

Uso del fondo virtual BREVIA en los estudios de Publicidad y Relaciones Públicas

Daniel Tena Parera

Jordi Fernández Cuesta y David Roca Correa

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

Resumen

Se presenta la construcción de una plataforma digital para facilitar la enseñanza de los estudiantes de la prueba piloto de Publicidad y Relaciones Públicas. Esta plataforma se constituye como la Biblioteca de Recursos Virtuales que los alumnos pueden utilizar a lo largo de todos los estudios. El presente trabajo especifica la manera en la que se construye, los criterios de clasificación, los materiales colocados y, en definitiva, cómo se ha concebido la potencia que tiene la Biblioteca Virtual como herramienta de refuerzo del autoaprendizaje.

El modo de utilización de este recurso y las posibilidades que ofrece, tanto para los profesores como para los alumnos, son algunas de las consideraciones que se pueden extraer del desarrollo del proyecto.

Ámbito general de interés de la innovación

La actual puesta en funcionamiento de los nuevos planes de estudios de grado implica explorar nuevos métodos que faciliten el proceso de autoaprendizaje de los estudiantes. El presente texto aporta datos de la construcción y el uso de recursos en línea y permite a gestores académicos y a docentes conocer las dificultades y las cualidades de estos recursos, de manera que se pueda obtener el máximo rendimiento de ellos.

1. Objetivos

El objetivo ha sido crear y poner en funcionamiento la plataforma virtual BREVIA, así como definir y concretar los aspectos que serán necesarios para la futura actividad y la progresión del fondo documental virtual. La BREVIA es una selección de materiales documentales digitales orientados principalmente a mejorar el autoaprendizaje de los estudiantes, pero también la puede utilizar el profesorado, ya que tendrá a su

alcance una bibliografía en formato virtual amplia para recomendarla, incluso para consultar en clase.

Teniendo en cuenta todo lo que se ha mencionado, la BREVIA es una herramienta que pretende facilitar a sus usuarios el acceso a los recursos virtuales relacionados con la titulación para tener al alcance el material que se necesite para el autoaprendizaje del estudiante (para el estudio autónomo y también para la realización de trabajos) y para mejorar la dinámica de las clases docentes.

2. Descripción del trabajo

La UAB ha empezado a desarrollar el Proyecto de la Biblioteca Virtual conjuntamente con tres de las titulaciones que ofrece (Física, Geografía, y Publicidad y Relaciones Públicas), integrándolo en los aspectos conceptual, organizativo y funcional del marco de la oferta digital que ya existe.

2.1. Cambios tecnológicos y docentes actuales

Esta iniciativa responde a los nuevos problemas y necesidades que surgen a raíz de los cambios tecnológicos y docentes actuales que llevan a las universidades punteras en la aplicación de la metodología docente ECTS a evolucionar y a adecuarse a la nueva situación. Los principales factores del cambio y de la iniciativa del Proyecto son:

1. la tendencia de las universidades de más prestigio,
2. el desarrollo de las tecnologías de la información.

El desarrollo de las tecnologías de la información en general, y de la comunicación, en particular, ha facilitado el salto cualitativo de la era analógica a la era digital. Consecuentemente, han evolucionado tanto las formas de los materiales o recursos como la manera de aplicarlos a la práctica docente universitaria. Adecuándose a estos cambios, la tendencia de las universidades de más prestigio es ofrecer a sus usuarios (especialmente a los estudiantes) recursos y materiales mejorados o seleccionados en formato digital. Para llevar a cabo todos estos propósitos, las plataformas virtuales como la BREVIA representan una oportunidad de afrontar esta nueva coyuntura:

«Esta tendencia presupone la selección de los recursos tecnológicos y de infraestructura necesarios a fin de que los usuarios tengan a su alcance, de acuerdo con criterios científicos y educativos de relevancia, una plataforma integrada de servicios documentales a partir de una selección de materiales actualizada y variada, así como de elaboración cuidada. Una orientación fundamental de todo este esfuerzo es ampliar y mejorar las condiciones de aprendizaje y de autoaprendizaje de los estudiantes.»

