



Aproximación periodística y educomunicativa al fenómeno de las redes sociales

Aida María de Vicente Domínguez
Javier Sierra Sánchez
(coordinadores)

**Mc
Graw
Hill**

APROXIMACIÓN PERIODÍSTICA Y EDUCOMUNICATIVA AL FENÓMENO DE LAS REDES SOCIALES

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La información contenida en este libro procede de una obra original entregada por sus autores. McGraw-Hill Interamericana de España no se responsabiliza de la exactitud o perfección de la información publicada ni suscribe los contenidos y opiniones vertidas en ellos, que representan exclusivamente el punto de vista de los autores.

Derechos reservados © 2019, respecto a la primera edición en español, por:
McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
Edificio Valreality, 1ª planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN (impreso): 978-84-486-2035-6
ISBN (digital-Blink): 978-84-486-2036-3
MHID 1: 9780008502096
MHID 2: 9780008502119
Depósito Legal: M-2128-2020
Editores: José María Muntané y Cristina Sánchez
Director General España y Portugal: Álvaro García Tejeda
Director Gerente Universidad y Profesional: Norberto Rosas Gómez
Diseño de cubierta: Aida María de Vicente
Impresión: Liber Digital, S.L.
0123456789 - 2423222120

IMPRESO EN ESPAÑA – PRINTED IN SPAIN

PARTICIPAR EN TRADUCISTÁN 2.0: LA ASESORÍA DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES COMO ELEMENTO INTERDISCIPLINAR

Patricia Martín Matas
Universidad Pontificia Comillas
patricia.martin@comillas.edu

RESUMEN

La asesoría de comunicación en redes sociales forma parte del Proyecto de Innovación Docente Traducistán 2.0, de la Universidad Pontificia Comillas. Mediante una simulación basada en un país ficticio, que se encuentra dentro de los mundos virtuales que ofrece Minecraft Education Edition, el alumnado de distintos cursos y grados debe interactuar para cumplir los requisitos educativos de cada asignatura. En el caso de la asignatura de Digital Communication, mediante esta asesoría se ofrecen servicios de creación de contenidos de redes sociales para las distintas empresas de Traducistán, lo que favorece desarrollar habilidades de colaboración, liderazgo, trabajo en equipo y gestión del tiempo, entre otras.

Palabras clave

Innovación docente; Traducistán; redes sociales; Minecraft

1. INTRODUCCIÓN

Este artículo refleja de modo descriptivo el Proyecto de Innovación Docente Traducistán 2.0, de la Universidad Pontificia Comillas de Madrid, que presenta un país ficticio que permite crear un trabajo interdisciplinar para que estudiantes del Grado en Traducción e Interpretación y del Doble grado con Global Communication realicen distintos ejercicios de simulación sobre un entorno real de trabajo como futuros profesionales del lenguaje y de la comunicación. El Proyecto Traducistán 2.0 presenta una simulación basada en un país ficticio en el que los estudiantes tienen que convertirse en economías domésticas y empresas, que forma parte de la asignatura *Economía para traductores*. Como innovación se incluye un nuevo sector exterior, las importaciones, en el que ciudadanía y empresas de Traducistán tienen que contratar servicios al "extranjero": aquí se incluye el trabajo de la "Asesoría de Comunicación en Redes Sociales", enmarcado dentro de la asignatura de *Digital Communication*. Este proyecto también cuenta con una "Asesoría técnica", enmarcada en la asignatura *Traducción Técnica C-A*, y una "Notaría y Asesoría jurídica", dentro de la asignatura *Traducción jurídica B-A*.

