

Memoria técnica

Anexo 2

Proyecto:

**La web social en la planificación y la evaluación del
trabajo fin de grado**

Director:

Juan Luis Manfredi Sánchez

Facultad de Periodismo

Cuenca

1. Antecedentes del equipo humano del proyecto

El presente plan es el primer proyecto de innovación docente conjunto de la Facultad de Periodismo con el ánimo de participar activamente en la vida académica de la UCLM. Tiene vocación de permanencia y de servicio a la comunidad universitaria. La misión es la creación de una estrategia orientada hacia la mejora de los resultados de la planificación y la evaluación de los proyectos de fin de grado.

El equipo humano está compuesto por siete profesores del centro, cuyo interés común es la mejora de la innovación y su interrelación con otras Facultades. Por eso es necesariamente abierto y expuesto a la participación de otros profesores y alumnos de la UCLM.

El equipo ofrece un perfil interdisciplinar con un sustrato común basado en el uso de las tecnologías con finalidades docentes, el interés por la comunicación como vehículo para la participación en el espacio público y la generación de visibilidad de los resultados de la UCLM.

Director

Juan Luis Manfredi Sánchez es doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla, donde obtuvo sendas licenciaturas en Periodismo e Historia. Es International Executive MBA por IE Business School, así como Máster en Gestión de Empresas Audiovisuales y en Administraciones Públicas (Universidad de Sevilla).

Su experiencia previa en innovación se remonta a 2006 cuando crea los cursos de verano "Nuevas tecnologías, nuevos contenidos" que con tres ediciones cuajaron la idea de Universidad 2.0 con proyectos en torno a las redes sociales, las comunidades y el campus virtuales. Estas experiencias han sido compartidas en los dos principales foros sobre educación online, nuevos medios y web social, como son ExpoCampus (nueve ediciones organizadas por la UNED y la cátedra E-learning) y el curso Universidad 2.0 en la UIMP. Asimismo, participa en varios blogs profesionales en sendos con proyectos con Telefónica y el diario económico Cinco Días.

Subdirector

Antonio Laguna Platero es doctor en Historia por la Universitat de València (1986). Ha sido profesor de Historia del Periodismo en la Fundación Universitaria San Pablo CEU y Subdirector de Investigación de la misma. También ha sido director de comunicación de distintas organizaciones e instituciones y se ha especializado en el ámbito de la comunicación política.

Participantes

Vanesa Saiz Echezarreta es profesora Contratada Doctora en la Facultad de Periodismo de Cuenca en la UCLM. Especialista en Semiótica y Análisis Sociocultural de la Comunicación ha realizado la tesis "La solidaridad espacio de mediación de los sentimientos morales. Análisis de la publicidad de las ONGD 1999/2009", en la UCM. Desarrolla su actividad docente en el área de Teoría de la comunicación y la

Información, la Teoría de la Cultura y la Metodología y el Análisis en Comunicación, materias impartidas en la UCM, la Universidad Miguel de Cervantes y la Universidad de Valladolid. Ha formado parte del Grupo PICNIC y, actualmente desarrolla su investigación en el Grupo de Sociosemiótica de la comunicación de la UCM y en el Grupo de Investigación de la Facultad de Periodismo en la UCLM. Ha publicado artículos especializados sobre representaciones sociales y afectividad, movimientos sociales, feminismo, entre otros; así mismo, ha elaborado informes e investigaciones aplicadas para organismos públicos e instituciones privadas. Tiene experiencia en innovación docente por la coordinación del “Proyecto de implementación de estrategias docentes en un campo interdisciplinar. Comunicación, procesos y discursos publicitarios”, en la convocatoria del Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa, Universidad de Valladolid.

Ana López Cepeda es profesora ayudante (con grado de doctor). Es Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Santiago de Compostela (USC), Diplomada en Derecho por la Universidad Nacional a Distancia (UNED) y Profesora Ayudante desde 2011 en la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla La Mancha. Ha trabajado durante más de tres años como investigadora en el Grupo “Nuevos Medios” de la Universidad de Santiago de Compostela. Especializada en el área de políticas de comunicación (con una tesis doctoral titulada “Órganos de control y gestión de la radiotelevisión pública en España”) y derecho de las nuevas tecnologías, trabaja en la investigación sobre gobernanza electrónica, derecho en internet, políticas audiovisuales europeas y nuevos medios. Fue una de las creadoras del programa “Nostracker” un innovador sistema semántico de gestión de contenidos que permite automáticamente analizar la reputación online y la conversación mediática a través de blogs, redes sociales y medios de comunicación en Internet. Ahí reside su valor.