El motor del aprovechamiento de estas tecnologías TIC corresponde a los cambios académicos que han traído la implantación de la nueva metodología docente basada en los créditos ECTS. Estos tres fundamentos son los que motivan a fomentar que estas herramientas aporten más calidad y posibilidades en la nueva idea de aprendizaje que se pretende alcanzar.

2.2. Tendencia de las universidades de más prestigio

Basándose en las infraestructuras y las posibilidades tecnológicas que hoy día son posibles y reales, se hace patente la tendencia de que los centros docentes de educación superior más punteros están apostando por *«mejorar los servicios y los recursos de (auto)aprendizaje en la modalidad de recursos virtuales y ponerlos al alcance del público usuario, a sus estudiantes»*.

El modelo a seguir para construir su propia biblioteca virtual son los Learning Centers de algunas universidades británicas y norteamericanas (Columbia University in the City of New York, Harvard University, etc.); se trata de plataformas con materiales seleccionados y clasificados según unos criterios comunes y consensuados. Por eso, la UAB inicia su camino definiendo estos principios de trabajo:

«Eso supone desarrollar un modelo de gestión, de producción y de selección de materiales de aprendizaje vertebrado de acuerdo a unos principios comunes, así como dotarlo de unas formas de clasificación y de acceso a los mismos en función de criterios funcionales, que sean generalizables a cualquier usuario UAB, dentro de los diversos campos de conocimiento.»

Como herramienta educativa virtual de la UAB, la BREVIA tiene que adaptarse a las características propias de los estudiantes y se tiene que convertir en una herramienta atractiva para alcanzar los objetivos educativos de nuestras titulaciones.

2.3. Desarrollo de las tecnologías de la información

Para adecuarse al salto cualitativo que transforma la docencia actual de la era analógica en la digital, la UAB se ha dotado del apoyo logístico y tecnológico que representa el Campus Virtual, que será la herramienta o la plataforma base, de manera provisional, donde se estructura y construye la BREVIA. Por lo que respecta a su alcance, aspira a ser un instrumento mucho más general, eficaz y útil.

2.4. La BREVIA: indicaciones y protocolo básico de creación y mantenimiento

Este proyecto se basa en la creación de una herramienta que sea útil y eficaz para el aprendizaje autónomo de los estudiantes, de acuerdo con los cambios actuales en campos como la tecnología y la metodología docente. Por lo tanto, con la intención de que se convierta en un instrumento de fácil utilización y de finalidad exclusivamente pedagógica, se plantean unos criterios básicos de estructuración, construcción y mantenimiento de los materiales o recursos ofrecidos a través de la herramienta.

2.5. Criterios de clasificación

Para facilitar la búsqueda y ordenar la información de manera sencilla, los recursos se organizarán según los criterios de biblioteconomía estandarizados.

«La biblioteca de recursos virtuales para el autoaprendizaje tiene que configurar un entorno de aprendizaje centrado en cada uno de los ámbitos de conocimiento y los diferentes grados de las diversas titulaciones que engloban, con el fin de facilitar el

acceso a la información y los procesos de autoaprendizaje de los alumnos de las diferentes titulaciones. Para facilitar la funcionalidad de este acceso es necesario que estos recursos virtuales, o “biblioteca”, se encuentren organizados según criterios de biblioeconomía estandarizados.»

De acuerdo con este principio, se proponen diversas informaciones que se podrían incorporar a las fichas de los materiales o recursos seleccionados: los criterios habituales de catalogación (título, autor, fecha, editor, etc.), la palabra clave (el área específica de conocimiento), la descripción, el nivel formativo del material y el nivel de privacidad o de publicidad del recurso, con el objetivo de construir una herramienta clara y de fácil utilidad. Todos los materiales se estructuran en siete apartados: los recursos monográficos, los diccionarios y las enciclopedias, los audiovisuales, las bases de datos, los portales de recursos, las instituciones de referencia y el *software* de utilidad.