Esta propuesta piloto de la Asesoría de Comunicación en Redes Sociales se llevará a cabo en el segundo semestre del curso académico 2019-2020, y como elementos fundamentales del proyecto el alumnado deberá desarrollar la misión y visión de la empresa que les corresponda, así como elaborar una campaña de comunicación en redes sociales para los ciudadanos y empresas de Traducistán. El objetivo principal del proyecto comprende plantear situaciones reales (en forma de simulación) en las aulas de Traducción e Interpretación y Global Communication. Los alumnos adquirirán una capacitación profesional encaminada a adquirir la habilidad de ajustarse al cliente y a las necesidades del mercado actual.

Mediante la asignatura de *Digital Communication* los alumnos pueden aplicar sus conocimientos en distintos niveles: les permite relacionarse de manera informal con otros compañeros y les permite crear contenidos digitales de manera colaborativa mientras completan la tarea requerida, el equivalente a ofrecer un servicio de asesoría a un cliente real. No es novedad que el uso de redes sociales hace que aumente la implicación de los alumnos y facilite que colaboren (DePietro, 2013), pero este proyecto lleva la colaboración más allá del trabajo de grupo en una sola asignatura para crear lazos de colaboración entre alumnos de distintos cursos y grados, que mediante un trabajo común les permite adquirir las competencias necesarias en cada asignatura.

2. DISEÑO Y MÉTODO

El país imaginario Traducistán fue creado por la profesora María Luisa Romana en la asignatura *Economía para traductores*, que actualmente se cursa en segundo año del Grado en Traducción e Interpretación de la Universidad Pontificia Comillas (Madrid). Tal y como establece Romana, los conocimientos en esta asignatura se adquieren "poniendo en práctica los conceptos por medio de la simulación de actividad económica práctica" (2018, p. 238).

El proyecto Traducistán 2.0 amplía esta idea original y se establece en diversas asignaturas, pretendiendo que sirva de forma transversal e interdisciplinar y que además ponga en consonancia el trabajo realizado en las distintas aulas para que los alumnos trabajen de manera conjunta, interrelacionando las tareas asignadas y aplicando los conocimientos adquiridos. Además, el proyecto inicial partía de una simulación basada en una página web, en la que los alumnos tenían que darse de alta tanto como economía doméstica como empresa, y a partir de ahí debían desarrollar su actividad económica. Ahora, como parte del proyecto, la simulación tendrá lugar en el mundo virtual Traducistán dentro de Minecraft Education Edition, donde los alumnos de las distintas asignaturas podrán interactuar entre ellos en este mundo virtual para solicitar los servicios requeridos.

Schroeder ofrece una definición clara de entornos virtuales y de tecnologías de realidad virtual: una visualización generada por ordenador que permite o convence al usuario de tener la sensación de estar presente en un entorno diferente del que están realmente, y de interactuar con ese entorno (Schroeder, 1996, p. 25). Usando esta plataforma virtual se ponen en práctica los elementos de motivación y autodeterminación establecidos por Marshall Reeve (2010), unidos en el concepto de ludificación de las actividades expuesto por Werbach y Hunter (2015). Reeve (2010) presenta dos tipos de motivación humana. Encontramos una motivación "extrínseca" que está basada en el premio/castigo, es decir, una imposición externa. En oposición, la motivación intrínseca nace del impulso propio, tanto si es condicionado socialmente como si es motivado por una predisposición natural que no espera ninguna "recompensa". Esta primera motivación extrínseca está relacionada con la teoría de la autodeterminación, formada por tres componentes según Werbach y Hunter (2012), autonomía, competencia y afinidad.

Romana (2018) resume como estos conceptos se unen en la ludificación de las actividades: la autonomía nace del margen de libertad de elección, la competencia implica una motivación incremental y la afinidad o implicación se obtiene al formar parte de un grupo, que se reforzará a medida que se superen los problemas encontrados durante el desarrollo de la actividad. Sin embargo, no podemos perder de vista que cabe la posibilidad de que la motivación intrínseca sea sustituida por la motivación extrínseca (Nicholson, 2012).