Ángel Luis López Villaverde es licenciado en Historia Contemporánea por la Universidad Complutense (1986), doctor en Historia por la Universidad de Castilla-La Mancha (1993) y Profesor Titular de Historia Contemporánea de la UCLM (2003). Es el actual secretario de la Facultad y su misión consistirá en el control académico relacionada con las tareas de gestión, reglamentación y ordenamiento interno de la UCLM.

Antonio Fernández Vicente es doctor en Comunicación, con la Tesis titulada “Crítica de la tecnología de reencantamiento”, que obtuvo el Premio Extraordinario de Doctorado (2007) en la Universidad de Murcia. Asimismo es Postgrado en Filosofía por la Universidad de Murcia. Forma parte de varios grupos de investigación sobre las nuevas formas de socialización implícitas en el espacio tecnológico comunicativo. Ha realizado estancias de investigación en L'École des Hautes Études en Sciences Sociales, en París, y participado en numerosos congresos internacionales sobre áreas dispares como estética cinematográfica, teoría del lenguaje, sociocibernética o políticas culturales. Su aportación reside en su completa concepción de la alfabetización mediática.

Francisco Seoane Pérez es doctor en Estudios de Comunicación por la University of Leeds (Reino Unido, 2011), máster en Comunicación por la University of Illinois at

Chicago (2006) y licenciado en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela (2001). Sus intereses académicos se centran en el papel del periodismo en democracia, la esfera pública europea y el impacto de Internet en la participación política. Su función es complementar los talleres de alfabetización mediática con aportaciones sobre la nueva esfera pública.

José Reig es profesor asociado de la Facultad de Periodismo. Es experto en documentación y su misión consistirá en la creación del sistema de almacenamiento y gestión de la información.

2. Motivación y origen del proyecto

La web social ha producido una transformación estructural en la producción y en la distribución del conocimiento. Se han generado cuatro grandes ventajas que pueden aplicarse a la planificación y la evaluación de los trabajos fin de grado. En primer lugar, los trabajos pueden conectarse con la comunidad y el entorno en que actúa. El establecimiento de redes profesionales, el contacto con asociaciones y la participación en la vida civil demuestran un compromiso cívico relevante. En segundo lugar, los medios sociales contribuyen a la promoción de la propia investigación en las que se está inmerso. Es fundamental compartirlos con la comunidad y con otros colegas. Gracias a Twitter, podemos enlazar nuestras historias con #hashtags reconocidos y facilitar su búsqueda a otros colegas de la misma materia. También es interesante destacar la red social Academia.edu, que segmenta por áreas de conocimiento y permite la publicación libre de documentos relacionados con nuestro trabajo. Seguidamente, la conexión con la vida civil y la promoción de la investigación ayuda a crear audiencias, nichos interesados en la línea de investigación. Aquí, la Universidad tiene que aprender a poner en valor el conocimiento de sus profesores mediante la generación de contenidos auténticos. Estas audiencias pueden orientar el trabajo fin de grado porque muestran cuáles son las demandas, las inquietudes o las necesidades de una parte de la población. Es una herramienta para la detección de oportunidades de empleabilidad. Por último, las redes sociales mejoran la escritura. Contar en 140 caracteres (Tweet) o en un post (alrededor de 500 palabras) qué estamos haciendo, cuál es el avance, cómo afecta a nuestras vidas o qué novedad presenta requiere un buen trabajo de gramática y ortografía. Puede que sea la única oportunidad que tengamos para conectar con nuevos lectores. La publicación redunda en beneficio del graduado y de la UCLM.

La elaboración del trabajo de fin de grado (en adelante, TFG) no escapa a estos cambios y existe la posibilidad de innovar en la forma de diseminar los resultados y mejorar la visibilidad de los proyectos. La cuestión reside en cómo se pueden aprovechar las herramientas de la web social para la mejora de los resultados académicos y la empleabilidad del graduado.

