

POSSIBILITATS DE LA WEB 2.0 PER A LA PRODUCCIÓ DE CONTINGUTS DE FORMA COOPERATIVA I INTERACTIVA EN LES ASSIGNATURES D'HISTÒRIA DE LA COMUNICACIÓ

Amparo Moreno Sardà

Pedro Molina Rodríguez Navas, Jordi Ibarz Gelabert, Núria Simelio Solà,
José María Perceval Verde, Daniel Jiménez Chávez,
Antonio Aguilar Pérez

Periodisme i Ciències de la Comunicació
Facultat de Ciències de la Comunicació
UAB

Amparo.Moreno@uab.cat ; Pedro.Molina@uab.cat ; Jordi.Ibarz@uab.cat ;
Nuria.Simelio.Sola@uab.cat ; JosepMaria.Perceval@uab.cat; daniel.jimenezch@yahoo.es;
antonio.aguilar@correos.es

RESUM DE L'EXPERIÈNCIA

El professorat que imparteix Història de la Comunicació i altres assignatures afins, ha anat desenvolupant diferents materials didàctics que ara estem revisant i actualitzant per a poder-los utilitzar en el marc de la wiki que hem preparat, *Passeig per les xarxes de comunicació des de...* (<https://wikis.uab.cat/passeigperlesxarxes>). Aquest treball s'està concretat en dues guies didàctiques, per a la utilització de la publicitat i els programes de televisió de ficció com a fonts documentals i materials didàctics, que permeten identificar i valorar, des de diferents disciplines, les dades que proporcionen els mitjans de comunicació per conèixer els canvis socials i també les relacions entre història col·lectiva i històries personals, i entre memòria col·lectiva i memòria personal. Estem així, experimentant amb les possibilitats de la Web 2.0 per a produir materials que contribueixin a la formació dels professionals dels mitjans de comunicació, fent-los competents en la elaboració de continguts de forma cooperativa i interactiva, en el marc de l'EEES. Aquest treball els ha de facilitar desenvolupar habilitats d'identificació i de resolució de problemes, capacitat de pensament crític i sentit de responsabilitat social, professional i ètica. Els estudiants faran servir les ITC per l'aprenentatge semipresencial. D'aquesta manera, fomentarem la seva autonomia en la investigació, planificació i desenvolupament de continguts per als mitjans de comunicació. També volem posar aquests materials a disposició de tothom interessat en un diàleg interdisciplinari, imprescindible per a orientar els nous plans d'estudi cap al nou paradigma de producció i gestió del coneixement.

ABSTRACT

The new possibilities of organize and produce all types of documents in digital format, to distribute them by network and their interactive possibilities provoke a radical change in the paradigm that have oriented the content production: from vertical and unidirectional to horizontal, plural, cooperative and interactive. The formation of mass media professionals should explain how to produce this news items.

This project summarizes the didactics materials that have been developed by the professors who are teaching History of Communication in order to edit news materials in the framework of the Wiki *Passeig per les xarxes de comunicació des de...* (<https://wikis.uab.cat/passeigperlesxarxes>).

We present two Didactics Guides in this new Wiki framework that allow us to identify and value mass media as a documental source for understand social changes and the relations between collective history, personal history and collective and personal memory.

PARAULES CLAU

Innovació didàctica, Wiki, Història de la Comunicació, Guies Didàctiques, Web 2.0

ÀMBIT GENERAL D'INTERÈS DE LA INNOVACIÓ

Renovació de la docència- aprenentatge de les assignatures d'Història de la Comunicació: materials didàctics adaptats a les possibilitats de la Web 2.0 i una Wiki, eina específica elaborada amb aquesta finalitat.

DESENVOLUPAMENT

1. Objectius

Objectius generals

Experimentar amb Internet per produir materials didàctics per a les assignatures d'Història de la Comunicació que col·laboren en la formació de professionals dels mitjans de comunicació, perquè siguin capaços d'elaborar continguts de forma cooperativa i interactiva, en el marc del EEES.