2.6. Material ofrecido

El principal criterio que hay que tener en cuenta en el aspecto del material es que los recursos de la BREVIA tienen que ser digitales. No se catalogan las versiones en papel o analógicas. Si se cumple esta condición, los recursos podrán llegar a ser de diferentes tipos, desde textos de referencia, artículos seleccionados, hasta informes, problemas, tutoriales, actividades de campo, laboratorio, vídeos, etc. (adecuándose a las necesidades que se tiene en cada titulación). Sin embargo, siguiendo con el objetivo básico de la utilidad y la eficacia, estos materiales no tendrán que sobrepasar una cantidad razonable de 100 o 200 recursos.

2.7. Algunos proyectos virtuales de referencia

Analizadas y estudiadas diversas obras, la plataforma virtual de la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas se ha estructurado basándose en las bibliotecas virtuales de universidad norteamericanas y británicas reconocidas, en una iniciativa de la Universitat de Girona, en el apartado Veterinaria Virtual de la Facultad de Veterinaria de la Universitat Autònoma de Barcelona y en el proceso de trabajo de las otras dos titulaciones de la UAB que también están desarrollando el proyecto BREVIA.

En las plataformas digitales de las universidades más prestigiosas se ha encontrado un modelo formal y técnico que se ha aprovechado para la construcción y la estructuración propiamente dichas de la herramienta. Las otras tres referencias, en cambio, han servido, sobre todo, para conocer las posibilidades que puede ofrecer a sus usuarios un instrumento de esta índole y el tipo de material que se puede ofrecer a través del mismo.

El proyecto de la Universitat de Girona es un ejemplo del proceso de digitalización de un banco de imágenes (obras de arte) para la mejora del estudio y la docencia de la Historia del Arte. La iniciativa de la Facultad de Veterinaria de la UAB ha creado la plataforma Veterinaria Virtual, que permite tener acceso a toda una serie de materiales docentes (apuntes de clase, vídeos de las operaciones que se hacen a los animales, etc.) que pueden ser de utilidad para sus usuarios.

3. Metodología

Los objetivos de la BREVI A de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas son la creación de una biblioteca virtual de recursos digitales, seleccionados según su grado de relevancia e interés para los alumnos y para su estudio autónomo. No obstante, desde estos estudios se añaden dos aspectos que resultan importantes o, al menos, interesantes: son la finalidad pedagógica de la herramienta y el proceso de adaptación del instrumento a los usuarios. El proyecto BREVI A está desarrollándose para que mejore el autoaprendizaje en la consecución de los perfiles específicos de la titulación. Se pretende construir una plataforma virtual de carácter primordialmente pedagógico que supere unas limitaciones de acceso (horarias y de localización) que actualmente tiene la Biblioteca de Ciencias de la Comunicación y la Hemeroteca General. De acuerdo con las posibilidades de la era digital, los nuevos formatos permiten traspasar estas fronteras. En efecto, no se trata de estructurar y crear una «segunda» biblioteca, sino que se quiere poner al alcance de los estudiantes (y otros usuarios) una herramienta especialmente pensada para la titulación.

3.1. Desarrollo del proyecto y adecuación de la herramienta

Todo el diseño del proyecto tiene que estar pensado para que no contradiga los principios que se instauran con la nueva metodología docente, asegurándonos la adecuación de la herramienta creada al nuevo entorno en que tendrá que funcionar. Una de las características de la reforma académica es que el alumno adquiere unas competencias relacionadas con los perfiles profesionales que se han determinado en cada titulación. En el caso de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas, los perfiles profesionales definidos para los cuales se recopilan los recursos digitales son los siguientes:

1. Estratega: consultor en comunicación comercial y en relaciones públicas.
2. Creativo: diseñador y gestor de producción en publicidad y relaciones públicas.
3. Gestor de cuentas en publicidad y en relaciones públicas.
4. Planificador de medios.
5. Investigador del consumidor y del mercado.

