

Evolución de técnicas de web social en programas educativos: aplicación a un máster 2.0

[[Versió catalana](#)]

JOSÉ-ANTONIO ONTALBA-RUIPÉREZ

Profesor

Facultad de Informática. Universidad Politécnica de Valencia

Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Hª del Arte

joonrui@upv.es

DAVID MANIEGA-LEGARDA 

Gestor de proyectos

Universitat Oberta de Catalunya

Vicerrectorado de Innovación

dmaniega@uoc.edu

JORGE SERRANO-COBOS 

Responsable de Departamento

MASmedios para la gestión de la información

Departamento de contenidos

jorge@masmedios.com

Opciones

 [Imprimir](#)  [Recomanar](#)  [Citació](#)  [Estadístiques](#)  [<meta/> Metadades](#)

Resumen [[Resum](#)] [[Abstract](#)]

Se detalla el proceso de desarrollo de una metodología de formación basada en la filosofía 2.0 en el contexto del Máster Calsi de Gestión de Contenidos. Esta metodología se basa en el uso intensivo de nuevas tecnologías y el fomento de la participación del alumno en el desarrollo del propio curso e incluso en la generación de los temas y contenidos de aprendizaje. Se señalan buenas prácticas, lecciones aprendidas y tendencias de futuro.

1 Introducción

La educación 2.0 como disciplina tiene diferentes acepciones y términos, como, por ejemplo: pedagogía 2.0, *e-learning* 2.0, aprendizaje 2.0, o últimamente, *e-learning* social o *social learning*.

Podría definirse este concepto como aquel tipo de educación que tiene como base la noción de que el contenido del curso (y su aprendizaje por el alumno) se construye a través de conversaciones e interacciones (fundamentadas en el concepto de *learning-by-doing*), realizadas de forma social entre los alumnos y el profesor, sobre resolución de problemas y actuaciones y no sobre memorización repetitiva de conceptos. De esta manera no sólo se mejora el contenido de lo que aprendido, sino cómo se aprende.

Este planteamiento es el que se ha querido aplicar, paulatinamente, a lo largo de las diversas ediciones del máster CALSI (Contenidos y Aspectos Legales en la Sociedad de la Información), impartido en la Universidad Politécnica de Valencia (UPV) por el Departamento de Comunicación Audiovisual, Documentación e Historia del Arte.

Especializado desde su inicio (2002) en la gestión de la información en las TIC y, especialmente, en Internet, la diversidad de perfiles del alumnado (desde antiguos alumnos de la Licenciatura de Documentación, a profesionales de la información, informáticos, etc.) lleva a que en el año 2006 pase a ofrecer tres líneas de intensificación: "Contenidos multicanal", "e-Administración" y "e-Consulting".

Este estudio pretende mostrar la evolución de la construcción del programa de una línea de la especialización de "Contenidos multicanal", llamada a ser en un futuro próximo el eje vertebrador de todo el máster.

2 La experiencia 2.0 en CALSI

2.1 El curso 2.0, versión 1

En el curso 2006-2007, en su quinta edición, de postgrado pasó a ser máster oficial con un enfoque cada vez mayor hacia la tecnología y la gestión de contenidos, lo que supuso un replanteamiento y adaptación de las asignaturas a esta nueva orientación.

Ya que el "nuevo" CALSI plantea incidir especialmente en la combinación e integración de Internet con las técnicas tradicionales en la comunicación, la información y la documentación, y pretende que el alumno logre habilidades para la aplicación de nuevas tecnologías en la gestión documental de las organizaciones, desde el primer año se consideró necesario la inclusión de asignaturas especializadas en la temática 2.0 en el programa de la línea "Contenidos multicanal":

- "Servicios de información digitales": Web social, sistemas 2.0, wikis, *Open Access*.
- "Acceso a la información digital": microformatos, Web semántica.
- "Sindicación de contenidos": blogs, redifusión.