La hipótesis inicial consiste en que es posible adquirir una ventaja competitiva en el nuevo ecosistema digital mediante el uso intensivo de los instrumentos de la web social. Con esta finalidad, la redacción y la presentación del TFG tienen que adecuarse a las normas básicas que rigen el entorno digital. A saber:

- La creación de contenido diferenciado y con un valor sustancial
- La creación de contenidos abiertos que puedan ser localizados en los grandes buscadores
- La creación de una red en enlaces que retroalimenten el trabajo, generen audiencia y participen en la comunidad de interés científico correspondiente
- La creación de oportunidades para el desarrollo de un trabajo en equipo
- La innovación en las formas de producción y consumo de contenidos académicos

El conocimiento de estas nuevas formas de distribución de la información puede generar valor para los TFG en tanto que la publicación en revistas académicas no está entre las primeras necesidades del nuevo graduado. En la práctica, el graduado requiere antes un reconocimiento de valor de su trabajo (evaluación de la calidad, la originalidad, la transferencia tecnológica y otros ítems similares) antes que la incorporación inmediata a los círculos universitarios.

La web social ofrece dos oportunidades eficientes de distribución de los resultados del TFG y su puesta a disposición para la sociedad. En primer lugar, existe ya un mercado consolidado de publicación bajo demanda tanto en papel como en edición digital. Ésta tendría que ser una norma obligatoria para la difusión con ISBN de los resultados, como ya sucede en numerosas universidades del entorno anglosajón. En segundo lugar, el TFG puede articularse en torno a una estrategia digital de difusión del conocimiento, creación de reputación del graduado y mejora de las oportunidades de empleabilidad. Esta segunda vía es la apuesta que propone el proyecto en la medida en que supone una oportunidad eficiente para la planificación y la evaluación de los TFG con herramientas de creciente popularidad.

El proyecto de innovación docente apuesta por la mejora de las capacidades de comunicación digital profesional para ir más allá del simple currículo académico. Se trata de crear valor mediante la promoción de un TFG multimedia y abierto al entorno de la web social con la finalidad de diseminar el conocimiento, favorecer la transferencia tecnológica, generar visibilidad de la UCLM como motor científico e incrementar la propia reputación del graduado.

En la actualidad, se están desarrollando proyectos de similar calado en numerosas universidades de todo el mundo. Por citar tres ejemplos destaca la actividad de la London School of Economics and Political Science (LSE), la Universidad de Granada, la Escuela de Organización Industrial (EOI) y la Universidad de Girona.

En el primer caso, la LSE lidera un grupo de investigación en el uso de la web social con fines académicos. Se denomina "Impact of Social Sciences". Ha publicado un manual de referencia en la materia y forma a los profesores y profesionales en la materia. Una muestra de su trabajo puede consultarse aquí (<http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2011/10/04/academic-tweeting-styles/>) para comprobar cómo utilizar Twitter con finalidades académicas. Aquí se pueden ver los posts más populares del blog (<http://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/popular-blog-posts/>).

En Granada, se ha generado numerosos documentos sobre cómo afrontar la comunicación científica en la web social mediante la extensión de los documentos académicos, la adaptación a las necesidades y las formas digitales, así como la creación de comunidades de interés compartido. La información y los resultados obtenidos están disponible en la web del grupo de investigación "EC3 Evaluación de la ciencia y de la comunicación científica" (<http://ec3.ugr.es>).

La Escuela de Organización Industrial (EOI) tiene una identidad digital muy marcada. Utiliza los blogs de conocimiento(<http://www.eoi.es/blogs/>) para comunicar con la sociedad y generar reputación. Es el resultado de 24 blogs que comentan las actividades, la actualidad y los principios de actuación de la escuela.

Por último, el proyecto de la Universidad de Girona (<http://www.udg.edu/tabid/17657/default.aspx>) es un modelo de cómo afrontar semejante reto estratégico desde una universidad pequeña, casi de nicho. Sus acciones están a la vanguardia en coherencia entre la estrategia y la acción.

3. Objetivos

El objetivo del proyecto consiste en el incremento del impacto de la investigación y de los resultados de los trabajos de fin grado (TFG) presentados en la UCLM a través de las herramientas de la web social. Mediante la gestión de huella digital, el graduado puede multiplicar los efectos de su TFG.