Objectius específics

- Completar la nova wiki *Passeig per les xarxes de comunicació des de...* (<https://wikis.uab.cat/passeigperlesxarxes>), amb 2 guies didàctiques, per a utilitzar els programes de televisió i la publicitat com a fonts documentals per a la comprensió dels canvis socials.
- Desenvolupar les possibilitats d'Internet per a produir materials per a la docència de la Història de la Comunicació i altres assignatures, que faciliten elaborar continguts sobre el passat, present i l'actualitat local i supralocal amb documents personals i col·lectius.
- Elaborar materials didàctics per afavorir que l'alumnat obtingui les següents habilitats:
 - a) Aprenentatge mitjançant l'acció, desenvolupant habilitats d'identificació i resolució de problemes, pensament crític, i de responsabilitat social, professional i ètica.
 - b) Aprendre a treballar en xarxa, de forma cooperativa i interactiva.
 - c) Utilitzar les TIC per l'aprenentatge semipresencial
 - d) Fomentar l'autonomia de l'alumnat en la investigació, planificació i desenvolupament de continguts per als MC, mitjançant eines virtuals.
 - e) Generar accions innovadores de docència-aprenentatge i de producció dels mitjans de comunicació.
 - f) Identificar i valorar des de diverses perspectives disciplinàries les dades que proporcionen els MC com a font documental per conèixer les relacions entre història col·lectiva i històries personals, i entre memòria col·lectiva i personal.

2. Descripció del treball

I. LA WIKI PASSEIG PER LES XARXES DE COMUNICACIÓ...

Des de l'any 2007 hem començat a desenvolupar una nova proposta per renovar la web *Passeig per les xarxes de comunicació des de....* construïda durant el curs 1998-1999. Aquesta primera versió va permetre realitzar nombroses activitats a nivell docent i també investigador, però li faltava una

navegació flexible que permetés vincular no només el temps i l'espai a partir dels camps temàtics, sinó que també possibilités "passejar" pels diferents contextos espacials des de el més pròxim (ciutat-districte) al més global.

Durant aquests anys Internet ha generat un nou context d'aplicacions que modifiquen de forma radical el que es coneixia com a Web 2.0. Aquest nou entorn permet generar un espai en què per primera vegada es compleixen els propòsits d'una web a l'abast de tots els actors socials, creada i dinamitzada per ells mateixos.

Aquest nou escenari ens ha permès començar a utilitzar noves eines i comprovar algunes de les seves prestacions. Després d'un any de treball, la plataforma wiki actual (<https://wikis.uab.cat/passeigperlesxarxes>) està acabada. Ara ens ofereix les prestacions que volíem: facilitat per ingressar nous continguts i per fer modificacions, seguiment del treball dels usuaris i control de canvis.

La navegació es realitza a partir de les dues coordenades bàsiques: geogràfica i temporal. A més, podem realitzar la recerca de qualsevol informació si es realitza segons els camps temàtics que hem definit: la població, els mitjans de transport i els mitjans de comunicació. La *Home* compta amb un buscador a partir de paraules claus i també amb un requadre en què podem veure les etiquetes que contenen major quantitat d'informació.

El sistema de *tagging* utilitzat és útil, no únicament per treballar en els camps temàtics, sinó també en altres activitats docents i d'investigació que tinguin una vinculació espacial i temporal, com és el cas de les *Guies Didàctiques d'Història de la Comunicació*.

II. GUIES DIDÀCTIQUES

Cada una de les guies didàctiques que hem preparat i experimentat, consten d'una guia de l'estudiant, una guia del professor i uns models de presentació dels treballs que l'estudiant ha de realitzar.

GUIA DIDÀCTICA 1: per utilitzar la publicitat com a font documental per comprendre diferents èpoques històriques, relacionant els canvis que s'han produït a les institucions amb els que han afectat a les relacions entre dones i homes a la vida quotidiana.

GUIA DIDÀCTICA 2: per utilitzar els programes de televisió, com a fonts documentals en el mateix sentit que a la GD1.

Ambdues es plantegen com a propostes d'innovació docent per a les assignatures d'Història General de la Comunicació i d'Història de la Comunicació Social a Catalunya, en el marc d'aplicació de les titulacions de Periodisme, Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques.

3. Metodologia

La metodologia de treball que hem seguit per a elaborar cada GD ha estat:

- Recopilació de diferents versions de materials didàctics treballats pels membres de l'equip i recollida d'altres experiències, així com bibliografia, documentació i reunions amb experts.
- Definició de les activitats, pautes de treball per docents i estudiants, exemples orientatius i definició de l'espai wiki que s'ha d'oferir a l'estudiant.
- Edició provisional de les GD en versió digital, que s'han posat a prova al llarg del segon semestre del curs 2007-2008.
- Avaluació dels encerts i les carències juntament amb els estudiants mitjançant enquestes.
- Realització d'una avaluació col·lectiva dels treballs experimentals realitzats pels estudiants per part del professorat, d'acord amb els indicadors definits per avaluar els objectius obtinguts; selecció dels treballs que s'incorporaran com a models i punts de partida per a desenvolupar noves possibilitats en els següents cursos.