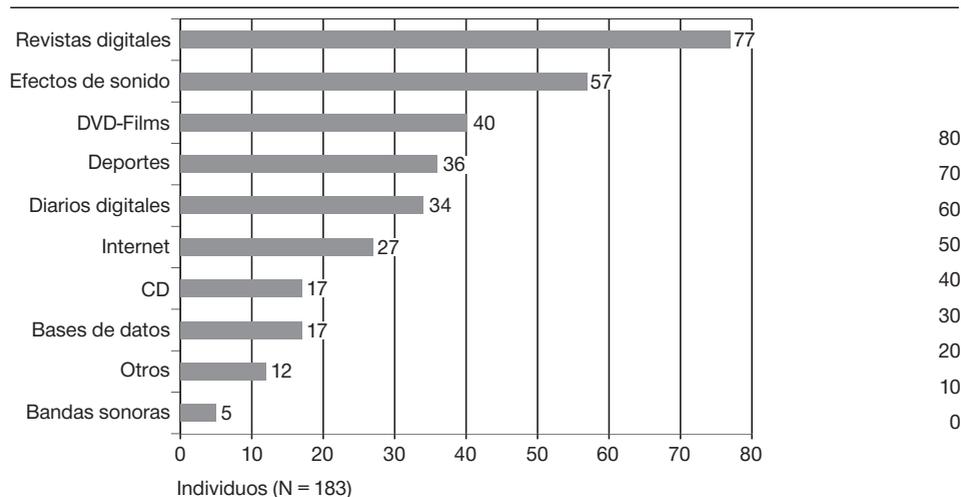
3.2. Encuestas para identificar las necesidades de los usuarios

Teniendo presente que la finalidad principal del proyecto es crear una herramienta de trabajo (la plataforma virtual) útil y eficaz para sus usuarios, en la titulación se ha hecho una encuesta para identificar las necesidades que tienen los alumnos y a partir de ello determinar qué apartados y tipos de materiales son los más adecuados para el nuevo instrumento académico.

A partir de la encuesta que se realizó a los estudiantes de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas al inicio del proyecto, se pudieron identificar sus características de trabajo con respecto al uso de los recursos digitales. De esta manera, se ha conseguido dibujar una relación de necesidades detectadas que la BREVI A podría resolver como herramienta educativa dentro del marco del aprendizaje universitario.

En primer lugar, las respuestas de los estudiantes sobre el uso de los recursos de la actual Biblioteca de Comunicación nos indican su costumbre de recurrir a ella durante su proceso de trabajo y aprendizaje de las asignaturas. En este sentido, el 79 % de los estudiantes reconoce que utiliza la actual Biblioteca de Comunicación sólo «puntualmente a lo largo del curso», lo que nos hace entender que van sólo cuando tienen necesidad para realizar trabajos o ejercicios puntuales y que no la consideran un espacio imprescindible en su tarea de aprendizaje (el 15 % va regularmente). Al mismo tiempo, es interesante saber cuáles son los recursos digitales a los que acceden a fin de que la BREVIA se centre en los recursos de más demanda. Estos datos en números absolutos se observan en la siguiente figura 1 que presentamos a continuación sobre una amplia muestra (N=183) de los sujetos investigados.

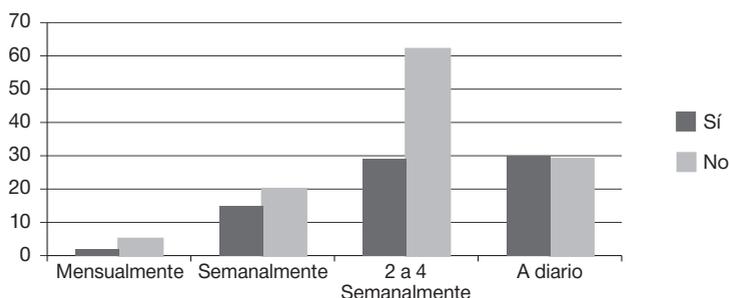
Figura 1. Uso de los recursos digitales en la biblioteca actual (febrero 2006)



