propia bitácora-currículum vital (hitos representativos, experiencias importantes en lo vocacional y en lo personal). Intercambio con otros compañeros de lo más representativo de la biografía de cada uno: comunicación-recepción.
- Habrá una práctica transversal a lo largo del curso que va a consistir en la continuación del diario-bitácora iniciado en el primer cuatrimestre. Servirá, por una parte, de recopilatorio de las reflexiones del alumno: escritos análisis/comentarios de programas de televisión, películas, noticias, etc., que se hayan visto. Se trata con esto de afianzar conocimientos aplicándolos a situaciones prácticas reales. Esta bitácora de trabajo puede tener formato escrito (recopilación de análisis, comentarios, reseñas, reflexiones...), o hipermedia (por ejemplo, traduciendo la teoría a un trabajo más creativo o creando un blog personal, *app* para móvil, etc.).

2. Lecturas:

- Artículo: *Publicitar la Educomunicación en la universidad del siglo XXI* (A.G. Matilla), que se discutirá en la clase práctica de la semana 2, y que introduce a su vez los contenidos teóricos.
- Joan Ferrés (2007): *La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo*. Barcelona: Gedisa. pp. 17-63.

El resumen y análisis personal de estos dos capítulos deberá ser incluido en la bitácora.

Semana 2: (24 y 25 de febrero de 2016)

Teoría:

La Educomunicación en el contexto digital-I:

- Iniciación al concepto de educación en materia de comunicación, Educación Mediática, (Educomunicación), Competencia Mediática (Media Literacy).
- Comunicación, educación y sociedad: cultura y ciudadanía.

*Visionado de *Children full of life*.

Fuentes:

- Aparici, R. (Coord.) (2010) *Educomunicación: más allá del 2.0*.
- Joan Ferrés (2007): *La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo*. Barcelona: Gedisa. pp. 17-63.
- Agustín G. Matilla (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona: Gedisa. pp. 25-62. Este capítulo de libro es recomendado para el ejercicio de evaluación que se realizará el día 11 de mayo de 2016.

Prácticas:

- Sesión especial sobre cómo usar la biblioteca.
- Trabajo para coloquio y debate sobre texto de A. G. Matilla leído la semana anterior:

- “Publicitar la Educomunicación en la universidad del siglo XXI”.
- Ejercicio: El estudiante deberá trabajar en su bitácora para elaborar una reflexión sobre lo mejor y lo peor de la educación recibida. Recuerdo de los mejores maestros. Las características de un "buen maestro". Análisis crítico, a partir de apuntes teóricos y del visionado de *Children full of life* y conferencias de Ken Robinson, de lo mejor y lo peor de su experiencia en la educación, desde los tres modelos: bancario, conductista y procesual.

Trabajo en casa:

- El recuerdo de nuestros profesores. Lo mejor y lo peor de la enseñanza recibida.

Semana 3: (2 y 3 de marzo de 2016)

Teoría:

La Educación como conflicto

El eje del modelo comunicativo

Modelos de educación-comunicación

*Fuente:

- *Una televisión para la educación. La utopía posible*, A.G.Matilla. (Cap.1, “La televisión: desmontando tópicos”, pp. 26-62; cap. 3, pp.106-136).

- *La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo*, Joan Ferrés, pp. 51-63.

Prácticas:

- Visita a la exposición del fotógrafo Javier Herrero, titulada “Arco de probabilidad”.

Realización de ejercicio de análisis.

Trabajo en casa:

- Trabajo continuo de elaboración de bitácora personal y de estudio en el que se aplican los conocimientos adquiridos a situaciones reales.
- (Re)lectura de los artículos.

Semana 4: (9 y 10 de marzo de 2016)

De los pioneros de la educomunicación a las Teorías de la comunicación en el contexto digital

Prácticas:

- Visionado y análisis de Vídeo Ken Robinson. Las escuelas matan la creatividad.

Trabajo en casa:

- Trabajo continuo de elaboración de bitácora personal y de estudio en el que se aplican los conocimientos adquiridos a situaciones reales.

Semana 5: (16 y 17 de marzo de 2016)**Teoría:**

Análisis de consumos mediáticos en el contexto digital

La educación mediática y los profesionales de la comunicación

La educación mediática en la universidad española

Práctica:

- Análisis de nuestros consumos mediáticos. Hacer un gráfico de consumos audiovisuales y su relación con los medios. Puesta en común.
- Cierre de trabajos para bitácora personal en la primera parte del cuatrimestre.
- Análisis del cortometraje documental: Isla de las Flores.

Trabajo en casa:

- Trabajo continuo de elaboración de bitácora personal y de estudio en el que se aplican los conocimientos adquiridos a situaciones reales.

Bibliografía de apoyo que desarrolla contenidos abordados en esta parte del cuatrimestre :

Aparici, R. (Coord.) (2010) Educomunicación: más allá del 2.0. Barcelona, Gedisa.

Buitrago, A. y García Matilla, A. (Eds.) La educación mediática y los profesionales de la comunicación. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J y Masanet, M.J (2015) La Educación mediática en la Universidad española. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J. (2014) Las pantallas y el cerebro emocional. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J. (2000) Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona Paidós.

Ferrés Prats, J. (2008) La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo. Barcelona, Gedisa.

García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.

VACACIONES DE SEMANA SANTA DEL 19 AL 30 DE MARZO

Semana 6: (31 de marzo de 2016)

Teoría

Leer los medios. I: Un recorrido por las diferentes claves y códigos del lenguaje audiovisual: la gramática de las imágenes en movimiento. Análisis de la imagen y los discursos.

Lenguaje de la imagen:

*(Fuentes: Curso de Lectura de la imagen de la UNED. Repositorio referenciado en la parte final de esta guía)

Práctica:

Visionado de fragmento del Vídeo La Imagen en Movimiento: Lenguaje.

Trabajo en casa:

- Realización de un comentario audiovisual a partir de un fragmento fílmico y empleando las claves del lenguaje de la imagen vistas en clase.
- Trabajar en la bitácora.

Semana 7: (6 y 7 de abril de 2016)

Teoría:

Leer los medios I: Análisis de la imagen.

- La percepción de la imagen
- Principios generales de la teoría de la gestalt
- Elementos espaciales en la imagen en movimiento

*(Fuentes: Curso de Lectura de la imagen de la UNED. Metodologías de análisis)

Práctica:

- Análisis de imágenes.

Trabajo en casa:

- Lectura de presentación de Texto doctores Honoris Causa de Armand y Michèle Mattelart. (Ver listado de posibles lecturas de los fondos existentes en biblioteca de la Facultad y/o búsquedas en la red). Lectura del texto elegido con análisis inclusión de análisis personal.

Bibliografía de apoyo:

Aparici, R., García Matilla, A., Fernández Baena, J. y Osuna, S. (2009) La imagen, análisis y representación de la realidad. Barcelona, Gedisa.

- Aparici, R. y García Matilla (2008) Lectura de imágenes en la Era digital. Madrid, De la Torre.

Villafañe, J. (1987, 5ª edición 2006) Introducción a la Teoría de la Imagen. Madrid, Pirámide.

Semana 8: (13 y 14 de abril de 2016)

- Elementos temporales en la imagen en movimiento
- El montaje en la imagen en movimiento
- Análisis de carteles publicitarios en campañas de servicio público

Práctica:

- Análisis de imágenes.

Trabajo en casa:

- Selección y análisis de imágenes publicitarias.

Bibliografía de apoyo:

Aparici, R., García Matilla, A., Fernández Baena, J. y Osuna, S. (2009) La imagen, análisis y representación de la realidad. Barcelona, Gedisa.

- Aparici, R. y García Matilla (2008) Lectura de imágenes en la Era digital. Madrid, De la Torre.

Villafañe, J. (1987, 5ª edición 2006) Introducción a la Teoría de la Imagen. Madrid, Pirámide.

Semana 9: (20 y 21 de abril de 2016)

- Análisis de imágenes en movimiento.
- De la descripción a la búsqueda de significado y sentido en la imagen en movimiento.

Práctica:

- Aplicación del método global de lectura a la práctica

Trabajo en casa:

- Trabajo de exploración de ejemplos alternativos en las redes.

Semana 10: (27 y 28 de abril de 2016)

Teoría:

- Los Emirecs en la construcción de comunicación, información y cultura.
- Los contenidos generados por ciudadanos. El “periodismo ciudadano”, las “multitudes inteligentes” y otros conceptos.
- Nuevas formas de comunicación y creación en el contexto digital.
- Redes sociales, blogs.
- **Preparación del ejercicio de evaluación continua del 11 de mayo. Listado de preguntas**

Práctica:

- Visionados de ejemplos.

Trabajo en casa:

- Repaso de la documentación elaborada sobre Armand y Michèle Mattelart

Semana 11: (4 y 5 de mayo de 2016) Visita de Armand y Michele Mattelart y Doctorado Honoris Causa.

- Encuentro/coloquio con Armand y Michèle Mattelart. A partir del trabajo preparado por los estudiantes.
- Participación en la ceremonia de Doctorado Honoris Causa.

Prácticas: (todos)

- Exposición y entrevista colectiva a Armand y Michèle Mattelart y reseña del acto de homenaje a ambos.

Trabajo en casa:

- Relectura de la reseña biográfica y textos escritos por Armand y Michèle Mattelart.

Semana 12: (11 y 12 de mayo de 2016)

- **Día 11 ejercicio de evaluación.**
- La construcción de la historia. Principios básicos de la escritura para la imagen en movimiento.
- Presentación de bitácoras seleccionadas y coloquio sobre ellas y primeros trabajos creativos.

Trabajo en casa:

- Elaboración de la práctica Huellas, que irá de la idea al proceso, la creación y la presentación del proceso-resultado artístico.

Semana 13: (18 y 19 de mayo de 2016)

- Asistencia a las Jornadas "Periodismo en lo global". Coloquio sobre el significado y el sentido del Periodismo.

Trabajo en casa:

- Conocimiento previo de los participantes y elaboración de preguntas vinculadas con los temas que van a abordar.

Semana 14: (25 y 26 de mayo de 2016)**Teoría:**

- Presentaciones de trabajos creativos sobre Huellas de la ciudad

Práctica: (desdoblada)

- Exposición y coloquio sobre los trabajos

Trabajo en casa:

- Preparación de la presentación

Semana 15: (1 y 2 de junio de 2016)**Teoría:**

- Presentación de los trabajos creativos sobre Huellas de la ciudad.

Práctica:

- Coloquio con los compañeros participantes.

EVALUACIÓN

La asignatura propone el método de evaluación continua con tres grandes ejes evaluables:

- 1) Ejercicios y participación en clase: Valor: 20% de la nota final
- 2) Prueba escrita de síntesis de contenidos: Valor: 40% de la nota final
- 3) Bitácora de seguimiento y trabajo creativo final a partir de la iniciativa de Huellas de la Ciudad: 40% de la nota final.

Bitácora de seguimiento, interpretación y ampliación de contenidos del curso. El estudiante deberá construir unos apuntes personales. No se trata de hacer una reproducción literal de los contenidos expuestos en las clases, sino de reconstruir con un filtro personal esos contenidos volcando las ideas más relevantes para su aprendizaje, añadiendo opiniones y comentarios críticos; en esta bitácora podrá incluir los documentos que le hayan servido para reconstruir los contenidos propuestos por los profesores y añadirá nuevos documentos y análisis de las obras leídas, imágenes analizadas, blogs consultados, exposiciones visitadas, conferencias a las que haya asistido y, si fuera el caso, comentarios realizados en los blogs de otros compañeros de clase.

La base para estos trabajos deberá seguir el hilo argumental de los contenidos impartidos en la asignatura. Deberá partir de las ideas base que se aporten en las clases y en los debates que en ellas se generen.

Se valorará especialmente el que los estudiantes hagan también comentarios sólidos y meditados en los blogs de otros compañeros y promuevan interacciones con los autores de éstos y otros blogs. Esos comentarios deberán ser incorporados a las bitácoras propias.

Todo comentario deberá ser respetuoso con el trabajo de los colegas y en caso de hacer críticas, éstas siempre se deberán justificar de forma fundamentada, yendo más allá del “me gusta” o “no me gusta”, “estoy de acuerdo” o “no estoy de acuerdo”. Argumentar las razones, explicar los porqués, describir las intuiciones que tengamos y, en último término, tratar de ir construyendo y ordenando el rompecabezas de una asignatura que tiene el objetivo de motivar para promover el descubrimiento autónomo de conocimientos nuevos a partir de la línea argumental de las clases.