4. Resultats

4.1. Plataforma wiki.

La plataforma wiki ha estat provada en quant a les eines fonamentals de navegació i edició. La fase següent és l'augment en la generació de continguts per a dinamitzar la matriu espai-temps simultàniament a la realització d'activitats docents, que permetran provar en la seva totalitat les eines abans descrites. En un context proper tenim també el propòsit de dotar a aquesta wiki d'una interfaz cartogràfica en què sigui possible georreferenciar els continguts ingressats pels usuaris.

4.2. Realització de les unitats didàctiques.

El primer resultat tangible de la realització d'aquest projecte ha consistit, per descomptat, en la redacció de les dues guies que s'havien proposat inicialment. Cadascuna d'aquestes guies es correspon amb la seva respectiva unitat didàctica.

Amb aquestes guies es possible la utilització tant de la publicitat com de programes televisius de ficció en la seva dimensió de fonts documentals. Aquestes permeten identificar i valorar les dades proporcionades pels mitjans de comunicació com a fonts pel coneixement dels canvis socials i també de les relacions entre història col·lectiva i històries personals, així com entre memòria col·lectiva i memòria personal.

4.3. Valoració de l'ús de les guies i de l'experiència docent.

A partir de les enquestes realitzades en els quatre grups classe on s'ha aplicat l'experiència, hem obtingut una valoració per part de l'alumnat del treball realitzat.

Aquestes enquestes constaven d'una vintena de preguntes referides a la valoració de les guies, els models presentats, la utilitat de l'experiència i el temps dedicat per a la seva realització.

En aquesta comunicació hem emprat només allò que hem considerat els aspectes principals de l'explotació de les enquestes realitzades. Davant la similitud de la valoració obtinguda de les dues guies, comentem conjuntament els resultats, i en qualsevol cas assenyallem en el text l'existència de diferències significatives.

4.3.1. Aspectes positius de la valoració crítica.

Les guies han rebut l'aprovació d'una majoria significativa de les persones que les han emprat. El 60% de l'alumnat en la GD1 (publicitat) i el 70% en la GD2 (televisió), aproximadament, han manifestat que les guies els hi semblaven bastant o molt útils.

En el mateix sentit, una part important d'aquests, més del 50%, han deixat en blanc la resposta a la pregunta on s'oferia la possibilitat d'indicar quins aspectes de les guies devien millorar-se. Segons el nostre parer, aquesta circumstància demostra l'existència d'un alt nivell de satisfacció entre l'alumnat respecte el material didàctic emprat.

Per aquests i aquestes alumnes ha resultat molt més interessant que la guia, el model de presentació de treball que també els hi facilitàvem per a cada unitat didàctica. Més del 90% del total ha emprat aquest model de presentació del treball, a diferència d'allò esdevingut amb la guia que, per exemple, en el cas de la publicitat ha estat llegida per poc més del 70% de l'aula. Aquesta darrera circumstància la comentarem més endavant en l'apartat referit als aspectes negatius de la valoració crítica. Però com veiem, el model d'exercici ja realitzat s'ha convertit per l'alumnat en el principal material emprat a la hora de realitzar l'experiència.

L'exemple proporcionat ha estat considerat de més utilitat que la pròpia guia, amb valors propers al 80% de l'alumnat, manifestant que aquest model els hi ha semblat bastant o molt útil. Més de les tres quartes parts de la classe ha aplicat aquesta consideració. Com també esdevenia amb les guies, hem de considerar molt positiu el fet de que entre el 60 i el 70% van deixar en blanc la pregunta referida als aspectes que caldria millorar d'aquests models de presentació. O, en un sentit semblant, entre el 40 i el 50% també han deixat en blanc la pregunta on explícitament sol·licitàvem que ens assenyalessin algun aspecte negatiu en la realització d'aquestes experiències com elements d'aprenentatge.

