

# Creación de comunidades de práctica y conocimiento, como metodología didáctica: caso SocialOVTT en la disciplina de Relaciones Públicas

Rosa María Torres Valdés, Universidad de Alicante, España  
Alba Santa Soriano, Universidad de Alicante, España

**Resumen:** Se presenta una experiencia piloto en el contexto de la enseñanza y aprendizaje universitarios, en el área de conocimiento de las Relaciones Públicas y en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), específicamente la creación de comunidades de práctica y conocimiento, con el objetivo favorecer una formación holística y práctica, que dote de competencias técnicas y personales a profesores y alumnos desde la construcción colectiva de sus identidades digitales, motivando a los primeros hacia la excelencia académica y mejorando en los segundos las condiciones de empleabilidad y estimulando el emprendimiento como forma de autoempleo. Este enfoque práctico tiene como referente a Rheingold (1993) para quien las comunidades mediadas por ordenador (CMO) son, generadoras de comunidades virtuales que propician redes de relaciones personales en el ciberespacio, caracterizadas por altos niveles de compromiso. Se pretende con esta experiencia entrenar en el uso eficiente y profesional de las redes sociales e Internet, desde una visión ética, integradora y multidisciplinar de acuerdo con el protoparadigma del aprendizaje invisible (Cobos, 2011), y de fomento del diálogo de saberes, según el paradigma de la Cuarta Cultura (Lehrer, 2010). Los resultados iniciales animan a ampliar la experiencia con grupos mayores.

**Palabras clave:** tecnología, comunidad, identidades

**Abstract:** This is a pilot project within the university teaching and learning context in the area of public relations and in the field of Information and Communication Technology (ICT). Specifically the project is related to the creation of Communities of Practice and Knowledge, in order to encourage a holistic and practical training, which ensures technical and personal skills to teachers and students from the point of view of the construction of their collective digital identities. Furthermore, encouraging professors towards the academic excellence and improving employability of students emphasizing the entrepreneurship as a self-employment opportunity. This practical approach has Rheingold (1993) as reference, to whom computer-mediated communities (CMO) are generating online communities that foster networks of personal relationships in the cyberspace, characterized by high levels of commitment. This experiment intent to train on efficient and professional use of social media and the Internet, from an ethical, inclusive and multidisciplinary point of view, matching the invisible learning protoparadigma (Cobos, 2011), and promoting knowledge dialogue, as the paradigm of the Fourth Culture (Lehrer, 2010). The initial results encourage extending the experiment to larger groups.

**Keywords:** Technology, Community, Identity

## 1. Marco referencial en el que se basa la aplicación práctica

### 1.1. Problema de estudio

Se describe un problema de estudio sobre el diálogo de saberes en la relación enseñanza aprendizajes mutuos y la aplicación de los conocimientos compartidos a la creación de identidades profesionales digitales que faciliten el desarrollo de la carrera profesional. Se trata de abordar la creación de identidad digital profesional a partir del trabajo en equipo y el uso eficiente y profesional de las redes sociales e Internet en el área de conocimiento de publicidad y relaciones públicas, atendiendo a las situaciones y controversias de nativos e inmigrantes digitales (Prensky, 2003), cada uno con sus saberes y sus experiencias, con sus necesidades e intereses, para lo que la creación de comunidades de práctica parece un recurso interesante.



## 1.2. Marco teórico

El diseño de la práctica se basa en una exhaustiva revisión documental. El nuevo entorno en el que nos desenvolvemos está siendo creado por nosotros mismos gracias a la posibilidad que las TIC nos proporcionan para “ser en la red y crear y participar en comunidades de interés” (Ortega & Gacitúa, 2008). Además la gran inversión de tiempo por parte de los jóvenes en los nuevos espacios digitales, considerados “fundamentalmente como un espacio de ocio” (Aranda, Sánchez & Tabernero, 2010:05), invita a los docentes a repensar e innovar la forma de enseñanza, a fin de incrementar la competencia digital propia y de los estudiantes, y así hacer frente a los “desafíos de la enseñanza superior, tanto desde el punto de vista técnico como pedagógico” (Gómez, Roses & Farias, 2012: 132).