Por otra parte, se ha investigado el uso del Campus Virtual, la plataforma virtual para la docencia de las asignaturas de la UAB, porque es la plataforma tecnológica donde está instalada la BREVIA. Absolutamente todos los estudiantes de la encuesta han accedido al Campus Virtual y, por lo tanto, se demuestra que ya es una herramienta bien integrada dentro del ámbito docente. Además, su buena salud y utilidad se reflejan con una frecuencia de uso del Campus Virtual que se eleva a un 77 % de los estudiantes, que acceden más de dos veces cada semana. Aprovechando la ocasión de un Campus Virtual próximo a la tarea docente de la titulación, hay que descubrir el grado de conocimiento que los estudiantes de Publicidad tenían sobre el apartado del Campus en que quedaría integrada la BREVIA. Se podría estimar en qué medida los estudiantes utilizaban aquel apartado antes de la instalación del proyecto BREVIA. Aquí, los resultados mostraban un

descenso considerable: el 59 % de los estudiantes de la titulación no ha consultado nunca el apartado «Recursos de la titulación» dentro de su pantalla del Campus Virtual (véase la figura 2). Profundizando en este aspecto, se investigó el perfil de usuario de los que ya conocen este apartado del Campus Virtual antes de la BREVIA. En este sentido se ha confirmado que los estudiantes que diariamente utilizan el Campus Virtual eran los que ya conocían estos recursos (60%) ($\chi^2_{(3)}=11,03, p < 0,012$). Este aspecto volvía a hacerse patente en la relación positiva que se ha observado en el hecho de que los alumnos que utilizan con más frecuencia el Campus Virtual son también los que más a menudo usan los recursos disponibles de la titulación ($r_{(181)} = 0,134, p < 0,033$).

Figura 2. Conocimiento del apartado «Recursos de la titulación» (febrero 2006)



Los resultados finales alcanzados con esta encuesta a los estudiantes ayudaron a establecer cuáles eran los recursos digitales con los que suelen trabajar más, y que ahora se localizan en la biblioteca (revistas y periódicos digitales del sector, efectos de sonido y anuncios publicitarios, en primeras posiciones). La investigación también ha evidenciado que el conocimiento y el uso del apartado donde aparecería la BREVIA están muy vinculados al hábito de estudio que adquieren los estudiantes a través del Campus Virtual. Por lo tanto, se consideraría de gran importancia hacer accesible el espacio virtual de manera fácil.

3.3. Aportaciones propias de los estudiantes

Los estudiantes aportaron muchos comentarios a raíz de la encuesta inicial. En efecto, el 54 % de los encuestados dio sus ideas personales, lo que tiene que considerarse un éxito, teniendo en cuenta que se trataba de una pregunta abierta al final del cuestionario. Los estudiantes de cuarto curso se involucraban más con sus aportaciones, mucho más concretas, que los alumnos de cursos inferiores, con menos comentarios y más generalistas. A grandes rasgos, se solicitan recursos o materiales digitales. Los estudiantes piden obras de referencia (libros, tesis y monografías) y revistas digitales. Por otra parte, también quieren tener bancos de imágenes, fotografías, sonidos y anuncios (ya sean

piezas gráficas o anuncios publicitarios) y bases de datos de interés para la titulación (bases de datos de las instituciones, como Sofres, Infoadex, etc.). Además, muestran interés por tener a su alcance directorios de páginas web relacionadas con la licenciatura: direcciones electrónicas de agencias de publicidad, buscadores, traductores, foros, páginas de descargas (de *software* y campañas publicitarias antiguas y actuales), etc. Un deseo general detectado en los comentarios de muchos alumnos es incidir en la adquisición de bases de datos de pago que sean interesantes y, a poder ser, con la posibilidad de acceder a ellas desde casa.

3.4. La plataforma virtual de la titulación

La estructura propuesta inicialmente para la plataforma se adaptó a las necesidades particulares de la licenciatura. Teniendo en cuenta las necesidades identificadas en los futuros usuarios, la estructura se ha redefinido tal y como se muestra en la figura 3. Con la estructura definida y los contenidos preparados se puso en funcionamiento según la apariencia del Campus Virtual de la UAB (véase la figura 4).