En el blog de la asignatura se facilitan enlaces a páginas *webs*, *blogs* y *newsletter*, con numerosos contenidos de interés para la asignatura. En las diferentes clases se harán alusiones directas a los links ya establecidos en el blog de la asignatura para que cada estudiante correlacione y pueda profundizar o ver ilustrados con nuevos planteamientos los debates realizados en la clase. Esto le deberá servir al alumno para crear sus propios enlaces y elaborar intertextos, o textos abiertos a partir de la labor facilitadora de los profesores.

Se valorará también el que los estudiantes tengan la curiosidad intelectual de descubrir los hallazgos encontrados en las bitácoras y blogs de otros compañeros y en los blogs, newsletters, y publicaciones de otros comunicadores profesionales y blogueros interesantes.

Ejercicios de clase, prácticas y visionados: El estudiante atenderá al cronograma propuesto por los profesores y realizará los ejercicios de clase, las actividades que se realizarán con un mayor tiempo de preparación en casa y realizará los ejercicios pautados en momentos puntuales del curso que servirán de repaso de contenidos como, por ejemplo, el análisis de imágenes fijas y en movimiento.

Producción creativa fin de curso, sobre la base de la experiencia Huellas de la Ciudad: Los estudiantes podrán realizar este trabajo final, individualmente o en grupo, a partir de los contenidos vinculados con la tercera parte de la asignatura.

Para el diseño de esta práctica se podrá optar por un medio de expresión escrita o por otro tipo producción con mayor peso audiovisual o multimedia. Se tratará de fundamentar la idea con una breve sinopsis explicativa y, en su caso, realización de *Story Board*, proponer los objetivos, describir los materiales elegidos, explicar el proceso de diseño creativo y realización, comentar las funciones realizadas por cada integrante en el caso de una obra colectiva, plasmar en un soporte material o inmaterial la práctica y tener prevista una presentación colectiva ante la clase susceptible de ser expuesta en una presentación de entre 5 y 10 minutos de duración.

Los alumnos que no sigan la evaluación continua realizarán **una evaluación final** en la fecha oficial programada para el examen oficial que consistirá en el desarrollo de 2 temas y la realización de un ejercicio de análisis de imagen.

Direcciones de los enlaces de los materiales visionados en clase:

- UP <https://www.youtube.com/watch?v=q3oXpnjNDrQ>
- Children full of life <https://www.youtube.com/watch?v=armP8TfS9Is>
- Ken Robinson. <https://www.youtube.com/watch?v=nPB-41q97zg>
- Inteligencias múltiples <http://www.rtve.es/alacarta/videos/redes/redes-inteligencias-multiples-educacion-personalizada/1270216/>
- Isla de las flores: <https://www.youtube.com/watch?v=9fEMHB9kksM>
- Repositorio de Educación Mediática: <http://www.repositorioedmediatica.net/>
- The Guardian: <https://www.youtube.com/watch?v=E3h-T3KQNxU>
- Vídeo La Imagen en Movimiento: <https://www.youtube.com/watch?v=RqEuviGsAJU>
Lenguaje 01:23
- Vídeo La Imagen: <https://canal.uned.es/mmobj/index/id/13240>
- La escobacam
<https://vimeo.com/152185194>
- Steady Cam fails de operadores de cámara. DUELEN DE VER!!! Especialmente los steadicams cayéndose al suelo!
<https://m.youtube.com/watch?v=VNTviHHY1iw>
- La cámara lenta en el cine en esta recopilación de 113 películas
<http://elcondensadordefluzo.blogs.fotogramas.es/2016/02/26/video-la-camara-lenta-en-el-cine-en-esta-recopilacion-de-113-peliculas/>
- un ESPECTACULAR documental sobre la historia del cámara en mano
<https://vimeo.com/50533709>
- Ejemplo de buena bitácora de Ángela del Río: <http://diario-de-mi-futuro.webnode.es/>
- Ejemplo de buena bitácora de Andrea Moreno Velázquez
- <http://educomunicacionuva.blogspot.com.es/>

TRABAJO OPTATIVO:

Viaje a la escuela del siglo XXI. Escoger una experiencia concreta y reseñarla desde una perspectiva crítica.

Así trabajan los colegios más innovadores del mundo

http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/itempubli/476/

Las presentaciones utilizadas en clase se encuentran en el campus virtual a disposición de los alumnos al igual que los textos que son lecturas obligatorias.

Bibliografía específica:

Primera parte de la asignatura:

Aparici, R. (Coord.) (2010) Educomunicación: más allá del 2.0. Barcelona, Gedisa.

Buitrago, A. y García Matilla, A. (Eds.) La educación mediática y los profesionales de la comunicación. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J y Masanet, M.J (2015) La Educación mediática en la Universidad española. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J. (2014) Las pantallas y el cerebro emocional. Barcelona, Gedisa.

Ferrés Prats, J. (2000) Educar en una cultura del espectáculo. Barcelona Paidós.

Ferrés Prats, J. (2008) La educación como industria del deseo. Un nuevo estilo comunicativo. Barcelona, Gedisa.

García Matilla, A. (2003): *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, Gedisa.

Segunda parte de la asignatura:

Aparici, R., García Matilla, A., Fernández Baena, J. y Osuna, S. (2009) La imagen, análisis y representación de la realidad. Barcelona, Gedisa.

- Aparici, R. y García Matilla (2008) Lectura de imágenes en la Era digital. Madrid, De la Torre.

Villafañe, J. (1987, 5ª edición 2006) Introducción a la Teoría de la Imagen. Madrid, Pirámide.

Bibliografía complementaria

- ADORNO, T. (1991): *The Culture Industry*, London: Routledge.
- ADORNO, T. (1959): *Culture and Kultur*. Publicado en español en La Torre del Virrey n3, 2007 <http://www.latorredelvirrey.es/pdf/03/kulturyculture.pdf>
- ALONSO, M, y MATILLA, L. (1980): *Imágenes en Libertad*. Madrid, Nuestra Cultura.
- ALONSO, M., MATILLA, L. Y VÁZQUEZ FREIRE, M. (1981): *Los Teleniños*. Barcelona, Cuadernos de Pedagogía/Laia.
- ALTAMIRANO, C. (dir.). (2002): *Términos críticos de la sociología de la cultura*. Buenos Aires, Paidós.
- APARICI, R. (1989): *El documento integrado*. Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación de la UNED. Madrid, (Tesis doctoral, edición en offset del autor).
- APARICI, R. (1989): “El triunfo de los medios de comunicación. La derrota de la democracia” en REVISTA A DISTANCIA, Madrid, Junio de 1989. Págs., 20-24.
- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1982): *Análisis de la programación infantil y juvenil de TVE*” en Boletín Informativo de la Asociación Acción Educativa, 17 Madrid, noviembre de 1982.
- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): *Lectura de Imágenes*. Madrid Ediciones de la Torre.
- APARICI, R.; GARCÍA MATILLA, A. y Valdivia, M. (1987): *La Imagen*. Madrid, UNED.
- APARICI, R., MARÍ SÁEZ, V.M., (2003) *Culturas populares, industrias culturales y ciberespacio*. Madrid: UNED.
- APPADURAI, ARJUN (2001): *La Modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- ARIÑO, A., (2000): *Sociología de la cultura: la constitución simbólica de la sociedad*. Barcelona. Ariel.
- BAUDRILLARD, JEAN (1994) “La simulación en el arte” publicado en <http://www.analitica.com/va/arte/portafolio/5715848.asp>
- BERUBE, M. (2005): *The Aesthetics of Cultural Studies*. Oxford, Blackwel Publishing.
- BARAÑANO, A., [et al.] (2007). *Diccionario de relaciones interculturales: diversidad y globalización*. Madrid: Editorial Complutense, D.L. (1 ed.)
- Benavides Delgado, Juan: «La presencia de la publicidad en la construcción de la cultura cotidiana». <http://www.ucm.es/OTROS/especulo/numero1/benavid.htm>
- BENNET, T., FROW, J., eds. *The SAGE Handbook of Cultural Analysis*, London, SAGE, 2008.

- BENJAMIN, W. (1973): *El arte en la era de la reproducción mecánica*. Madrid, Taurus.
- Versiones en inglés: BENJAMIN, W., (1939): *Work of art in the Age of Reproducibility (Third version)*. En Jephcott, E., ed., 2003. *Walter Benjamin. Selected Writings, vol. 4*. London-Cambridge, Harvard University Press.
- BFI EDUCATION (1981). *MEDIA EDUCATION CONFERENCE. A REPORT*. London, BFI.
- BOTKIN, J.N.; EL MANDAJARA, M. Y MALITZA, M. (1971): *Aprender horizonte sin límites*. Informe del Club de Roma. Madrid, Editorial Santillana.
- BOURDIEU, P., 1993 (1980), 'But who created the creators?', in *Sociology in question*. London: SAGE publications, pp. 139-148
- BOURDIEU, Pierre, *La distinción*, Taurus, Madrid, 2000.
- BUCKINGHAM, D. (1986): *Educational Television: Institution of ideology*. London, University of London, Institute of Education.
- BUITRAGO, A. NAVARRO E. y GARCÍA MATILLA, A. (2015) *La educación mediática y los profesionales de la comunicación*. Barcelona, Gedisa.
- BULLAUDE, J. (1970): *Enseñanza Audiovisual: Teoría y Práctica*, Santiago de Chile, Editorial Universitaria.
- BULLAUDE, J. (1970): *Enseñanza Audiovisual y Comunicación*. Buenos Aires. Ed. Librería del Colegio.
- CALVINO, I. (1995): *Ensayos sobre literatura y sociedad*. Barcelona, Tusquets.
- CANO, P.L. (1989): *Apuntes sobre la enseñanza y el vídeo*. Barcelona, Fundació Serveis de Cultura Popular/Ed. Alta Fulla, Col. Vídeo y Educació, n. 4.
- CERTEAU, M. (1988) 'Walking the City' in Michel de Certeau, *The Practice of Everyday Life*, Berkeley and Los Angeles: The University of California Press.
- CEBRIÁN, M. (1978): *Introducción al Lenguaje de la Televisión. Una perspectiva Semiótica*. Madrid. Ed. Pirámide.
- CEBRIÁN, M. (1986): *Bibliografía de la Información Audiovisual*. Madrid, IORTV.
- CENECA (1987): *Comunicación y Cultura para el Desarrollo, 1977-1978*. Santiago de Chile, CENECA.
- CLOUTIER, J. (Ediciones de 1972 y 1975): *L'Ere Emerec (ou la communication audio-scripto-visuelle a l'heure des self-media)*. Montréal, Les Presses de L'UNIVERSITÉ DE MONTRÉAL.
- COLAIZZI, G. (1990): *Feminismo y discurso histórico*. Madrid, Cátedra.
- CSIKSZENTMIHALYI, M. (1998): *Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención*. Barcelona, Paidós.

- DEL BLANCO, L. (1989): *Proyecto Mercurio: un instrumento institucional para impulsar la introducción de los medios audiovisuales en el currículo*. En Madrid. Comunicación, Lenguaje y Educación, n. 1. Editorial Aprendizaje. Pp.: 95-101.
- DONDIS, D.A (1976): *La sintaxis de la Imagen, introducción al alfabeto visual*. Barcelona, Ed. Gustavo Gili.
- GEERTZ, CLIFFORD (2005) *La interpretación de las culturas*. Barcelona, Editorial Gedisa.
- GOMBRICH, E. (2003) Sobre la interpretación de la obra de arte. El qué, el por qué y el cómo, *RA. Revista de Arquitectura*, Universidad de Navarra, junio, Vol. 5, 2003, pp.13-20.
<http://www.gombrich.co.uk/showdoc.php?id=32>
- ELKINGS, JAMES, (2004). "The three configurations of Practice-Based PhDs" *Printed Project* 04, pp. 7-19.
- ENZENSBERGER, H.M (1984): *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Editorial Cuadernos Anagrama.
- ESCO (1975): *Escuela y Comunicación*. Publicación Unitaria para padres. Barcelona, 1975.
- FERRÉS, J. (2008): *La educación como industria del deseo*. Barcelona, Gedisa.
- FERRÉS, J. (2000): *Educación en una cultura del espectáculo*. Barcelona, Paidós.
- FERRÉS, J. (1996): *Televisión y Educación*. Barcelona, Paidós.
- FREINET, C. (1974): *El diario Escolar*. Barcelona, Laia.
- FREINET, C. (1974): *Las técnicas audiovisuales*. Barcelona, Laia.
- FREIRE, P. (1973): *¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires. Ed. Siglo XXI.
- FREIRE, P. (1978): *La Educación como práctica de la libertad*. Madrid, Ed. Siglo XXI
- FUENZALIDA, V. y EDWARDS, P.(1984) *Educación para la televisión*. Santiago de Chile, CENECA, CENCOSEP.
- GARCÍA MATILLA, A. (2015) "Periodismo de confusión en las televisiones españolas" en Cuadernos de Periodistas nº 31 Revista de la Asociación de la prensa de Madrid, págs. 30-41.
- GARCÍA MATILLA, A. (2003) *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona. Gedisa.
- GARDNER, Howard. (1983) *Multiple Intelligences*, ISBN 0-465-04768-8, Basic Books. Castellano "Inteligencias múltiples" ISBN: 84-493-1806-8 Paidós
- GARDNER, Howard. (1999) "Intelligence Reframed: Multiple Intelligences for the 21st Century." Basic Books.
- GUTIÉRREZ, F. (1975): *Pedagogía de la Comunicación*. Buenos Aires, Ed. Humanitas.