Però potser, els millors resultats que hem obtingut, en tant que es refereixen a un dels objectius principals de l'experiència, és quan hem preguntat sobre si les activitats han servit per utilitzar un programa de televisió de ficció o la publicitat per obtenir informació històrica sobre el període en el que fou realitzat, així com per comprendre les transformacions històriques. En el cas de l'experiència amb la televisió, gairebé el 80% de les respostes (el 78,8% dels resultats vàlids) han manifestat que aquest objectiu s'ha acomplert bastant o molt. Els resultats en el cas de la pràctica de la publicitat han estat una mica inferiors, tot i que també positius, amb un 64% de satisfacció. En aquest cas les diferències poden explicar-se pel fet de que la pròpia pràctica, una anàlisi sincrònica, diferencia del cas de la televisió on només es realitzava una anàlisi diacrònica, amb la qual cosa dificultava que l'anàlisi de la dita font pogués ser apreciada especialment per l'obtenció d'informació històrica. Aquest circumstància es reflectia molt més en la resposta de la segona pregunta d'aquest bloc, la referida a la utilitat de les diverses fonts, publicitat i televisió, per comprendre les transformacions històriques. En el cas de la televisió, el 69,5% de l'alumnat considerava que això s'havia acomplert bastant o molt; aquest valor descendia al 53% en el cas de la pràctica de la publicitat. Uns valors molt similars obteníem en la pregunta referida a la utilitat de l'experiència per veure les relacions que s'estableixen entre històries personals i història col·lectiva.

En la valoració final de l'activitat, en l'apartat referit a senyalar els aspectes positius de l'experiència, als i les alumnes els hi ha semblat interessant (20,6% i 30%), didàctica (24,6% i 11,4%), i divertida (19,4% i 12%). I encara, un 10,5% en el cas de la televisió i un 17,1% en el de la publicitat, han manifestat que a partir de l'experiència han començat a abordar aquest tipus de mitjans de comunicació amb una mirada diferent.

En definitiva aquests resultats ens indiquen que les unitats didàctiques han servit per millorar significativament els nostres mètodes pedagògics i per aconseguir en una porció respectable de l'alumnat els nostres objectius referits a atorgar una mirada diferent sobre algun dels més populars mitjans de comunicació.

4.3.2. Aspectes negatius de la valoració crítica.

El que ha estat una sorpresa per a nosaltres és que una part important de l'alumnat hagi declarat que ni tant sols havia llegit alguna de les dues guies. El 17,7% i el 29,1% en el cas de la guia de la televisió i en la de la publicitat, respectivament. Aquestes xifres resulten segons el nostre parer massa elevades, i alhora resulten indicadores d'un problema. Aquesta circumstància pot ser explicada per diversos motius, potser el més important es refereixi a la dinàmica de treball en grup, que pot possibilitar en alguns casos que no tots els membres d'un grup determinat considerin necessària la lectura de les guies i optin per adquirir la informació directament de la resta de companys i companyes.

Per a solucionar aquesta situació ens hem plantejat la possible reducció de les dimensions de les guies, per a que aquestes no "tirin endarrere" a ningú, fins i tot els menys disposats. Però sobre tot hem considerat la necessitat de modificar, en el sentit d'augmentar el nombre, les tutories obligatòries. A més, pot ser d'utilitat el convertir aquestes tutories en una activitat avaluable, per garantir no tant sols l'assistència a les dites tutories, sinó també l'aprofitament de les mateixes. En conseqüència,

l'augment de la regularitat de les tutories, així com el seu caràcter més reglat ha de significar que els alumnes frueixin d'un calendari d'activitats molt més compensat, no concentrant la major part del treball a realitzar en la part final del semestre.

La majoria de l'alumnat ha fet servir en l'experiència entre 4 i 8 hores de treball personal i entre 3 i 6 de treball en col·laboració amb els diversos membres del grup. Aquests eren els resultats esperats, tot i que també s'ha pogut observar l'existència d'un altre grup important d'alumnes que han treballat per sobre de la mitjana i més d'allò que el treball requeria. Això es pot deure, en algun cas a l'existència de diversos nivells de compromís amb el treball, la qual cosa s'ha traduït també en una millora significativa dels resultats. En algun altre cas, el motiu d'aquest volum de treball pot deures a les dificultats del treball en grup experimentades per alguns alumnes.

Un dels principals aspectes negatius de les valoracions crítiques es refereix, pel cas de la pràctica amb sèries de televisió, a que existís molt poca varietat d'aquestes. I, en conseqüència, que les exposicions a l'aula realitzades per l'alumnat resultaren un tant repetitives. Així han opinat, en conjunt, el 20% dels enquestats. Aquesta consideració és realment certa. No hi ha moltes sèries televisives publicades o són d'accés difícil o de pagament. Per aquest motiu, de cara a la repetició de l'experiència el proper curs, hem previst emprar com a font documental també pel·lícules de ficció espanyoles.