Kim (2012) establece que los juegos pueden provocar potentes respuestas emocionales, entre las que se incluyen la curiosidad, el disfrute o la frustración. Una de las ventajas de la ludificación es que puede motivar a la acción, promover el aprendizaje y favorecer la resolución de problemas (Kapp, 2012, p. 10). Además, esta simulación tiene lugar en un entorno de aprendizaje virtual, lo que como afirma Yaros (2011) si es empleado de modo correcto ofrece un entorno único para la observación fuera del entorno de aprendizaje del aula. Así, al aplicarse a comunidades virtuales, podemos centrarnos en los tres aspectos del conocimiento que analizan Henry y Pudelko (2003): que los humanos somos seres sociales, que la socialización y el aprendizaje pueden ocurrir simultáneamente, y que el significado depende tanto de la participación como de la cosificación, por lo que al aprender asignamos significados a las experiencias vitales.

En lo que respecta a las estrategias aplicadas y al propio proceso, se partirá de la propuesta educativa inicial Traducistán para aplicarla de manera interdisciplinar según proceda. En el caso de la gestión de redes sociales, como hemos mencionado con anterioridad, esta parte se enmarca en la sección "Asesoría de Comunicación en redes sociales", que forma parte de la asignatura Digital Communication. Esta asignatura se cursa en primero del Doble Grado en Relaciones Internacionales y Global Communication, y del Doble Grado en Traducción e Interpretación y Global Communication, unos 80 alumnos en total. Mediante esta actividad los alumnos pueden obtener las habilidades requeridas para futuros puestos de trabajo como gestores de redes sociales, entre las que se desarrollarán:

Gestión del tiempo.

Priorización de tareas.

Organización para cumplir con los plazos establecidos.

Creatividad.

Habilidad para trabajar en equipo.

Facilidad para enfrentarse a desafíos en un entorno cambiante.

3. TRABAJO DE CAMPO Y ANÁLISIS DE DATOS

Al principio de la asignatura de *Digital Communication* los alumnos de los dos dobles grados, divididos en dos subgrupos, formarán pequeños grupos de unas 4-5 personas. Calvo Encinas et al. (2013, p. 89) establecen múltiples ventajas del trabajo en grupo, como la necesidad de organizarse estratégicamente las tareas, las capacidades de toma de decisiones y de adaptación, desarrollo de liderazgo o

de cooperación entre el alumnado. Los grupos de trabajo se mantendrán a través de todo el semestre, ya que las tareas de la asignatura se realizan siempre en grupo. Tras haber presentado la profesora María Luisa Romana el proyecto de Traducistán en su asignatura (*Economía para traductores*), se procederá a enseñar a los alumnos de la asignatura de *Digital Communication* este país ficticio, Traducistán, y la relación que tendrán con los habitantes de este país. Esta parte del proyecto se organiza en tres fases:

Fase 1: Esta fase se extenderá a lo largo del primer mes de docencia del segundo semestre. Se contextualizará y explicará el funcionamiento de Traducistán, la tarea a realizar, los plazos y la coordinación con alumnos y profesores de otras asignaturas y la evaluación y el peso en la nota final. Los alumnos entrarán en contacto con el mundo virtual creado en Minecraft Education, crearán su avatar y se familiarizarán con el entorno. Una vez comprendidas las nociones básicas, la profesora María Luisa Romana proporcionará a la profesora Patricia Martín una lista de empresas y productos de Traducistán, incluyendo el logo de las empresas y su nombre ficticio. Esta a su vez procederá a repartir las empresas entre los grupos de su asignatura.