- GUTIÉRREZ, F. (1976): El lenguaje total, Pedagogía de los Medos de Comunicación. Buenos Aires, Editorial Humanitas.
- GUTIÉRREZ, A. (2003): Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas. Barcelona, Gedisa.
- JACQUINOT, G. (1977): Image et Peédagogie. París, PUF.
- KAPLÚN, M. (1981) Cómo educar el sentido crítico. Lima, SALOCIC/UNDA-AL.
- KAPLÚN, M (1985). El Comunicador Popular. Quito, editorial CIESPAL
- LAHIRE, B., (2004): *El hombre plural* (Trad. Esp.). Barcelona, Bellaterra.
- LIPOVETSKY, Gilles, (2000): *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona.
- LÓPEZ MAGUIÑA, (2001): “Notas sobre las nociones de cultura y de sujeto” en *Estudios Culturales*, Red para el desarrollo de las ciencias sociales en el Perú, Lima.
- LOTMAN, J (1979): *Semiótica de la cultura*, Madrid, Cátedra.
- LOZANO, J., "La semiosfera y la teoría de la cultura", *Especulo* n. 8
<http://www.ucm.es/info/especulo/numero8/lozano.htm>
- LYOTARD, Jean-François (1994): *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra.
- MAC BRIDE, S: (1980): Un solo mundo, Voces múltiples. París y México D.F, UNESCO.
- MCGAUN, J., (1991): *The textual condition*. Princenton, Princenton University Press.
- MARTÍN BARBERO, J., “Dinámicas Urbanas de la Cultura”, Centro de Documentación Virtual del Centro de Estudios Socioculturales (CESC). Publicado en la Revista de Cultura, 12 dic., 1991.
- MASTERMAN, L. (1980): Teaching about televisión. Londres, Mac Millan.
- MASTERMAN, L. (1985): Teaching the Media. London, Comedia.
- MATTELART, A. (1974): La cultura como empresa Multinacional. México, Serie Popular ERA.
- MATTELART, A. (2004), Introducción a los Estudios Culturales, Paidós Comunicación, Barcelona.
- METZ, CH. (1973): Lenguaje y Cine. Barcelona, Planeta.
- METZ, CH. y otros (1972): Análisis de las imágenes. Buenos Aires. Tiempo Contemporáneo.
- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2002) “Ideología punk y terrorismo estético en la obra de José Ángel Mañas”, *Hispanística XX* 21, (Revista de literatura del Departamento de español de la Universidad de Bourgogne), otoño de 2002, pp. 45-56.

- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2003) "Una realidad a la carta: sobre la televisión en algunas novelas de finales del siglo XX" *Espéculo* 25, noviembre 2003
www.ucm.es/info/especulo/numero25/index.html
- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2003) "Bicicletas que vuelan: la música en las novelas de la generación X" *Tonos Digital*, n.5, www.um.es/tonosdigital/znum5/estudios/I-Novelassonora.htm
- NAVARRO MARTÍNEZ, E., (2004) "Imágenes que se comen: La televisión en la narrativa moderna." *Hispania*, vol.87.4, diciembre 2004. PP: 805-811.
- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2008) *La novela de la Generación X*. Granada, Universidad de Granada.
- NAVARRO MARTÍNEZ, E. (2008) "Televisión y literatura" *Revista de Estudios Culturales Afinidades* 1, invierno 2008-2009. Pp.: 88-97.
- OLMOS, H., (2002): "Educar en Cultura", *Pensar Iberoamérica*, n.0, 2002
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/numero0.htm> (fecha de consulta: 31/08/2010)
- ORTEGA Y GASSET, J. (ed. 1982) *La deshumanización del arte*, en *Obras completas*, Madrid, Ed. Revista de Occidente.
- ORTEGA Y GASSET, J. (1930, ed. 1981). *La rebelión de las masas*, Madrid, Alianza.
- PRIETO CASTILLO, D. (1985): *La comunicación educativa como proceso alternativo*. En *La Comunicación Educativa*. México D.F., COSNET.
- SARDAR, Z., LOON, v. B., (2005), *Estudios Culturales para todos*. Barcelona, Paidós.
- SARDAR, Z., (1996). *Cyberfutures*, London, Pluto Press, 1996
- UNESCO (1967): *New Educational Media in action. Case Studies for Planner*. París. UNESCO.
- VV.AA (1984): *Media Education*. París, UNESCO.
- WAHNÓN BENSUSAN, S., (1991): *Saber literario y hermenéutica*. Granada, Universidad de Granada.

ANEXO 3

TRANSCRIPCIÓN DEL FOCUS GROUP

Bloques temáticos tratados:

ASIGNATURA COMUNICACIÓN, EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO DIGITAL:	CIUDADANOS, EDUCACIÓN Y MMCC	LA EDUCOMUNICACION COMO PILAR BASICO PARA LOS ALUMNOS DE PUBLICIDAD	NUEVAS FORMAS DOCENTES PARA MOTIVAR AL ALUMNADO
Habéis cursado durante este último cuatrimestre una asignatura que tiene por nombre comunicación, educación y sociedad en el contexto digital... Me gustaría saber vuestros pensamientos sobre la misma.	Actualmente los ciudadanos consumen multitud medios de comunicación... Me gustaría saber si considerarís o no importante educar en los medios de comunicación.	Existen varios grados en España que tienen como finalidad formar a futuros profesionales de la comunicación. Hasta qué punto la Educomunicación puede o no ser un pilar básico para la publicidad.	Llegados a este punto sería interesante delimitar hacia dónde va la nueva educación, las nuevas tendencias docentes para motivar al alumno...

MODERADORA: Bueno pues, vamos a empezarr el *Focus Group*, ahora mismo somos 10 personas yo os voy a sacar una serie de temas y lo único que quiero de vosotros es que opinéis libremente.

TODOS: Vale. Perfecto. Perfecto. Genial. Perfecto. Estupendo. (Risas)

MODERADORA: Pues, lo primero que os quería comentar es que habéis cursado durante este último cuatrimestre una asignatura que tiene por nombre <<Comunicación, Educación y sociedad en el contexto digital>>.Me gustaría saber vuestros pensamientos sobre esta asignatura.

TODOS: (Risas)

SUJETO 1: Yo a lo largo de esta asignatura he opinado que a veces no sabía por dónde `pillarla`. De pronto estábamos viendo fotografía, como de pronto estábamos viendo educación, como de pronto comunicación. No sé he visto que era como un poco mejunje de cosas. Que luego al final le encuentras un sentido al final de la asignatura. Pues sí, un poco. Al principio es como que te van dando cosas y cosas y cosas y no tienen conexión. No sé, como...

SUJETO 2: Yo lo que he visto un poco difuso al principio, que no sé si al principio explicó un poco lo que iba a ser el desarrollo de la asignatura. Pero luego lo que sí que he visto que se basa en un modelo educacional, entre otras cosas, entre otras informaciones y otras enseñanzas que

nos dan es un, como puede haber modelos educacionales alternativos al tradicional que hay al de toda la vida... Es decir, que te dan el temario, apréndetelo y esto es lo que hay. Si que opino que el profesor, en este caso Agustín, tiene una educación más enfocada personalizada, es decir, tiene en cuenta la persona. Cosa que antiguamente pues, no lo tienen en cuenta. ¡Como si no apruebas la asignatura! Tiene en cuenta las circunstancias, y... entonces es, es curioso. También la parte de cine, yo por ejemplo que he estudiado algo de audiovisual y me ha parecido muy interesante. Claro, es lo que tú dices, a lo mejor son temas diversos...

SUJETO 1: Claro. Luego cuando ya le encuentras un sentido... vale. Pero...

SUJETO 3: Como un puente de una parte...

VARIOS: (Responden sí)

SUJETO 3: ...desde un bloque hacia otro no había ningún tipo de relación.

SUJETO 4: ¡Exacto!

SUJETO 3: Un día llegas a clase y estaba dando pues educación, temas sobre la educación y el día siguiente estabas empezando con planos. Y era un poco...

SUJETO 5: Lo que creo también es que sí usa un modelo diferente porque por ejemplo lo del examen es muy diferente. Y en parte a mí me gusta más porque sí es verdad que se fija mucho en cada persona y tal pero... Había momentos en los que no sabía ni lo que tenía que hacer, ni lo que no tenía que hacer porque había tanto... que en cuanto a trabajos para casa y eso. Mandaba demasiado pero no había como un orden establecido entonces... tú igual le hacías cinco actividades y veías que el de al lado tenía ocho. Entonces no sabías quién había hecho más, quién había hecho menos y yo creo que eso era un poco un lío.

SUJETO 3: Luego también que las fechas tampoco las tenías muy claras porque una era para un miércoles... bueno tenemos clase miércoles y jueves, pero una era para un miércoles, se lo llevabas y te decía: "No, lo cogemos la semana que viene". Y al final lo cogía el jueves. Era un poco como... Caótico. Sí, caótico. Que no sabías tengo que hacer esto para este día, esto para el otro, pero bueno había que hacerlo todo.

SUJETO 4: Y tampoco sabes si hay que ponerlo sobre la bitácora o si hay que entregárselo en mano...

SUJETO 1: ¡Eso es el mayor "cacao" del mundo!

VARIOS: (Risas)

SUJETO 2: No pero al margen de eso de los trabajos, que el trasfondo de la asignatura que ha querido transmitir es ¡un sistema diferente de educación! De hecho, según tengo entendido, porque hablé con él es la única asignatura que está en toda España. La ha creado él y se la han permitido crear porque lo hablé a nivel personal y me parece muy interesante que a nivel de carrera den esa libertad de dar ¡un modelo diferente de educación! Es que es...

SUJETO 1: Yo por ejemplo...

SUJETO 2: Pero también digo que aunque se quiera salir de las normas, ha habido un examen. Que nos lo hemos tenido que `currar` cada uno al margen, que... ¿eran unas preguntas a

desarrollar? Habrá gente que habrá dicho sí... “a”, “b”, “c”, “d” y habrá gente que ha expuesto sus ideas. Yo expuse mis ideas. A parte de del “a”, “b”, “c”, “d”, yo lo desarrollé. Y en cada pregunta desarrollé qué pensaba y por qué lo pensaba. Que es un poco creo yo el trasfondo que se busca aquí. Que la gente aprenda a pensar y tenga una actitud crítica y... te cedo la palabra.

SUJETO 1: Y es que por ejemplo en el examen dijo que... qué nos había gustado más de la asignatura o que opináramos sobre ella que lo escribiéramos también. Yo... a ver no es por `hacerle la pelota` tampoco pero le di las gracias de que no fuéramos un número más que eso lo tenemos claro todos. Que no hemos sido un número, que hemos sido personas. Nos ha tratado como estudiantes, como con vidas separadas. Desde el primer momento ha querido saber la mochila que llevábamos cada uno y creo que eso es muy importante en cuanto a la educación. Porque yo no aprendo igual que una persona que ha tenido una vida totalmente diferente a la mía. Y eso creo que es muy importante.

SUJETO 5: Eso es verdad, que también la mayoría de los profesores... porque ni si quiera todos, apenas si se aprenden tu nombre...

SUJETO 1: Bueno y si se lo aprenden.