Figura 3. Esquema detallado de la estructura de la BREVIA 2006

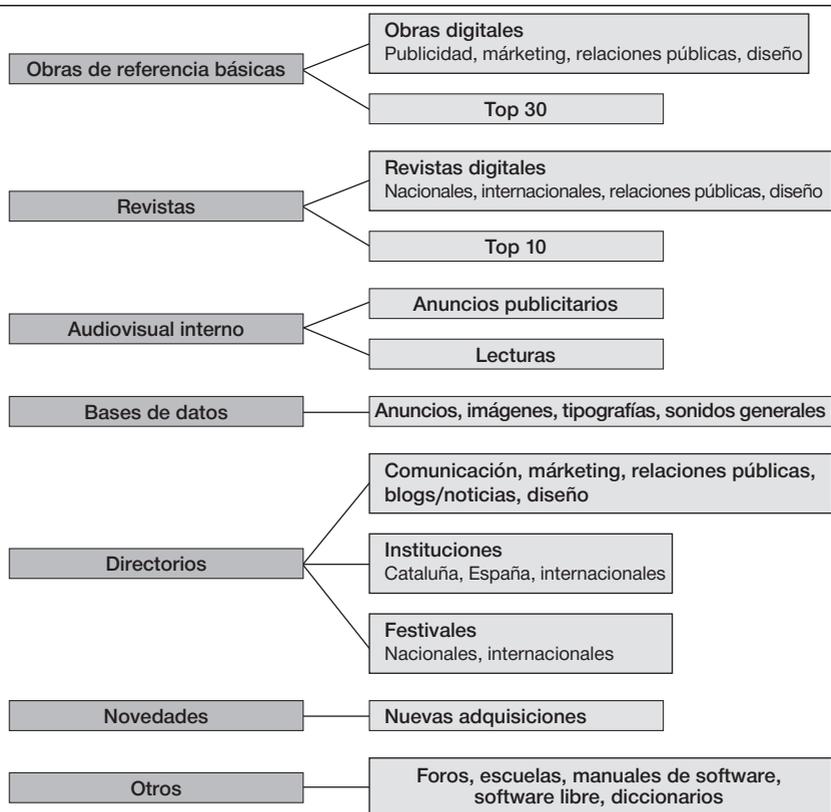


Figura 4. Muestra de la plataforma virtual de la BREVIA 2006

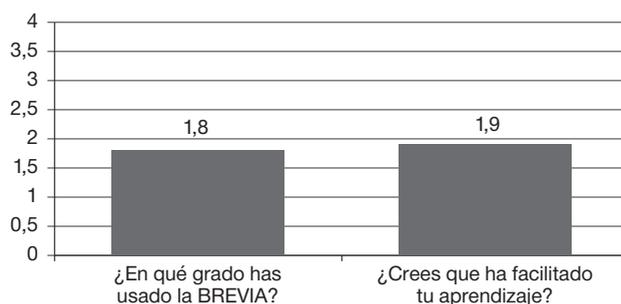


4. Resultados

A continuación se presentan los datos obtenidos del uso de la BREVIA por parte de los estudiantes de la titulación de Publicidad y Relaciones Públicas. La encuesta fue realizada en el marco del informe del seguimiento de las pruebas piloto en la UAB, cuyos resultados se muestran a partir del cuestionario sobre la introducción de la UAB en el espacio europeo de educación superior. La realización del cuestionario fue pilotada por el Grupo de Investigación en Educación y Trabajo del Departamento de Sociología de la UAB.

Se tiene que tener presente que los resultados que en este informe se presentan sólo recogen estudiantes asistentes a clase, que tienen unas características específicas. También se tiene que tener en cuenta que el cuestionario se pasó hacia

Figura 5. Grado de uso de la BREVIA



finales del segundo semestre del curso 2006-2007; por lo tanto, las especificidades de este periodo pueden tener efectos en el perfil de los estudiantes que contestan el cuestionario. De las preguntas del cuestionario, una hacía referencia al uso de la Biblioteca Virtual. El resultado muestra que el grado de uso de la BREVIA es relativamente bajo, lo que hace pensar que se necesita una potenciación de estos recursos, dado que creemos que los estudiantes no tienen el hábito de usarlos.

5. Conclusiones

La BREVIA es una plataforma muy útil para la nueva metodología docente. Se ha conseguido recopilar un fondo considerable de recursos digitales. Una vez puesta en marcha la herramienta, es un requerimiento necesario actualizarla para garantizar la utilidad y la vigencia y facilitar la visibilidad por parte del usuario. Una vez trabajados los fundamentos básicos de la BREVIA, los principales objetivos del proyecto han sido el mantenimiento y, consecuentemente, la funcionalidad o la utilidad de la nueva herramienta. Por esta razón, entre otras cosas, hay que implementar la gestión del fondo virtual con las nuevas tecnologías de una manera enfocada al aprendizaje de la nueva metodología docente. Finalmente, la principal finalidad ha sido potenciar la utilidad de la herramienta, afinándola y potenciándola entre sus usuarios, cuya valoración ha sido muy positiva.