Se trató de articular estas asignaturas a través del temario, de las prácticas y de los espacios de trabajo: los blogs. Para ello, se creó con *Blogger* un blog conjunto para estas asignaturas <<http://mastercalsi.blogspot.com>> en donde se iban publicando las noticias referentes a la docencia en general, siendo a su vez el medio de comunicación entre los profesores y los alumnos.

En esa línea, la primera práctica consistió en que cada alumno crease su propio blog (también en *Blogger*). Se trataba de que éste se utilizara como "libreta de apuntes", de publicación de dudas y opiniones entre compañeros y, en definitiva, de herramienta donde elaborar los ejercicios (como, por ejemplo, agregar canales de noticias) y evaluarlos.

La segunda práctica consistió en el siguiente proceso:

1. Los alumnos tenían un plazo para remitir a los profesores 10 preguntas (relacionadas con la temática de las asignaturas) que les habían surgido durante el desarrollo del máster y por las que tenían curiosidad o interés.
2. Finalizado el plazo, se colgó el *post* con las preguntas <<http://mastercalsi.blogspot.com/2007/05/preguntas.html>> y <<http://mastercalsi.blogspot.com/2007/05/nuevas-preguntas.html>> y se dio unos días para que votaran cada una de ellas con una nota entre 0 y 10.
3. Recogidas las votaciones, se publicaron las diez más valoradas y a partir de

entonces tuvieron que intentar responderlas en sus respectivos blogs, reutilizando y citando fuentes 2.0 <http://mastercalisi.blogspot.com/2007/06/respuestas-las-preguntas_19.html>.

El resultado final fue un tanto desigual: si bien los alumnos aseguraban estar contentos con las asignaturas, no se consiguió su implicación en el desarrollo de sus blogs ni en la participación en los de sus compañeros, sino que se limitaron a cumplir con la resolución de las prácticas.

2.2 El curso 2.0, versión 2

A partir de la valoración de la primera edición del máster, en el curso 2007-2008 se aumentó el número de asignaturas y su contenido:

- "Servicios de información digitales": Web 2.0: Web social, blogs, redes sociales, posicionamiento web, wikis y publicación 2.0,
- "Sindicación de contenidos": redifusión, modelo de negocio de contenidos web
- "Acceso a la información digital": microformatos, Web semántica.
- "Redacción de contenidos para la Web": decálogo de redacción en medios digitales, estructuración de contenidos, legibilidad del contexto, la función del lenguaje, escritura para blogs.

A diferencia del curso anterior, en que las asignaturas se impartieron en poco más de un mes, en este caso se distribuyeron desde octubre de 2007 hasta mayo de 2008 para, entre otras cosas, facilitar a los alumnos la disponibilidad de tiempo que requiere el aprendizaje y uso de las técnicas y tecnologías y, además, dar pie a que sus blogs se convirtieran en la herramienta de trabajo y evaluación de las asignaturas, así como de comunicación entre ellos.

El blog de las asignaturas, además, ofreció la redifusión de sus contenidos para que los alumnos estuvieran al corriente de cualquier cambio, intentando con ello romper el uso por defecto de la intranet de la UPV <<http://poliformat.upv.es>>.

Tras la introducción del concepto de la Web 2.0, se volvió a repetir la práctica de creación de blogs.

A renglón seguido se trataron las redes sociales. En este tema, por un lado, tenían que crear un perfil en *Neurona* y buscar contactos y, por otro, hacer lo mismo con *Facebook* y *LinkedIn*, así como responder en sus blogs a una serie de preguntas que comparaban estas tres redes sociales <<http://mastercalisi.blogspot.com/2007/11/comparativa-entre-facebook-linkedin-y.html>>.