SUJETO 5: ...y la otra mitad es que no se lo aprenden y ni si quiera. Es que no les interesa tampoco saber nada de ti. Y la verdad es que Agustín sí que se ha interesado...

SUJETO 2: Pienso que eso es también un poco lo de las inteligencias que, una asignatura así tendría ya que estar en la educación básica. En la ESO... Desde entonces tendría ya que haber algo así. Y coger a cada uno y ver un poco el tipo de inteligencia porque, queráis o no al menos lo hemos aprendido. Yo por lo menos lo he aprendido no sé vosotros.

VARIOS: Sí.

SUJETO 2: Y todos tenemos todas. Unos potencian más, otros potencian menos pero... es más ya a nivel personal. Desde entonces se tendría que hacer y luego en la universidad yo vería necesario continuarlo, una asignatura como la que estamos cursando.

SUJETO 1: Y yo creo que esto ahorraría muchos problemas como el *bulling*. O sea, seríamos mucho más respetuosos con las personas. Teniendo en cuenta que tu llegas a la universidad. A ver, yo tampoco he visto aquí *bulling*. Ni nada por el estilo. Pero quiero decir que seríamos mucho más conscientes de que cada persona tiene su propia vida y llegas aquí y sabes, cada uno traemos de casa lo que traemos y nadie te tiene por qué juzgar ni sentirte juzgado, ni nada por el estilo. Ya no es sólo meterte con una persona si no mirada o... ¿sabes? Creo que tendría que haber otro comportamiento siendo en la universidad también pero claro, si no nos han educado en ello tampoco podemos pedir esto.

SUJETO 2: Ya pero es que ¡eso es la educación! Siempre está el típico `machaca` de barrio que lo tenemos estudiando aquí ADE o lo que sea y... es lo que hay.

SUJETO 1: Sí. A ver yo por ejemplo tengo la suerte de haber estudiado en un pueblo hasta la ESO y realmente el trato que he tenido con profesores ha sido muy personal de decir... pues yo me sigo llevando con profesores que he tenido en la ESO. Y quedo con ellos y me tomo unas cañas y me fumo un cigarro y eso es... No sé. Es que, es perfecto. Quedas con ellos hablas y dices: “Bueno ellos tienen un punto de vista muchísimo más maduro y con una trayectoria de vida y de estudios muchísimo más larga que la tuya y siempre te nutres de esas cosas” O sea, a

mí me han abierto muchos caminos y me han abierto los ojos y me ha gustado sabes. Compartir esa experiencia con un profesor ¿por qué no? Parece que el profesor y el alumno tienen que estar siempre separados. O sea, yo soy el profesor, yo soy el que mando tal. Pero no, escucha a tus alumnos porque seguramente aprendas también de ellos y es algo recíproco sabes. Es algo que es una retroalimentación tanto para él como para ti y creces el doble.

SUJETO 2: Bueno que opináis por ahí, que no habláis.

VARIOS: Murmuran.

MODERADORA: Bueno, se han comentado muchas cosas como el tema de la experiencia ¿no? El trato profesor-alumno, de qué manera a lo mejor la asignatura se puede enfocar también en el tema social o por ejemplo, las nuevas metodologías. Entonces, en base a un poco lo que habéis comentado ¿cómo lo veis los demás?

SUJETO 3: Bueno, a ver yo, con respecto a lo anterior, creo que el sistema educativo que está establecido en todo el mundo... Ha sido así desde siempre y nunca se ha planteado nadie cambiarlo y enfocarlo desde otro punto de vista, ni tener en cuenta al alumno, ni nada de eso... Entonces yo creo que esto, crear esta asignatura por lo menos es un paso para empezar a concienciar a la gente de que hay algo que hay que cambiar porque está claro que así...

SUJETO 2: Pero el sistema educativo actual está hecho para que seamos como una fábrica, para que produzcamos. ¡No les interesa que pensemos! Si por eso está hecho así.

SUJETO 1: ...para eso nos quieren, para que no pensemos. Para que hagas esto y punto. Vas a trabajar, vas a hacer esto que te mandan y ya. Y no tienes que pensar más porque te están diciendo lo que tienes que hacer...

SUJETO 2: En el momento que piensas ya te sales. O igual que en un trabajo. La mayoría aquí creo que no habéis trabajado, bueno alguno. Y te dicen: ¡Tienes que hacer esto, esto y esto! Y tu crees que es lo que tienes que hacer, pero no es verdad, te puedes negar o ¡te puedes ir y punto! Pero ahí ya entra la persona. Es verdad que si tienes que pagar una hipoteca, tienes que pagar un no sé qué, cada uno... las facturas hay que pagarlas. ¡Pero también tenéis que tener personalidad! Tenéis que tener criterio. No tenéis que hacer todo lo que os digan y os lo digo de verdad, crítica constructiva. No tiene que ser así el mundo. No. Porque entonces es lo mismo. Somos fábricas. Ahí ya cada uno hacer lo que queráis. Si en esta vida sois felices con un abrigo de *Channel* pues oye... Si eso os da la felicidad... de puta madre. A trabajar, a pringar y a aguantar. Pero, tenéis que tener principios, creo yo.

MODERADORA: ¿Y de qué manera a lo mejor se podría enfocar ese pensamiento con la asignatura...?

SUJETO 2: A ver, esas personas son los futuros jefes. Son los futuros empresarios. Y si esa persona se educa y tiene un criterio, unos principios sociales a lo mejor los aplica ¿no? Entonces, si se va dando a lo largo de la carrera a esos principios y a esa filosofía, pues oye, igual conseguimos algo. Nosotros aquí pues mira, al menos estamos viendo la punta del iceberg. Pero hay mucha gente que se cree que ¡esto es lo que hay y de aquí no me puedo salir!

SUJETO 5: También yo creo que tiene mucho que ver yo por ejemplo, que un profesor llegue y te pregunte qué es lo que tú opinas... no estamos muy acostumbrados a eso. Y que es no estemos acostumbrados a eso es algo que ¡no está bien!

SUJETO 3: ¡Y se nota! Que ahora te preguntan y...

SUJETO 1: ¡Te quedas callado! ¡Sí!

SUJETO 2: Claro, en la Eso...

SUJETO 1: Hay miedo. Hay... recelo.

SUJETO 2: ¿Qué enseñanza? ¿El Bachillerato? Yo no lo sé. ¿Qué enseñanza es el Bachillerato? Toma, <<empóllate>> esto y ya está.

VARIOS: Claro, sí. – Murmullos.

SUJETO 4: A ver, es una materia, entonces... y te tienen que preparar para un examen final que es selectividad. Entonces se tiene que enfocar todo el curso y todo Bachillerato a ese examen final.

SUJETO 6: Pero vamos, durante Primaria, la ESO y Bachillerato lo que hacen es... te dan un libro, tú te lo comes, llegas al examen, lo vomitas ¡y se te olvida todo! Y yo por ejemplo, de esa manera yo no puedo estudiar. Yo no sé.

SUJETO 1: Yo tampoco. – Varios lo apoyan.

SUJETO 2: Yo tenía muy buena memoria y sacaba muy buen nota por que el día de antes me ponía y vale. Pero llega un momento que no. Prefiero asociar término y decirlo con mis palabras. Ya lo mejor me va mejor y no me tengo que pegar esas “panzadas”. ¡Y piensas! Y lo que me ha pasado en el primer cuatrimestre que al principio eran asignaturas aisladas y luego ya al final del curso, ves la relación entre todas, como con Tecla, con Coral... Y eso al final, tienes una idea propia y una visión muy global de todo.

VARIOS: Sí.

SUJETO 7: Yo concretamente, vengo de formación profesional y allí sí tengo experiencia de que esas clases que tienen que ver entre ellas y que el alumno debata etc. Incluso clases en las que no estás pendiente del profesor, el profesor te da “x” ideas y luego cada uno pues trabaja en lo suyo o hablas etc. Eso por lo menos yo, dónde lo hice sí que lo tuvimos en cuenta.

SUJETO 6: Sí pero, ¿sabes lo que pasa contigo y conmigo que yo también vengo de una formación profesional...? ¡Que nosotras venimos de las ramas de las artes! En las artes tenemos, los profesores te dan ideas para que tú puedas desarrollar tu propia idea. Sin embargo, en otros ciclos profesionales... te dan más libertad. Te dejan jugar... y experimentar con tus compañeros.

SUJETO 7: Las artes tienen eso creativo e igual deberíamos llevar esa dimensión creativa al resto de las disciplinas mayores.

SUJETO 2: Pero eso es como lo de las inteligencias, creo yo. Es un poco potenciarlo todo.

SUJETO 3: Es lo que decía Ken Robinson que de pequeños...

SUJETO 2: Mira, ya se lo ha “empollado”.

VARIOS: (Risas)

SUJETO 3: ...que de pequeños nos dicen que cometer errores es malo y no podemos equivocarnos porque vamos a acabar mal, si nos equivocamos. Y al final, no acabamos de arriesgarnos a hacer cosas porque tenemos miedo a equivocarnos. ¡Y que nos juzguen por equivocarnos! Entonces, en clase, lo de opinar... no opinamos por que como no esté todo el mundo de acuerdo con lo que digo yo o me equivoque al decir algo, pues la gente se va a reír de mí.

SUJETO 5: El problema que más que la gente que está a tu lado, es el profesor, que si tu le vas a hacer un comentario y el profesor va a estar en contra lo primero que piensas es “uy, voy a ir al lado malo del profesor”.

SUJETO 2: ¡Eso es un fallo vuestro! Quiero decir, esa persona está para enseñaros. Se supone que partís de cero, tabula rasa. Está para enseñaros. ¡Tenéis que equivocaros para aprender! ¡Y qué os corrija! ¡Qué os corrija!

SUJETO 5: Yo a lo que me refiero es que hay profesores que sí aceptan que tú tengas una opinión diferentes pero siendo honestos, hay profesores que no te lo aceptan...

VARIOS: Murmullos.

SUJETO 2: Bueno, hay alguno...

SUJETO 1: Yo con Coral... decías una opinión que se te quedaba mirando... como no le convenciera la opinión hacía como si no te hubiera oído y seguía con la clase. Y decías a ver... ¿para qué pides que opinemos? Si pasas de mi opinión.

SUJETO 2: A mí nunca me ha dado corte. Todo lo contrario. Antes era como reforzar que lo he entendido. Y ves que ellos responden. Ves que ellos lo agradecen. Ven que hay intereses, que ellos mismos... porque yo he hablado poco a nivel personal, casi con todos. Y ellos lo agradecen. Un interés por parte de la clase que no es llegar y vomitarlo y que la clase esté así “pum, pum, pum” – Hace que escribe – Eso también tiene que ser por parte del alumno.

SUJETO 1: Pero eso también forma parte de la personalidad de las personas.

SUEJTO 2: Yo también me veo diferente que a vosotros. Vosotros estáis recién llegados de un sitio que, es un poco lo que dice ella... Va a parecer que es una tontería ¡Di tonterías! ¡De hecho se trata de decir tonterías!

SUJETO 5: Es a lo que me refiero. Si tú dices una tontería y un profesor te dice “ah, qué bien que pienses así lo otro, lo otro, lo otro”... vale. Pero si un profesor...

SUJETO 1: A mí no me gusta que qué bien.

SUJETO 2: A mí tampoco.

SUJETO 3: ¡Pero que la tengan en cuenta!

SUJETO 1: ¡O que te la desarrollen un poco!

VARIOS: (Murmuran)

SUJETO 5: Pero, aunque te diga que no está de acuerdo, que lo acepte y que no por esa opinión que tú tienes...

VARIOS: (Murmuran)

SUJETO 5: Yo a lo que me refiero es que si tú dices una opinión contraria a la del profesor, pero ese profesor va a ser objetivo a la hora de seguirte dando clase, vale. Pero es que es muy difícil. Porque si tienen una opinión diferente de un tema muy concreto... igual si es un profesor bueno, vale. Pero si no es un profesor que no es tan bueno...

SUJETO 1: A mí la verdad es que cuando llegué a mi piso que son todas chicas estudiantes de la misma carrera pues, me advirtieron también un poquito de Coral. Me dijeron... Ten cuidado con lo que dices que se te ven las ideas... Yo ahora mismo estoy siendo igual que en cualquier sitio. Soy una persona que a ver, sé cuándo tengo que hablar de unas cosas y cuándo tengo que hablar de otras, porque no soy tonta tampoco. Pero soy una persona que mi opinión va por encima de... No es que no respete las opiniones de los demás, pero tampoco quiero que me impongan opiniones. Es decir, a mí no me tienen que imponer lo que tengo que pensar como yo no impongo lo que tiene que opinar la gente. Entonces, me vieron así también un poco... que me gusta expresarme, me gusta opinar y tal. Y me dijeron que con según que profesores... Sabes.