Referencias

- PALLANCH, J. (2003). *La innovació docent a la Universitat de Girona*. Girona: UdG (Institut de Ciències de la Educació).
- ROJAS, Orduña y OCTAVIO, I. (2005). *Relaciones Públicas: la eficacia de la influencia*. Madrid: Esic Editorial.
- IDES-UAB (2004). *Projecte BREVIA*. Barcelona: UAB.

Enlaces de interés

- HARVARD UNIVERSITY. Proyecto Docente. <http://ocp.hul.harvard.edu/directory>. Fecha del último acceso: 13 de julio de 2006.
- COLUMBIA UNIVERSITY IN THE CITY OF NEW YORK. Proyecto Docente. <http://ci.columbia.edu/ci/eseminars/journalism.html>. Fecha del último acceso: 13 de julio de 2006.
- UNIVERSITY OF OTAGO. Proyecto Docente. <http://slc.otago.ac.nz/studyskills/studyskills.asp>. Fecha del último acceso: 13 de julio de 2006.
- MACQUARIE UNIVERSITY. Proyecto Docente. <http://www.oib.mq.edu.au/databases>. Fecha del último acceso: 13 de julio de 2006.
- MURDOCH UNIVERSITY. Proyecto Docente. <http://wwwwoib.murdoch.edu.au/data-base>. Fecha del último acceso: 13 de julio de 2006.

Palabras clave

Recursos virtuales, apoyo al autoaprendizaje, biblioteca virtual.

Financiación

Convocatoria de ayudas 2005 para proyectos de innovación docente. Universitat Autònoma de Barcelona.

Materiales complementarios del CD-ROM

Demostración de la *BREVIA (Biblioteca de Recursos Virtuales)* de Publicidad y Relaciones Públicas.

Responsable del proyecto

Daniel Tena Parera

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

daniel.tena@uab.cat

Presentación del responsable del proyecto y del grupo de trabajo

Daniel Tena Parera es profesor titular de la Universitat Autònoma de Barcelona, licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas y doctor en Comunicación Audiovisual por la Universitat Autònoma de Barcelona. Especializado en el estudio de los medios de comunicación desde la perspectiva formal. Forma parte de los Grupos de investigación Símbolo (Grupo de Investigación en la Recepción de la Comunicación), GRP (Grupo de Investigación en Publicidad y Relaciones Públicas) y del Grupo de Investigación en Publicidad y Psicología.

Bajo las siglas GRP se agrupa un conjunto de profesores de Publicidad y Relaciones Públicas de la UAB que en la actualidad ofrece servicios de investigación y acciones formativas complementarias a su actividad docente dentro de la universidad.

Su núcleo está formado por profesores de la Unidad de Publicidad y Relaciones Públicas, que desarrollan su actividad en la licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas y en el doctorado de Publicidad y Relaciones Públicas: la Marca y Estrategias de Públicos. A diferencia de otros, GRP es un grupo abierto, cuya composición varía según el tipo de investigación o del encargo. Este hecho facilita la incorporación de alumnos de doctorado. Gracias a esta dinámica, los jóvenes investigadores reciben apoyo y consejo en el desarrollo de proyectos. Hasta hoy ha realizado investigaciones financiadas por diferentes empresas e instituciones privadas: Bayer S.A., Lloreda S.A. (KH7), El Gremio de Publicidad, y diversos proyectos de Innovación docente MQD-AGAUR o proyectos de Innovación docente con apoyo de la UAB.

Miembros que forman parte del proyecto

Jordi Fernández Cuesta

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

jordi.fernandez.cuesta@uab.cat

David Roca Correa

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Facultad de Ciencias de la Comunicación

Universitat Autònoma de Barcelona

david.roca@uab.cat