Fase 2: Esta fase se extenderá a lo largo de las semanas 5-11 del segundo semestre. Los alumnos trabajarán en grupos de 4-5 personas, lo que en total resultará en unos 16-18 grupos de trabajo en la asignatura. Cada grupo deberá atender un encargo de creación de contenidos para promocionar uno de los productos en redes sociales. Uno de los componentes del grupo realizará la labor de gestor/portavoz, y a través del mundo virtual se pondrá en contacto con el alumno de la clase de Traducistán que necesita el encargo de elaboración de estrategia en redes sociales para su producto, ofreciendo sus servicios y una lista de redes sociales para las que desarrollar la campaña (Por ejemplo: Twitter, Facebook, Instagram, página web, etc.). Este realizará un encargo seleccionando tres redes de las propuestas. Los alumnos de *Digital Communication* deberán realizar el encargo incluyendo:

- Desarrollar la misión y visión de la empresa.
- Desarrollar ejemplos de comunicación digital en las redes sociales requeridas.
- Ofrecer instrumentos de medición del uso de las redes sociales.

Fase 3: Esta fase abarca el final del semestre, aproximadamente en las semanas 12-14. Los alumnos deberán enviar el trabajo final a su contacto de la empresa en Traducistán y a la profesora Patricia Martín. Finalmente, deberán realizar una presentación de su trabajo en clase a sus compañeros de curso.

Como parte del Proyecto se ha elaborado la siguiente tabla de indicadores que se emplearán en el análisis estadístico (Tabla 1). De cada indicador se sacarán medidas de tendencia central y de dispersión. A continuación, se realizarán correlaciones,

para hacer un análisis de componentes principales (clústers), tanto empleando SPSS como a mano, para establecer comparaciones de fiabilidad y validez. Posteriormente, se realizarán regresiones a la media para determinar factores de predicción en función de los resultados obtenidos en las pruebas anteriores. Se prevé obtener los resultados a partir del final del curso académico 2019-20, y repetir los análisis con los nuevos datos obtenidos en el curso académico 2020-2021.

Tabla 1: Indicadores de medición

Indicadores \ Medios	Encuestas alumnos	Medición Intrínseca	Examen	Otros
Tipo de motivación (Reeve, 2010)	X	X		
Tª autodeterminación (fd. + Werbach y Hunter, 2013):				
Autonomía	X			X
Competencia	X			X
Afinidad o implicación	X			X
Aprendizaje de contenidos			X	X
Creatividad		X		X
Satisfacción subjetiva	X			
Responsabilidad personal:				
Plazos		X		X
Respuesta a errores	X	X		
Capacitación profesional:				
Coordinación	X			X
Fijación de objetivos	X			X
Iniciativa	X			X
Liderazgo	X			X
Organización	X			X
Predisposición	X			X
Trabajo con clientes (atención)	X			X
Trabajo en equipo	X			X

facilidad para enfrentarse a desafíos. Esta autoevaluación incluirá un apartado en el que los alumnos puedan expresar su experiencia y aprendizaje a lo largo del proyecto, así como propuestas de mejora.

Por otro lado, el análisis de los indicadores del proyecto ofrecerá resultados estadísticos complementarios a los resultados académicos del alumnado, midiendo el tipo de motivación (Reeve, 2010) y la teoría de la autodeterminación (Reeve, 2010, Werbach y Hunter 2013), incluyendo la autonomía, la competencia y la afinidad o implicación. Como elementos complementarios, se medirán el aprendizaje de contenidos y la capacitación profesional (coordinación, fijación de objetivos, iniciativa o liderazgo, entre otros). Entre los elementos más subjetivos se medirán la satisfacción y la responsabilidad personal.

5. CONCLUSIONES

Este artículo presenta de manera preliminar el proceso que se llevará a cabo a lo largo del curso 2019-2020 dentro del proyecto de innovación docente Traducistán 2.0, centrándose en el trabajo de asesoría de comunicación en redes sociales que los alumnos de primer curso deberán llevar a cabo dentro de la asignatura de *Digital Communication*.