SUJETO 2: Yo no creo que con Coral nos impusiera una ideología...

SUJETO 1: Tampoco es que nos impusiera. Pero se veía el desprecio según qué ideas.

MODERADORA: Y de todo lo que me habéis estado comentado hasta ahora, del tema de la creatividad, de ampliar un poco el sistema educativo.... De qué manera se podría enfocar un poco a la asignatura de comunicación que habéis estado cursando.

SUJETO 7: Por ejemplo, el trabajo de *Huellas* que estamos haciendo ahora a mí me gusta porque no tiene ningún tipo de pautas. Es decir, tú lo puedes hacer como quieras. Entonces pues podrían ser, a ver, no digo todos los trabajos pero más bien, una cosa así. Incluso hacia el examen final que tú tengas que presentar un trabajo que tú pensaste, planeaste y terminaste con todo el proceso creativo de detrás y que te evalúen una asignatura según lo que tú hiciste, como tú quisiste, vamos.

SUJETO 2: Pero es un poco como...

SUJETO 5: Pero sí que tenemos mucha libertad, yo creo porque hasta con las bitácoras. Pero me refiero, tú tienes total libertad para hacerlo como tú quieras.

SUJETO 4: Yo creo que por eso estábamos tan perdidos porque no estamos acostumbrados a que nos den tanta libertad.

VARIOS: Murmullos.

SUJETO 2: Estamos acostumbrados a que te digan haz esto, esto y esto.

SUJETO 4: Estas cuatro cosas, estos cuatro días.

SUJETO 2: No pero, si le veis el sentido el hecho de estudiar los planos, estudiar tal. A lo mejor no había un organigrama que dijera ahora vamos a estudiar... o si lo había, me lo he inventado.

VARIOS: Sí lo hay, sí que lo hay. –Risas.

SUJETO 2: Entonces, quieras o no estaba enfocado para *Huellas en la Ciudad* que todos tuvieran libertad o de grabar, planos o tal, que luego eran informaciones muy teóricas. Luego lo haces como conducir, metes primera voy acelerando. Luego ya grabas.

SUJETO 5: Presentando Huellas no es lo mismo decir “ah esto es un plano detalle”... Lo grabamos desde muy cerca. Entonces sí está bien.

SUJETO 2: Pero la gente se lo toma muy literal como “ah planos”. ¡Todo el mundo a grabar! Pues hijo, puedes hacer otra cosa. ¡Cualquier cosa!

MODERADORA: Bueno, cuando decís el tema de grabar me imagino que entonces habéis dado temario de cine, medios de comunicación...

SUJETO 2: En esa asignatura hemos dado tipología de planos un poco, pues eso, cómo grabar bien... como muy amplio. No da tiempo a más, no es una asignatura de cine. A lo largo de la carrera hay optativas ¿no?

VARIOS: (Murmuran)

MODERADORA: Y actualmente vosotros opináis que los ciudadanos en general, a lo mejor no sólo los profesionales de la comunicación, deberían o no estudiar este tipo de materias tan amplias de los medios de comunicación...

SUJETO 2: Ojalá. Serían más críticos y no se creerían todo lo que les venden.

SUJETO 1: Eso es verdad.

SUJETO 3: Yo pienso que los planos y esto, no debería ser obligatorio.

SUJETO 4: ...tan necesario.

SUJETO 8: ¡Claro!

VARIOS: (Asienten)

SUJETO 2: ¡Es una herramienta!

SUJETO 3: Es una herramienta, pero que no todo el mundo quiere utilizar.

SUJETO 2: Ya, pero yo estudié eso en su día y yo por ejemplo mi trabajo de *Huellas*, no lo he enfocado ni mucho menos al audiovisual.

SUJETO 3: Ya pero yo por ejemplo, lo de la educación, la parte de la educación y la comunicación, no comunicación audiovisual, sino cómo se comunica y la percepción y todo eso... eso sí que me parece esencial para todo ser humano. Pero la parte de planos y algo más específico de cine no...

SUJETO 7: Igual se debería haber fijado más en comunicación, medios de comunicación en contacto con el público que en darnos las pautas básicas académicas.

VARIOS: Discuten sobre ejemplos de clase.

SUJETO 2: Se presupone que no tenemos ni idea de captar imágenes. Vas a presentar un trabajo movido, planos que no tienen nada que ver. Ahora sabemos interpretar planos.

SUJETO 1: Hombre, pues sí la verdad es que igual la calidad de los trabajos desde el primer “cuatri” hasta ahora, ha mejorado.

SUJETO 2: Y claro, en seguida. Ala un vídeo.

SUJETO 1: Es lo que te digo. Es lo que ha dicho ella... tú llegas de Bachillerato o de Formación Profesional o de cualquier sitio en el que te han enseñado esto, esto y esto. Quiero que me lo metas en el trabajo y ya está. Te encargas de buscar la información y la organizas así, que es como te estoy diciendo yo. Y llegas aquí y yo me acuerdo el primer trabajo de Coral el del sombrero... O sea, yo aluciné. Eh... ¡Creatividad! ¡Que sea creativo y...! Yo me quedé en plan...

SUJETO 2: ¡Me encantó! ¡A mí me encantó!

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 5: Pero te vuelves un poco loco por un momento... no sabes reaccionar.

SUJETO 1: Te quedas como en blanco como... ¡es que no sé hacer nada!

SUJETO 8: ¡Ya!

SUJETO 1: ¡No sé hacer nada! ¿Y qué hago? ¿De qué parto...? ¿De qué idea...?

SUJETO 8: No sabes por dónde pillarlo...

SUJETO 1: ¡Exacto!

SUJETO 8: porque hasta ahora los trabajos contaban menos...

SUJETO 1: Parece que ahora vamos cogiendo un poco el hilo de eso de hago lo que me da la gana y me expongo a lo que venga. ¿Sabes?

SUJETO 5: Y también la otra es que entregas un trabajo, un vídeo lo que sea y... normalmente los profesores no... Muchas veces igual los profesores sí te dan retroalimentación pero muchas veces prefieren no hacer comentarios o lo que sea y te dan la nota directamente. Y yo creo que Matilla eso lo está haciendo bastante bien.

TODOS: (Afirman)

SUJETO 5: Te está dando críticas pero... no lo sientes como críticas.

SUJETO 2: ¡Constructivas! Son constructivas.

TODOS: (Siguen afirmando)

SUJETO 5: Y te dice la calidad del audio pudo ser mejor pero tal... Al mismo tiempo te está alagando tu trabajo pero...

TODOS: (Siguen afirmando)

SUJETO 2: Y muy de tú a tú. Eso se agradece.

SUJETO 1: Sí. El trato.

SUJETO 2: Ya no es esa barrera del usted que ponía el de lengua, que yo me llevo muy bien con el pero... “el usted”

SUJETO 8 y 2: ¡El usted!

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 2: Y era como... es... como una barrera porque hay gente que le das esto y le das hasta aquí –Señala brazo- y luego hasta aquí. Matilla está sabiendo cómo hacer. Ganarse el respeto a la gente hablando de tú a tú.

VARIOS: (Discrepan)

SUJETO 6: Hay personas que le toman un poco así...

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 1: A ver, se ríen.

SUJETO 5: Es verdad porque yo estuve en la votación esta de lo del Decanato y yo...

SUJETO 2: ¿Fue hace poco?

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 5: Y yo... Y estaban otros profesores y no sé si ustedes se dieron cuenta pero desde mi punto de vista habías profesores que estaban siendo irrespetuosos con él.

VARIOS: (Afirman)

MODERADORA: Volviendo un poco al tema de comunicación y educar al ciudadano dentro de los medios de comunicación... De qué manera enfocáis vosotros los medios de comunicación con los ciudadanos y la educación en general.

SUJETO 3: Yo creo que los ciudadanos dan muy poca importancia en los medios de comunicación en general y del efecto que tienen. Ahora, muchas veces mucha gente se cree todo. Lo que salga en los medios de comunicación es la verdad. Cada vez igual hay cada vez más de...

SUJETO 1: Concienciación.

SUJETO 3: Que debería haber más educación sobre ello.

SUJETO 2: Hay un sesgo en la información. De todo esto que es la información, nos llega esta parte –Señala de mayor a menor con las manos. – De esta parte nos presentan y nos clasifican lo que les da la gana. Sólo podemos ser críticos con lo que conocemos. Lo que desconocemos... ¿cómo vamos a saber lo que desconocemos? Es imposible.

SUJETO 1: Ya es imposible...

SUJETO 2: Pero al menos que la gente sea crítica y que sepa que no se tiene que creer todo lo que ve. Yo por ejemplo... un ejemplo que pongo yo siempre. Yo me levanto y con las legañas miro diez periódicos. Han muerto cinco, han muerto seis, derecha, izquierda, arriba y abajo. Han

muerto cinco, han muerto seis, han muerto siete, han muerto ocho... Bueno, yo sé que han muerto.

SUJETO 8: ¿Y de qué manera han muerto? Que eso cambia.

SUJETO 2: Bueno por lo menos coinciden que han muerto. Bueno yo sé que han muerto. Más o menos te haces una idea. Luego dependiendo de la línea que lleve el periódico pues ya ves como... El demonio. Ahora el demonio es fulanito, el bueno es menganito... Pues oye...

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 2: La gente se cree los del ABC, se lo creen. Lo de el Dia... Tal.

SUJETO 1: Sí. Sí.

SUJETO 5: Yo creo que lo de la educación es muy importante en cuanto a... Yo por ejemplo, ahora que estoy en la Universidad hay muchas cosas que veo que antes no veía.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 2: Pero ¿estás convencida de verdad? ¿Lo ves? No es que lo veas... De verdad.

SUJETO 5: Hace algunos años a lo mejor lo veías medio a medias ¿sabes? Como que ahí queriendo ver pero no.

SUJETO 3: Hay algo malo ahí...

SUJETO 5: Pero, joder en estas clases que hemos dado bastante... con Coral éramos muy críticos. Entonces ahora sí que lo ves.

SUJETO 2: ¡Es que de eso se trataba!

SUJETO 5: ¡Ahora sí que lo ves totalmente de otra forma! Y eso es todo, ¡educación! No es que yo sea más inteligente ahora que antes. Es que tengo otra forma de pensar ahora.

SUJETO 2: Puedo deducir que esto debería venir de antes. Empezar a ser críticos, antes para tener una actitud crítica... desde la educación primaria.

SUJETO 5: ¡Desde más pequeños! Desde antes de la Universidad. Yo eso ya lo tendría que haber visto con quince años.

SUJETO 2: Yo me acuerdo de una chica que salió de clase de Coral que salió diciendo: ¡Yo no voy a volver a ser la misma!

VARIOS: (Risas)

SUJETO 2: Bueno, al menos te ha servido el cuatrimestre. Para algo...

SUJETO 6: Desde educación más temprana, el Instituto incluso. Así la gente crece sabiendo más lo que hay y si la gente es más crítica con el poder que se puede tener... Las redes sociales son un arma de doble filo, ya lo sé. Pero si la gente es más crítica, las empresas incluso las industrias van a tener más cuidado, quieran o no.

SUJETO 3: Si todo el mundo es crítico a la hora de ver pues noticias por ejemplo o leerlas, los medios de comunicación saben que tienen que ser más...

SUJETO 8: Que tienen que mejorar y ya está.

SUJETO 3: Claro.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 1: Que tienen que evolucionar.

SUJETO 2: Es que no tienen ideologías, tienen líneas. Por ejemplo Antena 3 tiene una línea y de ahí no se sale. Llega el editor, se sientan y “a ver esto tenemos que contarlos así, sino nos van a crujir, pero vamos a tratarlo de esta forma.” Y la imagen... ¡es que está todo estudiado! ¡está todo estudiado!

SUJETO 7: ¡Claro!

SUJETO 8: Es que por su parte debería a ver más transparencia... Educar la gente para que sea crítica y educar en cierto modo a los futuros periodistas para que no engañen.

SUJETO 2: Claro, eso sería lo ideal pero si ya nos estamos yendo de bares... Claro, ese es el trasfondo que hay.

MODERADORA: La Educomunicación en vuestro grado, vosotros creéis que es un pilar básico de todo el grado...