Una segunda actividad enmarcada en la temática de redacción de contenidos se centró en la modificación de un texto relacionado con la asignatura para convertirlo en una entrada del blog realmente atractiva para los lectores. La clave de la actividad fue cómo conseguir que cualquier contenido se adecuara a un discurso ascendente y con pistas contextuales que ayudasen a mantener la atención en todo momento. La importancia del lenguaje se hizo patente al redactar cada párrafo, ladrillos, títulos y subtítulos de la entrada, de forma que se pudiera analizar cómo un mismo contenido podía acoplarse perfectamente a diferentes entornos comunicativos.

Otra práctica relacionada con el temario del curso supuso la introducción de pequeñas cápsulas de información contextual en los blogs de los alumnos a partir de la creación de microformatos específicos para metaetiquetar personas, ubicaciones, eventos, etc., por un lado, y la introducción de metaetiquetas *Dublin Core*, por otro. Dentro de estos ejercicios se planteó también la opción de dar visibilidad a los blogs de cada alumno a partir de la sincronización con Pingerati y Technorati: en éste se buscaba llegar a crear

una minired de enlaces donde se consiguiese un mínimo de 15 *authorities*, de forma que se fueran dando visibilidad unos a otros y experimentasen el comportamiento de las "redes de contenidos" basadas en autoridades y su relación con el posicionamiento en la blogosfera.

Finalmente, y como en el curso anterior, la última práctica consistió en la propuesta y respuesta de preguntas por parte de los alumnos; aunque en este caso cambió sustancialmente:

1. En primer lugar, los alumnos remitían las preguntas a los profesores.
2. Éstos las publicaban como encuesta en el blog de las asignaturas para que se puntuaran anónimamente.
3. Por último, los alumnos tenían que buscar y editar en un wiki <http://practicacalsi.wikispaces.com/> las respuestas de las 10 más votadas.

Tras el curso 2007-2008, hay una sensación de mejora respecto del curso anterior, pero también existe la conciencia de que quedan muchos temas pendientes. El primero, y pese a un ligero progreso, la implicación de los alumnos en el uso de su blog. En este caso, se observó un fuerte inicio motivado por el aprendizaje de la herramienta; sin embargo, la dedicación decayó cuando el blog ya estaba acabado y no necesitaba más que la publicación de posts. Sólo se consiguió que reavivasen esporádicamente como respuesta a las evaluaciones de los blogs que, cada dos o tres meses, les remitieron los profesores.

Precisamente para identificar las posibles carencias y puntos de mejora, se ha preguntado a los alumnos por éstos y, además, se ha dado la posibilidad de que enviaran sus sugerencias o críticas como comentarios al último post del blog de las asignaturas. En concreto, se ha detectado, por un lado, que hay una escasez de horas de docencia presencial (40) para la cantidad de temas que se abordan y, por otro, que las asignaturas, por lo general, son muy instrumentales y adolecen de escasos ejemplos de aplicación en servicios, organizaciones, etc.

2.3 Proyección para 2008-2009

Para la actual edición del máster se ha conseguido aumentar algo el número de horas de docencia presencial hasta 45 habida cuenta las limitaciones temporales sufridas desde el principio y, con ello, la excesiva concentración temática.

Asimismo, van a seguir modificándose las asignaturas amparadas bajo el concepto "2.0", quedando los contenidos agrupados de la siguiente manera:

1. Conceptos: qué es la Web 2.0, modelo social y modelo de negocio, ejemplos de éxito y de fracaso; redes sociales; servicios, sistemas; software como servicio (SaaS) en contraposición a ASP, aspectos técnicos como *mashups*, APIS, o *Ajax*, formatos y estándares, Biblioteca 2.0 y Opac 2.0.

Práctica: búsqueda de dos ejemplos de venta de libros 1.0 y dos 2.0, señalar ventajas e inconvenientes y comparar los modelos de negocio. Diseño conceptual de un portal 2.0 a partir de temas/productos/servicios, con una exposición pública de cómo funcionaría, posibilidades de éxito, modelo de negocio, presupuesto, objetivos y plazos, etc., en definitiva un plan de negocio.