El análisis de los indicadores, obtenidos mediante encuestas, exámenes y otras herramientas, permitirá comprobar si los objetivos docentes se han cumplido y si se ha producido una mejora en la involucración del alumnado en las distintas asignaturas. Se prevé que el nivel de involucración y de colaboración de los alumnos aumente respecto a cursos anteriores, no solo entre compañeros del mismo curso sino también entre el alumnado de los distintos grados y cursos que participan en el proyecto. Emplear una simulación real de un encargo de asesoría facilitará la adquisición de competencias clave para el desarrollo de sus futuros empleos, incluyendo la gestión del tiempo, la priorización de tareas y la creatividad, entre otros. Algunas de las competencias se desarrollarán no solo mediante el trabajo de grupo dentro de la asignatura, sino también por la colaboración en el entorno virtual de Microsoft Education, donde deberán potenciar competencias de trabajo en equipo y la facilidad de enfrentarse a nuevos desafíos.

Este trabajo está sujeto a limitaciones, principalmente las relacionadas con los aspectos técnicos. No podemos prever si el alumnado va a saber utilizar Minecraft Education, ni qué problemas técnicos pueden surgir al emplear un entorno virtual. Las limitaciones temporales también están presentes, puesto que dentro de un entorno virtual incluso las cosas más sencillas requieren de tiempo. No podemos olvidar que el diseño, aprendizaje y comunicación por medio de esta plataforma puede producir un efecto negativo en la motivación de los alumnos.

Finalmente, este trabajo abre las puertas a un nuevo tipo de educación en el que el alumnado trabaja de manera más proactiva, relacionándose a través de plataformas virtuales y creando contenidos para plataformas sociales. Ofrece al alumnado una nueva visión de las redes sociales desde un punto de vista profesional y les enfrenta a unas necesidades reales que deberán saber gestionar de cara a sus futuros entornos profesionales.

6. REFERENCIAS

Calvo Encinas, E., Jiménez Carra, N., Mendoza García, I., Morón Martín, M., y Ponce Márquez, N. (2013). El trabajo colaborativo en la clase de traducción: un caso práctico. *UPO INNOVA*, 1(1), pp. 86-106.

DePietro, P. (2013). *Transforming Education with New Media*. Nueva York: Peter Lang.

Henri, F., y Pudelko, B. (2003). Understanding and analysing activity and learning in virtual communities, *Journal of Computer Assisted Learning*, 19(4), pp. 474-487.

Kapp, K. M. (2012). *The Gamification of learning and instruction: Game-based methods and strategies for training and education*. San Francisco, CA: John Wiley & Sons.

Kim, B. (2012). Harnessing the power of game dynamics why, how to, and how not to gamify the library experience. *College & Research Libraries News*, 73(8), 465-469.

Marshall Reeve, J. (2010). *Motivación y emoción*. México: McGraw Hill Educación.

Nicholson, S. (2012, June). *A User-centered theoretical framework for meaningful gamification*. Paper presented at Games+Learning+Society 8.0, Madison, WI.

Romana, M. L. (2018). Traducistán, el país de los traductores. *Innovación Didáctica: Ludificación en traducción económica*. En C. Fortea, M.J. Gea, C. Gómez Pérez, M. Guirao, E. Maqueda, M. Marotta y A. Roales (eds.). *Nuevas perspectivas en Traducción e Interpretación*. (pp. 237-250). Madrid: Escolar y Mayo Editores S.L.

Schroeder, R. (1996). *Possible worlds: the social dynamic of virtual reality technologies*. Boulder: Westview Press.

Werbach, K., y Hunter, D. (2012): *For the Win: How Game Thinking Can Revolutionize Your Business*, Pennsylvania, Wharton Digital Press.

Werbach, K., y Hunter, D. (2015). *The Gamification Toolkit: Dynamics, Mechanics, and Components for the Win*. Pennsylvania: Wharton Digital Press.

Yaros, R. A. (). Social Media in Education: Effects of Personalization and Interactivity on Engagement and Collaboration. En H.N. Noor Al-Deen y J. A. Hendricks, *Social Media Usage and Impact* (pp. 57-74). New York: Rowman and Littlefield.