VARIOS: Contestan sí.

SUJETO 1: Pero no ya del grado, creo que deberíamos darlo mucho antes. El ser crítico y... yo por ejemplo me di cuenta cuando estudié filosofía, me di cuenta la de formas que hay de ver un mismo asunto y totalmente diferente a lo largo de la historia y a lo largo del tiempo y yo creo que filosofía debería de estar en la ESO por mucho que le moleste mucha gente.

SUJETO 2: ¿Sabes cuándo empecé yo a ser crítico? Cuando hice un examen y en vez de poner “Platón dice esto, esto, esto” pero yo opino esto, esto y esto y me contó un dos y medio más y era como... ¡pensar es bueno! Y al final me volví crítico...

SUJETO 6: Hablando de la carrera de publicidad en concreto, yo creo que la publicidad, al crear tendencia, esas tendencias sociales, esa influencia, la moda, porque al final se trata de crear modas, si son positivas, pueden ayudar mucho. Entonces tendríamos que pensar más en una publicidad, ya no social pero si que...

SUJETO 3: Como la publicidad puede ser una manera de educar.

SUJETO 1: Utilizar a la publicidad como educación no sólo para vender.

SUJETO 6: A parte de no ser solo para vender, ser más responsables.

SUJETO 2: Pero si te dedicas a esto te van a pedir que vendas hasta tu madre: ¡Las preferentes! Hay que publicitar las preferentes, eran comerciales. Digamos que un poco de la rama...

VARIOS: (Comentan a la vez)

SUJETO 7: A ver, tú tienes que tener tu propia moral, tu propia ética. Y si crees que eso no es tan malo, pues lo haces... ¡Allá tú con tu conciencia y a ver cómo duermes por las noches!

SUJETO 2: Este documental que vimos que había que darle a un botón y tenía descargas eléctricas... ¿Cuánta gente se negó? ¡Poca! Pero se negó.

SUJETO 3: Eso viene de un experimento que se hizo en los años 40` para ver cuánta gente se negaba y la gente se negó entonces más que ahora.

SUJETO 5: Pero por eso mismo es importante que eduquen, porque cada vez que... como estamos acostumbrados a hacer lo que nos dicen todo el tiempo, dejamos de pensar y...

SUJETO 6: Eso es como decir... yo tengo que ganar dinero pero hasta aquí.

SUJETO 7: A parte de que nos eduquen para ser críticos, esto, de lo que estamos diciendo ahora, me parece importante que en carreras de comunicación se aprenda sobre todo a *empatizar*... A partir de *empatizar* con la gente consigues transmitir mejor las ideas y yo creo que en esta clase con Agustín, hemos aprendido un poco de eso porque, aparte del trabajo de Huellas en la Ciudad, que cada uno ha podido enfocarlo de una forma más personal o menos, los primeros ejercicios fueron de la entrevista a otra persona de la clase que ahí conseguíamos saber un poco más sobre la vida de otra persona, que no conocíamos mucho lo que sea... y luego teníamos que hacer nuestra propia biografía y pensar un poco sobre nosotros mismos, también ayuda...

SUJETO 1: Más emocional.

SUJETO 2: ¿Y cuántos de vosotros después de esa entrevista habéis ido a tomar un café con esa persona?

SUJETO 5: Yo creo que depende de cómo te tomes el trabajo. Yo por ejemplo de la entrevista que le hice a esta chica, me quedaron muchas cosas claras... Ahora entiendo por qué eres así. Y las cosas que a lo mejor no te gustaban de esa persona cambian. Si que cambia tu forma de ver...

SUJETO 2: Sirve para quitarte un poco los prejuicios, que detrás de una fachada hay personas.

SUJETO 7: Yo creo que la asignatura en sí, aparte de aprender comunicación, nos ayuda a crecer como personas.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 1: Yo eso se lo puse en el examen.

SUJETO 4: Porque esta asignatura al fin y al cabo, me dio tiempo a escribir una frase: “Me ha ayudado para la vida”. ¿Por qué? A ver, ha habido cosas que no me gustan, como el video este de la UNED. Pero por ejemplo, hay otras cosas que sí te hacen crecer como persona. Hablar, debatir... Luego también, hay un problema en clase que es que... Los que hablan son “los pelotas” ¿no? Por así decirlo...

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 4: Y los otros, los que no vienen a clase, son los *guays*.

SUJETO 2: Los que opinen así son críos... ya crecerán.

SUJETO 8: Pues si te importan lo que piensen de ti, cállate. Pero si no te importa...

SUJETO 4: Yo la verdad, soy una “cotorra”, yo no puedo parar de hablar en clase y me da igual lo que digan los demás porque yo creo que tengo, creo que soy un poco más madura que la mayoría de ellos, entonces, yo tengo mis ideas...

SUJETO 3: No pero sí se nota la gente que acaba de salir de casa...

SUJETO 2: Me puse yo a hablar con Agustín de esta asignatura cuando me comentó que la habían creado y me chocó mucho. Y cogió una de clase y se puso a hablar así... Mirando a haber que hacíamos. Igual que con Tecla que hubo una compañera para ver que decíamos, hay gente que...

SUJETO 1: Yo también cotilleo. No a ver, hay cotilleos que van hacer daño y hay otros de “yo me quiero enterar porque si me va a ayudar a aprender a mí también me gustaría enterarme”.

VARIOS: (comentan sobre el tema de cotillear)

MODERADORA: A mí me gustaría que concretarías un poco más las personas que a lo mejor opináis sobre ese tipo de crecimiento dentro de las asignaturas o de la educación...

SUJETO 6: Por ejemplo... yo con un profesor en concreto que tenemos de arte, se nota que tiene una pasión por lo que está enseñando que lo transmite de cierta manera que dices “dios mío”...

SUJETO 3: Es que yo creo que en un profesor es muy importante la motivación, y se nota un montón...

TODOS: (comentan)

SUJETO 5: Yo creo que también, cuando entramos a esta carrera tienes ya muchos prejuicios de que materias son más importantes...

VARIOS: (Afriman)

SUJETO 5: ...y cuáles te van a servir en verdad. Y al final, es que no tiene nada que ver el nombre de la materia. Porque hasta que estas en clase y ves cómo te da la clase el profesor e igual es la materia más importante pero si no te enteras de nada, no te sirve de nada.

SUJETO 6: Es como los datos, tú no vas a salir diciendo de aquí sabiendo absolutamente todo lo que aprendiste pero algo, de todo un poco, lo vas juntando.

SUJETO 7: Te hacen crecer como persona, juntando las cosas...

SUJETO 3: Yo creo que algunas asignaturas son un poco como los anuncios que te dejan la marca esa de que siempre...

SUJETO 1: Te quedas con la canción y la tarareas.

SUJETO 2: También es un poco, como lo que estáis hablando... Si el profesor lo vive, lo transmite, y te transmite pasión... hay gente que le llega, a otras no.

SUJETO 6: Además se nota que le gusta lo que está dando que sabe, de eso y otras cosas que le gusta juntar entre ellas...

SUJETO 2: Y a lo mejor hacen materias que en principio son... bueno. De querer saber. Por ejemplo economía, a mí me gusta, yo lo disfruto, ¡me gustan los números!...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 3: Si ves que un profesor entra en clase y se nota que no le gusta, o no que no le guste, que no está disfrutando, no te va a gustar algo que ni si quiera a la persona que estudió eso le está gustando dar...

MODERADORA: Y entonces, las nuevas tendencias que a lo mejor tendría que ir la educación en general...

SUJETO 9: Yo creo que más personal al alumno, no “ala aquí tienes los...”

SUJETO 2: ¡No tan frío, más afectivo!

SUJETO 3: Yo creo que uno de los principales motivos de que no haya trato... en este Campus no tanto, aún somos grupos reducidos pero clases con menos gente. Porque tú no te vas a... Es difícil porque entre recortes, cada vez hay menos profesores, cada vez hay ¡menos de todo! Pero, es mucho más fácil dar una clase con 20 personas, que una persona se sienta cómoda... Aquí estamos onces personas o diez personas y te sientes mucho más cómoda hablando que si hay ochenta, o cien... Entonces estamos en un ambiente mucho más cómodo para estudiar, para atender, para participar y al final eso te ayuda muchísimo.

SUJETO 5: Yo creo que lo que tiene también mucho que ver son los profesores.

SUJETO 2: La educación vocacional.

SUJETO 5: Porque lo que no es normal es que seamos la misma cantidad de personas en todas las clases y que con un profesor te sientas súper cómoda y con otro te sientas que hay el doble de personas. O sea que en realidad, no sólo hay que cambiar a los alumnos, que los alumnos también tienen que cambiar algunas cosas pero también son los profesores que tienen que tomarse las cosas diferentes.

SUJETO 4: Yo creo que uno de los problemas que hay en asignaturas como la que dio Matilla, que igual, al ser como tan abiertas, tan libre, hay mucha gente que acaba pasando.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 4: Eso sí que se puede arreglar si el profesor empatiza mucho más con los alumnos.

SUJETO 2: ¿Cómo?

SUJETO 1: Creo que tendría que ser una mezcla de disciplina y libertad.

SUJETO 8: ¿Dónde pones el límite?

SUJETO 1: El límite... A ver, Matilla pone el límite por ejemplo en lo de la evaluación continua, las faltas, tal. Es que es muy difícil...

SUJETO 5: El problema es eso, que tiene que ver un límite.

SUJETO 1: Eso por ejemplo, que si a ti te manda un trabajo y es “pa hoy” es “pa hoy”. ¡No para mañana! Entonces ya esa flexibilidad, esa libertad. No, tú has tenido la libertad de hacerlo o no, no has querido hacerlo, perfecto. No lo entregues, ya no cuenta nada de trabajo.

SUJETO 8: Exactamente.

SUJETO 1: Esa flexibilidad acaba haciendo que te rías.

SUJETO 8: No que te rías tampoco...

SUJETO 1: Una cosa es que tu vayas y le digas “Matilla he tenido un problema, tal, no he podido ir hoy, tal.” ¿Sabes? No he podido entregarte esto y que te entienda como persona. Eso es lo que estamos diciendo todos, que sea más fácil y que sea un trato mucho más cercano. Y entienda tus problemas y tus cosas. Eso ya es otra cosa. Pero, si tú no vas a clase, no te has enterado del trabajo y me vienes el último día con los treinta trabajos que ha dado en clase y te los acepta... y te los acepta...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 1: Ahí es cuando la disciplina a fallado y la libertad... No es libertad es anarquía.

SUJETO 5: Tiene que haber un límite de oportunidades.

SUJETO 2: Claro, pero para llegar a ese punto, tiene que saber la persona cómo hacerlo.

SUJETO 1: Claro, pero para... Libertad, pero dentro de un límite.

SUJETO 2: Tampoco sirve... Ya pero...

SUJETO 1: Libertad, peor si no haces las cosas porque no quieres... es tú culpa. No por culpa mía, ¿o no?

SUJETO 2: Sí...

SUJETO 1: Si no puedes, he estado malo, tal, lo entiendo pero...

SUJETO 2: Un día malo, un día malo lo podemos tener cualquiera.

SUJETO 4: Me refiero que las consecuencias que hablamos antes, la educación tradicional las consecuencias están cuándo fallas. Aquí las consecuencias tendrían que ser si no tienes un compromiso.

SUJETO 1: ¡Exacto! Que haya un compromiso profesor – alumno.

SUJETO 4: Pero si tu no entregas las cosas en la fecha, etc. Ahí sí que tendrás consecuencias. Ahora, si fallas, en el examen, en los trabajos, porque yo que sé... no lo entendiste, la asignatura etc.

VARIOS: (comentan)

MODERADORA: Y ese compromiso de que parte tendría que...

VARIOS: De los dos.

SUJETO 5: De los dos, pero yo por ejemplo, lo de los fallos lo entiendo, que a lo mejor dos personas entregaron el mismo trabajo y para su punto de vista, a lo mejor este tiene fallos pero no te los tiene tan en cuenta... pero el compromiso sí. Porque a mí me va a gustar que una persona que ha ido a dos clases y yo que no he faltado a ninguna, tenga la misma nota que yo...

SUJETO 4: De ahí el compromiso de ir a clase, entregar las cosas a tiempo, etc.