Precisamente, el reciente Informe “Universidad 2020: el papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico” (Fundación Telefónica, 2012), enfatiza la necesidad de evolucionar de modelos tradicionales de docencia hacia modelos más flexibles, abiertos y participativos, como pueden ser: las Comunidades Mediadas por Ordenador (originalmente CMC, *Computer-Mediated Communications* o CMO) y los Entornos Personales de Aprendizaje (originalmente PLE, *Personal Learning Environment*). Las primeras, tienen como autor de referencia a Rheingold (1993), quien define el término de comunidad virtual como “agregaciones sociales que emergen de Internet cuando suficientes personas se mantienen en una discusión pública, durante suficiente tiempo, con suficiente sentimiento humano como para establecer redes de relaciones personales en el ciberespacio. (1993: 5) y Hunter (2002:96) aplica el concepto al entorno de la educación, definiéndolo como “un grupo de personas que interactúan entre sí, aprendiendo del trabajo de las otras y proporcionando recursos de conocimiento e información al grupo en relación a temas sobre los que hay un acuerdo de interés mutuo”. En conjunto, evidencian las características esenciales de una comunidad de práctica, tales como: participación, implicación y contribución de sus miembros “a la base de conocimiento en evolución del grupo” más allá de aportes individualistas y pasivos (Rodríguez Illera, 2007:11).

Los PLE, por su parte, se posicionan como tendencia de recurso educativo para facilitar la adquisición de competencias digitales de todos los actores partícipes de la educación y mejorando los procesos de enseñanza-aprendizaje (Gil, 2012), desde una perspectiva centrada en el estímulo de la educación activa y participativa del estudiante (Esteve & Gisbert, 2011). Línea en la que coinciden autores como (Amine, 2009) y (Reig, 2010), quienes definen los PLE como “una colección autodefinida de servicios, herramientas y dispositivos, que ayudan los estudiantes y los docentes a construir Redes Personales de Conocimiento (PKN), poniendo en común nodos de conocimiento tácito (por ejemplo personas) y nodos de conocimiento explícito (por ejemplo información)” (Cabrero, Marín & Infante, 2011:3).

Cuanto antecede muestra cómo cada vez cobran más fuerza nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior (Escofet, García & Gros, 2011); en este sentido cabe mencionar entre otras aportaciones, el resumen ejecutivo de la OCDE sobre competencias clave (Rychen & Salganik, 2004); la propuesta sobre “generación net” y visiones para su educación (Dávila, 2006); el fomento de la capacidad reflexiva y autónoma del alumno (Boisvert, 2004); la importancia de los “recursos educativos abiertos”, definido por la UNESCO como “el material basado en red que se ofrece de forma gratuita y abierta para ser reutilizado en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación” (D’Antoni, 2007); el concepto de red de aprendizaje como una comunidad organizada y basada en la comunicación, con objetivo de construir conocimiento (Maldonado, 2008); la Universidad digital como oportunidad para la captación de talento y devolución del conocimiento a la sociedad (Freire y Schuch, 2010); el aprendizaje invisible (Cobos & Moravec, 2011); el mapa de competencias digitales (Ala-Mutka, 2011); ambientes virtuales y formación empresarial (Reinoso et. al., 2010); nuevos paradigmas de aprendizaje y las nuevas tecnologías (Esteve & Gisbert, 2011); Diálogo de saberes (Robles, 2005) y Cuarta Cultura (Lehrer, 2010).

Bien pensando, el uso de las tecnologías en los procesos de innovación docente, además de tener un fin de mejora en la didáctica, está relacionada con la formación competencial profesionalizante, de ahí la relación de comunidades de práctica, PLE, con identidad digital y empleabilidad.

Si la definición clásica de identidad de acuerdo con la RAE es el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”, la definición de Identidad digital mantiene la esencia del significado pero en el ámbito de los espacios digitales, pero definiéndose como “habilidad de gestionar con éxito la propia visibilidad, reputación y privacidad en la red como un componente inseparable y fundamental del conjunto de habilidades informacionales y digitales, las cuales se han convertido en fundamentales para vivir en la sociedad informacional.” (Giones & Serrat, 2010).