CONCLUSIONS

L'experiència acumulada per l'equip ens permet afirmar que hem aconseguit uns resultats de gran interès en 4 àmbits:

1. En primer lloc, la renovació de la docència-aprenentatge de les assignatures d'Història de la Comunicació: tant el professorat com els estudiants disposen d'un conjunt de materials didàctics relacionats amb la nova wiki *Passeig...* amb una programació i disseny adaptats a les possibilitats d'Internet2, ben elaborats, amb recursos documentals i de disseny gràfic que els fan més clars i fàcils d'utilitzar, en la línia de les condicions que planteja l'EEES. El resultat de les enquestes també ens diu que hem millorat el grau de satisfacció dels estudiants en aquestes assignatures concretes.
2. Aquests materials permetran que els futurs professionals dels mitjans de comunicació adquireixin capacitat i tinguin interès en experimentar les noves possibilitats d'Internet2, val a dir, per produir continguts d'acord amb el nou paradigma de producció i difusió horitzontal i plural, en xarxa, i de forma cooperativa i interactiva.
3. També fem una contribució per a la necessària renovació de les Humanitats i les Ciències Socials d'acord amb aquest nou paradigma, fomentant el debat i les aportacions pluridisciplinars i replantejant unes explicacions que avui han de fer comprensible i atractiva la construcció de les societats plurals en el marc europeu.
4. Finalment, aquestes eines, que faciliten processos de participació dels estudiants en la docència –aprenentatge i serviran també d'experiència per tal que els futurs professionals dels mitjans de comunicació tinguin capacitat per desenvolupar eines per a la participació ciutadana en la construcció del coneixement col·lectiu i de l'avaluació de les polítiques públiques.

BIBLIOGRAFIA

AYUSTE, ANA; FLECHA, RAMÓN; LÓPEZ PALMA, FERNANDO; LLERAS, JORDI:

Planteamientos de la pedagogía crítica. Comunicar y transformar. Graó de Serveis Pedagògics; Biblioteca de Aula, nº 3. Barcelona, 1994.

COBO ROMANÍ, C. y PARDO KUKLINSKI, H.: Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. FLACSO México. Barcelona/México D.F., 2007.

CROWLEY: La comunicación en la historia. Bosch, Barcelona, 1997

MEJÍAS, U.: *Teaching social software with social software.* Innovate 2 (5). 2006.

<http://innovateonline.info/index.php?view=article&id=260>

MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, P.: *La prensa del corazón: un recurso para conocer los medios y explorar el mundo.* En Diálogos. Educación y formación de personas adultas. Núm.17, abril, 1999

MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, PEDRO (coord.): Nuestra historia. Taller de Historia de Pallejà. Diálogos S.L./Ajuntament de Pallejà. Xàtiva, 2000.

MOLINA RODRÍGUEZ-NAVAS, PEDRO: Encontrarse en la Historia. Fuentes, protagonistas y espacios: metodologías para una historia de la comunicación no-androcéntrica. Tesis doctoral, <http://www.tesisenxarxa.net/TDX-1213107-105836/index.html>

MORENO SARDÀ, A.: Pensar la historia a ras de piel. Barcelona, Ediciones de la Tempestad, 1991.

MORENO SARDÀ, A.: Cap a una història de les comunicacions des de Catalunya, excèntrica, plural i interactiva. Servei de Publicacions de la UAB, Bellaterra, 1999.

PUIG, JAIME: La publicidad, historia y técnicas. Mitre. Barcelona. 1999.

RAVENTÓS, José M^a.: Cien años de publicidad española (1899-1999). Mediterránea Books. Barcelona, 2000.

SATUE, E.: El llibre dels anuncis. Diversos volums. Altafulla, Barcelona.

SEGURA, I., SELVA, M., Revistes de Dones 1846-1935. Edhasa, Barcelona, 1984.

TIMOTEO, J. (dir), Historia de los medios de comunicación en Espanya. 1900-1990. Ed. Ariel, Barcelona, 1990.

VICIANO, P., La temptació de la memòria. Edicions 3 i 4, Eliseu Climent Editor, València, 1995.

- **Cd-rom:** Xarxes de Comunicació a Catalunya, passat, present i futur. Càtedra d'Història de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions de la UAB. Bellaterra, 1998.

ENLLAÇOS D'INTERÈS

- **Web:** *Passeig per les xarxes de comunicació des de... Catalunya*, web situada en Espais Temàtics del Campus Virtual de la UAB, Acceso directo: <http://oaid.uab.es/passeig>
- **Wiki:** *Passeig per les xarxes de comunicació des de...* <http://dev-oaid.uab.es/geowiki/index.php>