2. Blog: qué son y para qué sirven; parámetros de evaluación, buenas y malas prácticas; gestión de blogs, tendencias, cómo escribir para blogs, marketing personal, blogging profesional.

Prácticas:

- Evaluación de casos prácticos en función de la usabilidad (desde la arquitectura de la información, navegación y pistas contextuales).
- Adecuación del discurso al contexto y visualización (desde el enfoque de la usabilidad perceptible o emocional).

3. Redacción de contenidos para la Web: técnicas de redacción globales enfatizando el modelado basado en la utilidad y partiendo del punto de vista del público objetivo (para comunicar noticias, para elaborar microcontenidos tipo *adwords*, para el marketing, para la venta de un producto, etc.).

Práctica: redactar un contenido para hacer un *adword* y comprobar quién obtiene más *clicks*; publicar un *fake post* para identificar sus errores y elaborar una propuesta dentro de un marco específico.

4. Redes sociales: la inteligencia social, ventajas e inconvenientes, modelos de negocio, marketing social, ejemplos de buenas y malas prácticas, tendencias y futuro.

Práctica: crear una red social en *LinkedIn* o *Facebook* y conseguir una red social consolidada y visible, comprendiendo así las diferencias de modelo de negocio y utilidad para el estudiante como futuro profesional.

5. Wikis: qué son y para qué sirven, tipologías; edición y publicación colaborativa; gestión de wikis.

Práctica: elaboración de un wiki de manera colaborativa a partir de temáticas (preguntas) planteadas y elegidas por los alumnos.

6. Píldoras 2.0: desarrollo de aplicaciones web híbridas más conocidas como *widgets* y/o *mashups*, generando una aplicación web que utilice información de diversas fuentes para crear un nuevo servicio a partir de ellas. El uso de servicios web y APIs públicas ofrecen al estudiante un amplio espectro de posibilidades de aplicación.

Práctica: conceptualizar un *mashup* y crearlo con *Yahoo Pipes* o *Popflies*. Posteriormente ha de ser explicado al resto de alumnos en una exposición de no más de cinco minutos.

7. Microformatos: la codificación estándar bajo la nomenclatura de microformatos permite etiquetar contenido añadiendo significado (semántica) a éste, construyendo pequeñas piezas de contenido reutilizable y exportable a terceras aplicaciones desde una página web.

Práctica: crear un *hCard* personal más las relaciones que se tenga con otros a través de XFN. Se debe integrar en el blog personal del alumno.

8. "Posicionamiento 2.0": integrar la noción de posicionamiento en buscadores dentro del marketing relacional y social, técnicas tácticas y estratégicas de SEO, SEM, y SMO. *Search Analytics* y *Web Analytics*. Introducción a las leyes de potencias y redes de escala libre. Recuperación de información y *Adversarial Information Retrieval*.

Tareas: evaluar el posicionamiento de una web concreta; descubrimiento de problemas y soluciones, para desarrollar una consultoría SEO completa, desde la definición de las *queries* más competitivas, a la estrategia de posicionamiento y técnicas aplicables a un caso concreto.

3 Valoración de las lecciones aprendidas

Después de dos años de iniciativas y mejoras, se recopila una serie de enseñanzas prácticas de la aplicación de la educación 2.0 al máster CALSI que pueden servir para futuras evaluaciones, a saber:

- La estrategia de aprendizaje mediante práctica se articula óptima en un entorno de estudiantes implicados y motivados. Así, la motivación es crucial en el proceso formativo y, por ello, el estudiante debe percibir, predecir, la utilidad práctica para su vida profesional de lo que está aprendiendo.
- El proceso de creación y gestión de blogs en el contexto del curso sigue la misma pauta que la generalidad del fenómeno blog mundial: los alumnos comienzan con entusiasmo su blog; su gestión a medio y largo plazo decae, como su frecuencia de publicación (debido a muy diversos factores, entre los cuales que al ser muchos de ellos profesionales, carecen de tiempo), pocos alumnos continúan a largo plazo una vez finalizado el curso, y de los que sobreviven, alguno se convierte en un referente en su área y en un profesional bien conectado a través de las redes sociales. Para mejorar esta carencia, se pretende una mayor participación de los profesores en los propios blogs de los alumnos.
- La retroalimentación es directa e inmediata. Lo que entienden y no entienden queda más claro para alumnos y profesores, haciendo explícito el conocimiento de su desconocimiento a través de sus propuestas, votaciones, intervenciones y trabajos prácticos.
- A los alumnos les es difícil separar la práctica concreta de las implicaciones que tienen para su futuro trabajo. Por ejemplo, identifican *Facebook* como un sitio simpático donde hacer amigos al realizar como práctica sólo darse de alta y contactar con amigos, no como una enorme herramienta de marketing, segmentación y obtención de clientes potenciales. Debido a este hecho, se tiene previsto incorporar una práctica enfocada a aplicar lo aprendido mediante el diseño conceptual de una idea de portal o servicio 2.0 y la defensa de su plan de negocio.
- La capacidad de plantear actividades individuales utilizando herramientas basadas en la inteligencia colectiva provoca en los alumnos un doble enfoque para ver las cosas: por un lado, son capaces de ofrecer nuevos puntos de vista (personales) porque saben que su repercusión puede ser mayor que si lo intentan plasmar a través de otros canales, y por otro, reaccionan, comparten, debaten sobre conocimientos recientemente adquiridos o ya sabidos, lo que les impulsa a colaborar y ver a su vez, en la colaboración, una inagotable fuente de experimentación e intercambio.

Actualmente, en el proceso educativo denominado "educación 2.0" o "educación social", la utilización de las nuevas tecnologías es más fácil de mostrar a los alumnos, pero no los conceptos que subyacen ni la utilización que puedan hacer de ellos en un mundo profesional, en el que nunca se va a reproducir una situación controlada como la que se tiene en el contexto de una clase presencial o virtual.

De esta forma, generando conversaciones e interaccionando entre los propios alumnos y no sólo acentuando la relación alumno-profesor (pregunta-respuesta) sino provocando hilos de discusión (pregunta-respuestas-votación-nuevas preguntas) en un círculo virtuoso de mejora continua, se debe forzar más a los alumnos a contextualizar, improvisar, innovar y aplicar de formas imaginativas lo aprendido en la teoría, para dar respuesta y solución profesional a lo que sus propios compañeros proponen o discuten,

mejorando la asimilación de conceptos vía discusión, debate, comparación, y exposición de sus descubrimientos.

Así, se pretende incorporar los juegos de rol como parte de la simulación de un entorno de trabajo real, en forma de relaciones cliente-consultor, gestor de información-informático, usuario-gestor de información, de forma que el alumno entienda mejor qué puede esperar de la vida real, más allá del curso en sí mismo.

Se espera que estas técnicas, unidas a las buenas prácticas ya adquiridas al hacer mucho más participativo y relacional el proceso de impartir y recibir información en el proceso comunicativo profesor-alumno-profesor, permitan mejorar aún más las posibilidades de éxito profesional de los futuros alumnos, que es, sin lugar a dudas, el verdadero método de evaluación de cualquier desarrollo formativo de postgrado.

Facultat de Biblioteconomia i Documentació
Universitat de Barcelona
Barcelona, desembre de 2008
<http://www.ub.edu/biblio> •  [Comentaris](#)

[Recomanar](#) • [Citació](#) • [Estadístiques](#) • [Metadades](#)
Els textos publicats a *BiD* estan subjectes a una llicència de Creative Commons
[Política de privadesa](#)
[UB](#) • [Facultat](#) • [BiD](#)