SUJETO 3: Eso, sí que es verdad. Matilla por ejemplo, tienes faltas de ortografía, o te equivocas... Yo por ejemplo, nos equivocamos en el examen, el que hicimos de las preguntas, en un nombre, pero lo que le habíamos dicho todo y estaba bien y no le importó. A ver, es un nombre, una persona, ya está. Yo, en eso...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 2: Pero, ¿dónde se aprende el compromiso?

SUJETO 1: En casa primero.

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 5: Por ejemplo, vale que tengas más libertades en esta asignatura, que te deje hacer lo que quieras o tal... Sigue siendo una materia en tu carrera universitaria y lo que no puedes hacer es pues... como no cuenta la asistencia, pues no voy ni un día a clase. Y pregunto por el grupo del *whatsapp* a ver qué trabajos hay para mañana y... ¿al final esa persona va a tener la misma nota que yo?

SUJETO 1: Pero luego te llaman pelota...

SUJETO 5: ¡Pues ve a clase!

SUJETO 2: Pero tampoco es eso, tampoco te puedes poner así...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 4: Yo por ejemplo, tenemos un compañero de clase que, un compañero, que no pisa por clase, y me dijo oye, ¿me dejas los apuntes de arte? Y le dije, no...

VARIOS: (Ríen)

SUJETO 4: O sea, a ver, que fui mala persona por un lado pero...

VARIOS: (Niegan)

SUJETO 8: No, a ver. Una cosa es que una persona te pida ayuda y se la niegues, eso es ser mala persona. Otra cosa es que te pidan tu trabajo que tú has hecho y se lo niegues...

SUJETO 9: Y otra cosa es el motivo de por qué faltas. Has faltado una semana porque estás malo...

SUJETO 6: Si es porque estás malo, yo te los doy.

SUJETO 9: ...pero si es porque estás...

SUJETO 6: ¡Si es que a mí me encanta dormir por las mañanas! Pero a las nueve estoy despierta, vengo a clase, atiendo... pregunto a los profesores, porque si no me quedo dormida y porque además ¡me gusta afianzar conocimientos! Por ejemplo, el profesor me está contando una cosa y le digo “entonces, esto es esto” y me dice “sí” y digo vale. Ya puedes continuar. En el momento que yo sé que sé esos conocimientos, ya le dejo seguir.

SUJETO 5: ¿A mi sabes que me encanta? Que te preguntan por *whatsapp* “¿qué hay para la semana que viene?” y tú les dices, “pues de Matilla hay esto y esto y lo otro”. Y lo primero que hacen es decir “joder me tengo que poner a hacerlo porque tuve una pereza y no lo hice”. Lo primero que hacen es ¿cómo manda trabajos ese hombre? ¿es que no nos deja estar ni un momento tranquilos? Es que no sé qué... Tío, si estuvieras haciendo las cosas cuando las mandan y sabes, organizándote un poco, no tendrías ese problema asique no te pongas ahora a decir que es culpa del profesor que tú no tengan ningún trabajo hecho.

MODERADORA: Y el tema de las actividades que os mandan en clase, las nuevas formas docentes, la línea que habría que seguir... Cómo lo enfocaríais vosotros eso...

SUJETO 8: Yo lo pondría más dinámico.

TODOS: (Afirman)

SUJETO 8: Con debates en clase y cosas así...

SUJETO 1: Debates... mejor... planteados. Porque defender lo indefendible, no le gusta a nadie.

SUJETO 9: Los debates que hacemos en el primer “cuatri”...

SUJETO 1: Vale sí. Eso sí, pero... defender lo indefendible, no gusta.

SUJETO 4: Pero también te ayuda a argumentar eso es lo bueno.

SUJETO 1: Sí te ayuda a argumentar pero llega un momento en el que entras en un bucle de argumentación, argumentación, argumentación... siempre con la misma argumentación. Pero es que no puedes defenderlo de ninguna otra manera. Ni tú misma sabes defenderlo.

SUJETO 2: Pero si lo piensas... ¿es lo que se supone que tiene que hacer un publicista?

SUJETO 8: ¡Es que es eso a lo que venimos! ¡A defender lo indefendible! ¡A vender lo que tú no comprarías!

SUJETO 1: Sí... pero es una locura. No sé.

SUJETO 2: ¡Ataca la publicidad social! ¡Es la única que me gusta! ¿Cómo voy a atacar la única que me gusta? ¡Atácala tú! O sea, me niego a hacer esta práctica hasta cierto punto... puedo encontrar ese argumento pero eso es lo que tocaba a hacer con Benetton. Vale, ves a una monja besando a un cura. ¡De puta madre! A mí me parece genial. Puedo entender que hay un sector de la población que le puede sentar mal, ahí puedo discrepar un poco, en ese sentido pero...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 9: Siempre va a haber un sector de la población que le siente mal...

SUJETO 2: ¡Todo!

SUJETO 9: En todos los anuncios y en todas las campañas siempre, siempre hay alguien que...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 6: Esa campaña rompió algunas leyes, yo tenía argumentación y fui con mis leyes y se las expliqué.

SUJETO 2: Pero la libertad de expresión...

SUJETO 6: La libertad de expresión...

SUJETO 1: Acaba cuando acaba la libertad de otro.

SUJETO 2: ¿Entonces no podemos decir nada?

SUJETO 6: Pero, vamos a ver...

SUJETO 1: Pero la libertad hay que respetarla.

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 5: Siguiendo con lo de las clases, que era el tema... Creo que es importante eso de trabajar en equipo que yo por ejemplo no hice, espera, yo no hice el bachiller aquí en España entonces... Yo dónde hice el bachiller, desde secundaria y todo bachiller, ya trabajábamos en equipo.

VARIOS: ¡Qué suerte! Es una suerte.

SUJETO 5: Y por ejemplo, yo llegué aquí y mucha gente... No tiene ni idea de trabajar en equipo. Y es muy complicado trabajar con esa gente.

SUJETO 1: Hay cuatro personas que trabajan y cinco que se están tocando las narices...

SUJETO 5: Aunque trabajen todos. A mí lo que me ha pasado es que... lo que tienes que saber hacer al trabajar en equipo es escuchar a los demás y no siempre vas a tener tú la razón. ¿Y qué pasa aquí? Somos un equipo de cinco y a una le gusta una canción para un vídeo y a las otras cuatro no y ¿qué va a pasar? Que se va a quedar la que ella quiere porque no hay forma de dialogar. Entonces, eso es parte de que te tienen que educar desde antes. No llegar a la universidad para aprender a trabajar en equipo. Es súper chungo.

SUJETO 2: Tienes toda la razón por que lo he visto y lo he vivido y flipas... En el primer trabajo que... ¿te acuerdas?

SUJETO 6: Pero porque había gente que no respetaba las ideas de los otros.

SUJETO 2: O no las tenía en cuenta.

SUJETO 6: Yo me acuerdo que estaba ahí exponiendo mis ideas y entonces hubo un compañero que dijo "eso no sirve para nada" y fue como...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 5: Que no es solo recibir las críticas también hay que saber darlas. ¡Que hay gente que no sabe criticar!

SUJETO 2: Que la mayoría no saben trabajar en equipo.

SUJETO 7: Por eso decía lo de Matilla, lo de saber *empatizar* y saberse poner en el lado del otro... Ver cómo le sentaría tu opinión y ser un poco coherentes con...

VARIOS: (Comentan)

MODERADORA: ¿Cómo? ¿Cómo? Repite...

SUJETO 7: Que por eso es importante asignatura como las que da Matilla para crecer como personas y aprender a *empatizar* para luego saber trabajar en equipo, a la hora de luego ya tener un trabajo y tener que trabajar con otras personas, saber dar críticas, lo que decía ella, y saber aceptarlas también. Un poco, ponerse en la situación de los demás.

SUJETO 3: Luego llegas a la entrevista de trabajo “ah genial, genial”...

VARIOS: (Ríen)

SUJETO 4: Y otra cosa es hacer los grupos... No que se elijan. Porque muchas veces, a nivel profesional, vas a tener que aprender a trabajar con gente que ni si quiera te cae bien y hay que dejar eso a parte... No vas a poder estar siempre en los grupos siempre con tus amigos.

SUJETO 6: Siempre con tus amigos es malo.

SUJETO 2: Y luego los que se quedan son sus amiguitos y te dan la faena...

SUJETO 5: Yo creo que entre amigos es peor ¿eh?

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 2: En el mundo real suele haber un responsable de equipo. Y si ese responsable de equipo falla, siempre hay un eslabón en la cadena más arriba al que poder acudir. Aquí no se ha hecho. Y qué pasa si ese responsable de equipo es una de las amiguitas de la muerte pues ellas se van a poner de acuerdo. Y lo lógico es que caiga el más neutral. Y es lo que decíais por aquí, que los hagan, que los hagan y punto. Y que vayan cambiando.

SUJETO 1: Y luego al final te darías cuenta que yo trabajo mejor con este, yo trabajo mejor con aquel, tal. Y al final el grupo se conformaría sólo pero ya cuando conoces a todos y has pasado por todos y sabes yo trabajo mejor con él, yo trabajo mejor con este... No tenemos la misma opinión, pero trabajamos bien ¿sabes? Porque no es me llevo mejor o me llevo peor, no. Es trabajo bien.

SUJETO 2: Y lo que no me parece justo es que hay gente que se toca las bolas.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 2: Que hay gente que trabajan más y hay gente que no... Sí... No... Y la nota es en grupo. Porque me haya tocado cargar con fulanito y fulanito no quiere hacer nada por favor... Y yo sí que me lo he currado pues...

SUJETO 4: De eso también depende la forma de trabajar de cada uno porque en un grupo, ya personalmente, trabajo mejor en casa. Ahora, si quedo con el grupo, quedamos. Nos ponemos de acuerdo en hacer algunas cosas y estamos por *whatsapp*, cada uno trabajando en casa pues yo personalmente trabajo mejor.

SUJETO 2: Sí, sí, claro.

SUJETO 6: Y luego lo que yo veo fundamental son las presentaciones. El sentido de que los profesores te manden hacer una presentación de tu trabajo. Porque de esa manera tú consigues exponer tus ideas porque en nuestra vida laboral nos va a servir y nosotros al fin y al cabo venimos, la mayoría para ser publicistas, y entonces, llegará un momento en el que tengamos que exponer nuestras ideas a nuestro cliente. Entonces de esa manera yo creo que los profesores, te ven, te ayudan, te sueltas un poco y...

SUJETO 8: Pero eso, yo creo que también debe hacerse todo desde antes. O sea, porque llegar a la universidad y no...

SUJETO 2: Nos ha vuelto a traer a...

VARIOS: (Ríen)

SUJETO 5: Que te de vergüenza hablar en público...

SUJETO 8: Hay que aprenderlo desde antes. Yo creo que sí que hay gente más tímida y gente que no, y hay gente que se le da mejor y hay gente que no. Pero si desde pequeños...

SUJETO 1: Si lo practicas...

SUJETO 8: Desde pequeño te dicen “mira, no pasa nada, no muerden” ¿sabes? Yo creo que aprenderíamos mejor.

SUJETO 3: Yo creo que... es lo que estuve hablando el otro día con una amiga que... el teatro, para hablar en público, aunque se piense que es una tontería...

VARIOS: (Dicen no)

SUJETO 3: Bueno, hay muchos que si piensan... teatro, teatro. Ayuda muchísimo a la hora de hablar en público. Yo lo vi y... Yo llevo dando teatro doce años.

VARIOS: (Ríen)

SUJETO 9: Se te nota en clase.

SUJETO 3: Pero mi hermano por ejemplo que lo vi el cambio en él porque no hablaba con nadie que no fueran sus amigos y el chaval le encanta hacer el tonto, pero con gente que conoce. Luego estamos con la familia y le encanta hablar de monólogos y esto. Y te cuenta y te partes pero nunca lo hacía porque le daba vergüenza. Fue a teatro un año y yo lo vi en el escenario y era una persona completamente diferente. Y salía de allí y le daba igual hablar con quién fuera, hacia el tonto delante de todo el mundo y ahora empezó a cantar, se subió a un escenario a

cantar porque perdió el miedo a que le juzgaran todo el rato. Igual el teatro, de pequeño, aunque sea un año, dos años...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 8: Pero hay gente que no le sale y si no le sale, es mucho peor. Y encima lo pasan mal.

SUJETO 5: Pero tú puedes no tener miedo a que te juzguen pero cuando lo haces en frente a un profesor que sabes que te va a poner nota y sabes que la nota no sólo te va a afectar a ti, va a afectar a tu equipo...