En relación con la empleabilidad, de acuerdo al manual “Kit de herramientas para la empleabilidad”, del “Programa competencias clave para todos”, la identidad digital se puede definir como “el conjunto de rasgos que caracterizan a un individuo o colectivo en un medio de transmisión digital. Por tanto, la identidad digital no existe a priori, debemos crearla y vincularla unívocamente al individuo o al colectivo y esto lo haremos mediante las herramientas web 2.0 que tenemos al alcance y la creación de comunidades de práctica como estrategia, razón por la que SocialOVTT apuesta por las mismas como catalizador de la motivación de alumnos y alumnas.

### ***1.3. Propósito de la práctica***

El presente trabajo tiene como propósito formal desarrollar una experiencia piloto de innovación docente profesionalizante en la asignatura Teoría y Técnicas de Relaciones Públicas, impartida en la Universidad de Alicante, con el fin de contribuir por una parte a la interiorización de conocimientos y por otra a la mejora de la empleabilidad de los futuros egresados, todo ello adoptando la creación de comunidades de práctica como estrategia para el fomento del aprendizaje colaborativo y la construcción de identidad digital profesional, respondiendo como último fin a las demandas actuales del mercado laboral.

La hipótesis de trabajo se define como sigue: “la capacidad de manejo de redes sociales podría tener influencia relevante en la motivación de alumnos, alumnas y docentes para la enseñanza-aprendizaje colaborativo, así como en la interiorización y aplicación práctica de teorías, modelos y conceptos novedosos, incidiendo todo ello en la mejora de las posibilidades de empleo y autoempleo en su área de conocimiento, en nuestro caso Publicidad y Relaciones Públicas”.

Las variables consideradas han sido: grado de conocimiento sobre Internet y redes sociales, frecuencia de uso de Internet y redes sociales, tipo de uso de Internet y redes sociales, capacidad de visión multidisciplinar y preocupación por la inserción laboral.

Con la finalidad de alcanzar el propósito formal descrito, SocialOVTT atiende a los siguientes objetivos didácticos vinculados a competencias:

- Facilitar al alumnado la comprensión e interiorización de conceptos clave, combinando clases presenciales con el uso avanzado de las redes sociales e Internet articulado a través de la creación de una comunidad de práctica.
- Aplicar dichos conocimientos para lograr los objetivos informativo-comunicativos de la organización cliente (Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología, OVTT).
- Estimular la curiosidad, espíritu investigador, pensamiento crítico, visión multidisciplinar y trabajo en equipo a través de la comunidad de práctica.
- Explorar nuevos yacimientos de empleo y autoempleo y de emprendimiento social en los que aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura y la carrera y, con ello, construir una adecuada identidad digital profesional y aprender a trabajar equipo mediante las comunidades de práctica.

## **2. Descripción de la práctica**

Esta experiencia formativa conlleva una estrategia metodológica de Investigación-Acción participativa. Para su implementación, se animó a los equipos de trabajo formados por estudiantes, a tratar diversas áreas temáticas susceptibles de convertirse en proyectos de desarrollo de carrera profesional así como de emprendimiento social (potencial fuente de autoempleo). Las áreas temáticas multidisciplinarias a las que aplicar las teorías y técnicas de Relaciones Públicas, resultaron ser: salud, medio ambien-

te, Responsabilidad Social, Transferencia de tecnología, Innovación Abierta, Empresas de Base Tecnológica, Tecnología Social, Diversidad Cultural, etc. y tras los aprendizajes especializados y la visión multidisciplinar adquirida sobre la asignatura, estudiantes y docentes debían construir una identidad digital de profesional competente, a partir de las interacciones generadas como producto de las experiencias vividas a través de la comunidad de práctica que construyeron entre todos.

### 2.1. Descripción del contexto y de los participantes

La población objeto de estudio y participante en la práctica se conforma por los 88 alumnos y alumnas de la asignatura de cuarto curso Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas, de la Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante, organizados en 21 grupos. Se trata, pues, de un muestreo intencional no probabilístico, para esta experiencia que en sí misma constituye una prueba piloto.

En esencia, SocialOVTT propone a los estudiantes el reto de diseñar en equipo un plan de Relaciones Públicas real para socializar la actividad de un cliente verídico, el Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología (OVTT) de la Universidad de Alicante, y les lanza a construir una comunidad de práctica para descubrir un ámbito de conocimiento científico y futuro desarrollo profesional nuevo para ellos: Cuarta Cultura y Relaciones Públicas para la divulgación científica de proximidad, explorando nuevas formas de aprender-haciendo (Carballo, 2006) el trabajo profesional de comunicar en el entorno digital.