El impacto se mide en el ámbito académico por los estándares ya conocidos de cita y reconocimiento del trabajo, mientras que en el ámbito profesional se mide por la capacidad de influencia en otros actores de la educación universitaria, la sociedad civil o la empresa. Ambos son necesarios y compatibles. No obstante, esta propuesta de innovación apuesta por el desarrollo de instrumentos de la segunda vía. La web social puede ser un instrumento decisivo para expandir el impacto en los dos ámbitos y generar un agregado de impactos de segundo nivel (blogs, twitter y otras herramientas de web social) que puedan facilitar el seguimiento de los resultados de investigación y la transferencia de conocimiento. Es, por tanto, un instrumento que pueden favorecer la visibilidad de los TFG, la creación de una reputación profesional y la orientación hacia la empleabilidad.

Los objetivos del proyecto son los siguientes:

1. La evaluación del estado de la web social de la UCLM

- 1.1. Diagnóstico y acciones inmediatas
- 1.2. Recomendaciones de gobernanza

2. La elaboración de un proyecto piloto

- 2.1. Comunicación digital de los TFG de una Facultad o Escuela concreta a determinar tras el análisis inicial
- 2.2. Coordinación con los profesores responsables de TFG
- 2.3. Formación genérica y específica en materia de web social

3. La organización de talleres de alfabetización mediática

- 3.1. Elaboración de contenidos docentes específicos
- 3.2. Elaboración de contenidos y herramientas para el campus virtual
- 3.3. Formación genérica y específica en materia de web social

4. La creación de una guía para graduados que favorezca el uso intensivo de las herramientas de la web social en la producción y la difusión de los TFG

- 4.1. Redacción de una guía
- 4.2. Presentación, difusión y valoración de los resultados

5. El diseño de un observatorio permanente de innovación docente que sea un referente en lengua española

- 5.1. Evaluación del estado de la cuestión
- 5.2. Propuesta de diseño: contenidos, distribución de funciones y evaluación de resultados

4. Actividades previstas, procedimiento y metodología

El primer objetivo ("La evaluación del estado de la web social de la UCLM") se articula en torno a la evaluación del estado del arte. Se trata de conocer qué herramientas se emplean para los TFG y qué resultados se están dando. Las técnicas que se emplean son las siguientes:

- Análisis de contenidos: qué información aparece, quién es el emisor, finalidad editorial e impacto en medios convencionales
- Análisis cuantitativo: uso de las herramientas convencionales de mercado (e.g. Social Bro)
- Análisis cualitativo: consulta a expertos de reconocido prestigio académico y profesional para conocer su opinión sobre determinados casos de éxito

La información recogida se plasmará en una matriz DAFO.

El segundo objetivo utilizará un método cualitativo. Mediante entrevistas en profundidad se conocerán las necesidades específicas del centro piloto. De acuerdo con un primer análisis, todo apunta que los futuros graduados de Bellas Artes y/o de las Ingenierías ofrecen un perfil óptimo para el proyecto piloto. Su TFG tiene una orientación pública que facilita la creación de contenidos de interés, puede facilitar reputación profesional y están familiarizados con los nuevos medios. Los cursos de formación se ajustarán a las demandas y estarán en sintonía con las oportunidades reflejadas en la matriz DAFO.

El tercer objetivo consiste en la organización de talleres y seminarios específicos. Se calcula que un curso básico tiene una duración de 20 horas. Se organiza en torno a tres apartados:

- Taller de alfabetización: 10 horas
- Trabajo individual: 5 horas
- Taller de refuerzo y puesta en común: 5 horas

El objetivo "Creación de una guía para graduados" se basará en la información recogida, así como en las guías que existen en universidades de prestigio. La más difundida es el documento elaborado por la London School of Economics & Political Science, cuyo "Maximizing the impact of your research: a handbook for social scientists" es una referencia fundamental. En español, existen guías de interés como la elaborada por la Universidad de Granada.

El último objetivo ("Diseño de un observatorio permanente") tiene como función servir de punto de encuentro para compartir experiencias y buenas prácticas. Con vocación de continuidad, este proyecto puede ser un punto de partida para un observatorio de innovación. Entre las acciones a desarrollar, está la creación de un blog especializado y de unas jornadas presenciales.