SUJETO 1: Ya pero el día de mañana te va a afectar el cliente...

SUJETO 5: Ya pero que una persona que ya es tímida de por sí y nunca ha hecho exposiciones y tal... A nosotros nos pasó con el profesor de historia.

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 5: Pero tampoco es la forma. No es la forma de "si vas a leer mejor siéntate". Que te motive un poco ¿sabes?

SUJETO 2: Que no todo el mundo tiene por qué exponer.

SUJETO 8: En plan decir "bueno no hace falta que me lo digas de memoria puedes apoyarte pero..."

SUJETO 3: Que la persona en cuestión se sabía, lo había estudiado y sabía lo que estaba leyendo ¿qué pasa? Que te pones delante de personas y es muy difícil acordarte de las cosas.

SUJETO 4: Estamos volviendo a lo del miedo a fallar. Y eso es muy importante también porque en el mundo profesional habrá muchas veces que la cagues, que te salga mal, que te digan que no, que te echen, que te despidan y tienes que saber recuperarte de eso...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 1: Eso te va a pasar en todos los lados.

VARIOS: (Comentan)

MODERADORA: Bueno hasta ahora han salido la verdad temas muy interesantes, hemos hecho un repaso sobre el tema de la asignatura de <<Comunicación, Educación y Sociedad en Contexto Digital>>... Hemos tocado también el tema de ciudadanos y educación en los medios. Hemos tocado también el tema de la Educomunicación como pilar básico dentro de la publicidad ¿no? Y también hemos hablado de las nuevas formas docentes. A mí me ha gustado mucho esta sesión y no sé si para concluir alguno quiere decir algo más sobre los temas...

SUJETO 3: La sesión me recuerda un poco a la asignatura porque era cómo que hablábamos un poco de un montón de temas pero que al final todos tenían...

SUJETO 1: ¡Conexión!

SUJETO 3: Ahora empezamos a hablar de esto de los debates y el público y es el miedo a equivocarnos del que habíamos hablado antes.

SUJETO 4: Para resumir el final es... En la parte estricta de la educación tendría que más bien estar en compromiso, en los fallos, tener más libertad para hacer “x” cosas, trabajo en equipo, empatía, respeto...

SUJETO 8: Y empezar antes...

SUJETO 2: Eso es básico también.

SUJETO 3: Y desde el principio, desde que nos empiezan a educar, centrarnos en todo.

SUJETO 4: Y también que la gente que somos personas, ni número ni...

SUJETO 8: Que valoren todo, no sólo la nota del examen. Que no sea como “comete esto y luego sácame un diez”.

SUJETO 2: Pero ponte en el lugar de un profesor que tiene que hacer noventa en el grupo uno, noventa en el grupo dos, noventa en el grupo tal.

SUJETO 5: Se nota la diferencia con Matilla. Tú ves a Matilla como va cargado de trabajos y ciento veinte trabajos ahí...

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 1: ¡Pero lo intenta! ¡Lo intenta! Y eso es lo que vemos nosotros y eso es lo importante.

SUJETO 8: Pero también, para no hacerse tanto lío si tiene que ser una parte un poco más estricta también... ¿sabes?

SUJETO 2: Pero ¿por qué en vez de ser estrictos no podemos comprometernos y saber lo que tenemos que hacer...?

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 5: No, pero yo me refiero a que se nota mucho más el esfuerzo que hace Matilla al que va a hacer el profesor de marketing calificando con una plantilla el tipo test.

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 5: ¿Quién curra más?

VARIOS: (Comentan)

SUJETO 3: La pregunta de... Ken Robinson creo que fue, te pregunta “relaciónalo con algo de tu vida”. Preguntó. Sí, en el vídeo. Te pregunta lo que había hablado Ken Robinson en el vídeo y eso relaciónalo con algo de tu vida.

SUJETO 8: Y explica el profesor que más te ha marcado y te ha enseñado algo para la vida.

SUJETO 4: Y a mí también me pareció importante que en el examen es escrito y no tipo test como...

VARIOS: (Afirman)

SUJETO 1: Desarrollar tus ideas es mucho más importante que rodear una “a”, una “b” o una “c”...

VARIOS: (Comentan a la vez y con energía sobre sus experiencias con varios profesores de la Universidad)

MODERADORA: Bueno, vamos a concluir ya la sesión. Agradecemos muchísimo el haber participado y nada que... ¡muchas gracias!

La sesión del Focus Group terminó una hora y un minuto más tarde de su inicio.

ANEXO 4

MODELO DE CUESTIONARIO UTILIZADO EN LA PARTE CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DEL TRABAJO.

VALORACIÓN DE LA ASIGNATURA COMUNICACIÓN EDUCACIÓN Y SOCIEDAD EN EL CONTEXTO DIGITAL

Grupo 2

100%

1. Valora de 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) cada uno de estos contenidos de la asignatura:

A) Clases teóricas	1	2	3	4	5
B) Selección de visionados	1	2	3	4	5
C) Bitácora	1	2	3	4	5
D) Práctica creativa	1	2	3	4	5
E) Invitados a las clases	1	2	3	4	5

2. Valora de 1 a 5 la metodología didáctica seguida en esta asignatura:
1 2 3 4 5

3. Valora de 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) el grado de cumplimiento de los objetivos planteados a principio de curso.
1 2 3 4 5

4. Valora de 1 (valor mínimo) a 5 (valor máximo) tu grado de satisfacción con esta asignatura
1 2 3 4 5

5. Valora de 1 a 5 la importancia de esta asignatura para tu ejercicio profesional
1 2 3 4 5

6. Valora de 1 a 5 la importancia de esta asignatura para tu aprendizaje vital
1 2 3 4 5

7. ¿Que ha sido para tí lo mejor de esta asignatura?
Esta asignatura me ha aportado muchas cosas buenas. He aprendido ha valorarme más como persona. Todas las actividades las que estaban invitadas algunas personas me han resultado muy interesantes y me ha ayudado a tomar un pensamiento crítico sobre el mundo que me rodea.

8. ¿Qué ha sido para tí lo peor de esta asignatura?
Las entradas en la bitácora me han llevado más tiempo de lo que pensaba. Espero que mis entradas reflejen todo el tiempo que me tardó que inventar. No obstante, haber realizado el blog ha sido sin lugar a dudas uno de los proyectos de los que me siento más orgullosa.

9. ¿Qué importancia le das a la educomunicación dentro de tus estudios
1 2 3 4 5

10. Valora el sistema de evaluación
1 2 3 4 5

ANEXO 5

TABLAS DEL CUESTIONARIO DE LA METODOLOGÍA CUANTITATIVA. EL ORIGEN DE LOS GRÁFICOS EXPUESTOS.

Grupo	Asistencia	Alumno	Valor del 1 al 5 de las clases teóricas de la asignatura	Valor del 1 al 5 de las asignaturas de la bitácora	Valor del 1 al 5 de la práctica "Huellas de la ciudad"	Valor del 1 al 5 de los invitados a las clases	Valor del 1 al 5 de la metodología de la asignatura	Valor del 1 al 5 de los objetivos planeados a principio de curso	Grado de satisfacción con esta asignatura	Importancia de esta asignatura para el ejercicio profesional	Importancia de esta asignatura para el aprendizaje vital	Importancia de la Educación Municipal dentro de tus estudios	Valor del sistema de evaluación
2	100%	1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	100%	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	100%	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5
2	100%	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5
2	100%	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
2	100%	6	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4
2	100%	7	4	4	3	3	4	4	5	5	3	5	4
2	100%	8	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5
2	100%	9	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3
2	100%	10	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4
2	100%	11	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
2	100%	12	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
2	100%	13	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4
2	100%	14	3			5	4	4	4	4	3	4	3
2	100%	15	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
2	100%	16	3	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4
2	100%	17	3	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4

100														
2	%	18	3	4	4	5	5	3	5	5	4	3	4	5
2	75%	19	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5
2	75%	20	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
2	75%	21	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5
2	75%	22	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
2	75%	23	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5
2	75%	24	3	4	3	4	5	5	5	4	5	5	3	4
2	75%	25	3	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5
2	75%	26	3	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5
2	75%	27	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	5
2	75%	28	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	3	5
2	75%	29	3	4	2	3	4	4	4	3	4	5	4	4
2	75%	30	3	2	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5
2	75%	31	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
2	75%	32	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
2	75%	33	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
2	75%	34	2	3	3	4	4	3	5	3	3	3	4	4
2	75%	35	2	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5
2	75%	36	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5
25%-														
2	50%	37	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
25%-														
2	50%	38	4	4	4	5	4	3	2	4	3	3	4	4
25%-														
2	50%	39	3	4	1	5	4	4	5	4	3	4	5	4
25%-														
2	50%	40	3	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5
25%-														
2	50%	41	3	3	4	5	4	3	2	3	2	3	4	3
25%-														
2	50%	42	2	2	4	5	5	3	4	2	4	4	3	4
100														
1	%	43	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5
100														
1	%	44	3	3	3	5	4	3	4	4	5	4	5	4
100														
1	%	45	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5
100														
1	%	46	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
100														
1	%	47	4	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5
100														
1	%	48	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4
100														
1	%	49	4	3	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5
100														
1	%	50	3	5	2	5	4	3	4	3	3	4	4	5
100														
1	%	51	3	5	4	2	5	3		4	3	3	3	4
100														
1	%	52	4	5	2	4	5	5	4	4	3	5	4	5

1	100 %	53	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4
1	100 %	54	3	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4
1	100 %	55	3	5		5	4	5	5	5	4	4	4	5
1	100 %	56	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5
1	100 %	57	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5
1	75%	58	4	3	2	5	5	5	5	5	5	4	5	5
1	75%	59	3	4	3	5	5	3	4	5	5	4	5	5
1	75%	60	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
1	75%	61	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4
1	75%	62	2	4	2	5	4	3	4	3	3	4	3	4
1	75%	63	3	5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4
1	75%	64	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	5	5
1	75%	65	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5
1	75%	66	3	3	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4
1	75%	67	4	5	3	5	5	4	5	4	3	5	5	5
1	75%	68	3	5	2	3	3	5	5	5	2		3	4
1	75%	69	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3
1	75%	70	2	2	1	5	5	2	3	2	3	3	3	3
1	75%	71	3	5	2	4	3	2	2	2	1	2	3	4
1	75%	72	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	4	4
1	25%-50%	73	3	3	4		4	4	4	3	3	4	4	4
1	25%-50%	74	4	5	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4
1	25%-50%	75	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	4	3
1	25%-50%	76	3	4	2	5	3	2	3	1	3	4	5	3
1	25%-50%	77	3	4	3	4	5	4	4	3	3	5	4	4
1	25%-50%	78	3	4	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4
1	25%-50%	79	2	2	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
1	25%-50%	80	3	3	1	3	4	3	3	4	4	3	3	2
1	25%-50%	81	3	3	4	3	3	3	2	2	5	4	4	3
1	25%-50%	82	4	2	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4
1	25%-50%	83	3	3	2	5	5	4	3	3	3	3	5	4

**Tabla 1, Anexos: Elaboración propia.
 Cuantificación del 1 al 5 en base a los temas dados en la asignatura
 <<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>>**

Alternativas	Valor	Valora del 1 al 5 las clases teóricas de la asignatura	Valora del 1 al 5 la selección de visionados de la asignatura	Valora del 1 al 5 la bitácora	Valora del 1 al 5 la práctica "Huellas de la ciudad"	Valora del 1 al 5 los invitados a las clases	Valora de 1 a 5 la metodología a didáctica seguida en esta asignatura
Muy positivo	5	5	21	15	55	39	19
Positivo	4	28	35	33	17	35	38
Normal	3	44	21	21	8	9	23
Negativo	2	6	5	9	2	0	3
Muy negativo	1	0	0	3	0	0	0

Grado cumplimiento de los objetivos planteados a principio de curso	Grado de satisfacción con esta asignatura	Importancia de esta asignatura para tu ejercicio profesional	Importancia de esta asignatura para tu aprendizaje vital	Importancia de la Educomunicación dentro de tus estudios	Valora el sistema de evaluación
28	24	21	30	24	41
41	42	32	36	47	34
9	12	26	15	12	6
4	4	3	1	0	2
0	1	1	0	0	0

**Tabla 2, Anexos: Elaboración propia.
Valoraciones de muy positivo a muy negativo,
en base a las prácticas realizadas y los temas dados en la asignatura
<<Comunicación, Educación y Sociedad en el Contexto Digital>>.**