5. Calendario

Objetivo	Tareas	Plazos	Responsable (corresponsable)
1. La evaluación del estado de la web social de la UCLM 1.1. Diagnóstico y acciones inmediatas 1.2. Recomendaciones de gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> Definición del alcance del proyecto Reuniones preliminares Análisis DAFO Análisis cualitativo Elaboración del informe marco 	1 - 31 de julio	Juan Luis Manfredi (Pepe Reig)
2. La elaboración de un proyecto piloto 2.1. Comunicación digital de los TFG de una Facultad o Escuela concreta a determinar tras el análisis inicial 2.2. Coordinación con los profesores responsables de TFG 2.3. Formación genérica y específica en materia de web social	<ul style="list-style-type: none"> Reunión con los responsables de TFG Análisis de las necesidades Elaboración del proyecto Desarrollo del trabajo de campo Elaboración e impartición de los cursos para responsables de TFG Elaboración e impartición de los cursos para los alumnos TFG 	1 - 30 de septiembre	Juan Luis Manfredi (Ángel Luis López Villaverde)
3. La organización de talleres de alfabetización mediática 3.1. Elaboración de contenidos docentes específicos 3.2. Elaboración de contenidos y herramientas para el campus virtual 3.3. Formación genérica y específica en materia de web social	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de las guías docentes y desarrollo de complementos Creación de contenidos para el curso Impartición del curso 	1 de octubre - 31 de diciembre	Antonio Fernández Vicente (Francisco Seoane)
4. La creación de una guía para graduados que favorezca el uso intensivo de las herramientas de la web social en la producción y la difusión de los TFG	<ul style="list-style-type: none"> Benchmarking de las guías existentes en universidades de referencia Producción de una guía Elaboración de tutoriales 	1 de septiembre - 31 de diciembre	Antonio Laguna (Juan Luis Manfredi)

<p>4.1. Redacción de una guía 4.2. Presentación, difusión y valoración de los resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de un modelo de evaluación 		
<p>5. El diseño de un observatorio permanente de innovación docente que sea un referente en lengua española 5.1. Evaluación del estado de la cuestión 5.2 Propuesta de diseño: contenidos, distribución de funciones y evaluación de resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de un blog especializado en innovación y web social • Encuentro anual complementario • Creación de nuevos contenidos específicos de cada TFG • Nombramiento de un comité asesor 	<p>1 de septiembre - 31 de diciembre</p>	<p>Vanessa Saiz (Ana López Cepeda)</p>
<p>6. Evaluación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Encuestas a profesorado y grupo piloto de TFG • Reconocimiento de las buenas prácticas 	<p>1-31 de enero</p>	<p>Juan Luis Manfredi (Antonio Laguna)</p>

6. Evaluación de los resultados

Objetivos	Resultado y método de comprobación
1. La evaluación del estado de la web social de la UCLM 1.1. Diagnóstico y acciones inmediatas 1.2. Recomendaciones de gobernanza	Elaboración de un informe público disponible con fecha 1 de septiembre
2. La elaboración de un proyecto piloto 2.1. Comunicación digital de los TFG de una Facultad o Escuela concreta a determinar tras el análisis inicial 2.2. Coordinación con los profesores responsables de TFG 2.3. Formación genérica y específica en materia de web social	Encuestas de satisfacción del alumnado Resultados empíricos: presencia y visibilidad online, impacto en medios convencionales Entrevista en profundidad con un grupo de graduados
3. La organización de talleres de alfabetización mediática 3.1. Elaboración de contenidos docentes específicos 3.2. Elaboración de contenidos y herramientas para el campus virtual 3.3. Formación genérica y específica en materia de web social	Encuestas de satisfacción del alumnado Resultados empíricos: presencia y visibilidad online, impacto en medios convencionales Entrevista en profundidad con un grupo de graduados
4. La creación de una guía para graduados que favorezca el uso intensivo de las herramientas de la web social en la producción y la difusión de los TFG 4.1. Redacción de una guía 4.2. Presentación, difusión y valoración de los resultados	Resultados empíricos: número de descargas, presencia en redes sociales, impacto en medios académicos
5. El diseño de un observatorio permanente de innovación docente que sea un referente en lengua española 5.1. Evaluación del estado de la cuestión 5.2 Propuesta de diseño: contenidos, distribución de funciones y evaluación de resultados	Elaboración del proyecto Contacto inicial con patrocinadores y financiadores Propuesta de calendario para su puesta en marcha con la siguiente convocatoria