### 2.2. Materiales

- Equipos informáticos: aulas informáticas y ordenadores portátiles personales de los participantes, en caso de disponer de éste.
- Material didáctico derivado de diversas fuentes: manual de apuntes de la asignatura, plataforma virtual del OVTT, lecturas recomendadas, bibliografía y recursos digitales de apoyo, así como presentaciones de *power point*.

### 2.3. Instrumentos

Los instrumentos de recogida de información utilizados para el desarrollo de la práctica han sido:

- Cuestionario *ad hoc* cumplimentados por todos los participantes, antes y después de SocialOVTT, relacionados con las variables de estudio anteriormente detalladas.
- Google Drive: herramienta digital para el trabajo en equipo utilizada por cada grupo para la elaboración de su participación en el blog, supervisada por la profesora de la asignatura y por la profesora experta invitada para las tutorías profesionalizantes.
- Blog y redes sociales activadas para el proyecto: Blogger, Twitter, Facebook, YouTube, Flickr y Delicious.
- Portafolio final elaborado por los equipos de trabajo.

### 2.4. Procedimientos

El procedimiento de trabajo se resume como sigue:

1. Evaluación de la situación de partida.
2. *Briefing* del OVTT.
3. Diseño autónomo del PLE por participante y posterior debate entre todos para consenso sobre la selección de redes sociales a utilizar en el proyecto, instrumentos sobre los que se articulará la comunidad de práctica.
4. Implementación de la comunidad de práctica a través del transcurso del proyecto, con tareas articuladoras tales como: intercambio de impresiones y aprendizaje; evaluación continua de actividades prácticas sobre diseño de identidad digital profesional; construcción colectiva del



3. Blog de SocialOVTT: se han registrado 122 entradas que abordan las temáticas con enfoque multidisciplinar y unas 26.000 visitas recibidas en un período de seis meses, desde distintas localizaciones geográficas, tanto nacionales como internacionales. De estas entradas, 18 corresponden a entrevistas elaboradas por los grupos con profesionales independientes a la práctica, que conocen e intercambian sus experiencias con los alumnos.
4. Temáticas: reflejan la visión multidisciplinar da la práctica, expresadas a través de las etiquetas en el blog con las que los grupos de trabajo han categorizado sus contenidos publicados y compartidos en la comunidad de práctica.
5. Cuestionarios: En relación a sus resultados se presenta la siguiente tabla:

Tabla 3.1: Resumen de resultados según variables de estudio propuestas

<i>Variables</i>	<i>Antes</i>	<i>Después</i>
<i>Conocimiento sobre Internet y Redes sociales.</i>	Iniciación: 6% Intermedio: 71% Avanzado: 22% Experto: 2%	Iniciación: 0% Intermedio: 53% Avanzado: 47% Experto: 2%
<i>Frecuencia de uso.</i>	Menos de 1 hora/día: 6% De 2 a 4 horas/día: 49% De 4 a 6 horas/día: 28% Más de 6 hora/día: 15% Semanalmente: 2% Alguna vez al mes: 0% No utilizo Internet: 0%	Menos de 1 hora/día: 4% De 2 a 4 horas/día: 49% De 4 a 6 horas/día: 29% Más de 6 hora/día: 16% Semanalmente: 2% Alguna vez al mes: 0% No utilizo Internet: 0%
<i>Tipo de uso</i>	Personal: 92% Ocio y cultura: 86% Estudios: 90% Trabajo: 27% Investigación: 24% Compras: 24% Empleo: 25% Otros: 4%	Personal: 89% Ocio y cultura: 77% Estudios: 94% Trabajo: 40% Investigación: 45% Compras: 28% Empleo: 32% Otros: 0%
<i>Preocupación por inserción laboral.</i>	Si: 87% No: 13%	Si: 98% No: 2%

Fuente: Torres Valdés, R.M. & Santa Soriano, A. 2013

6. Emprendimiento: el 6,8% de alumnos y alumnas participantes en la práctica presenta su trabajo final a concursos y premios de emprendimiento universitario y manifiesta interés por la creación de empresas como forma de autoempleo.

### 3.2. Debilidades y fortalezas

Los hallazgos de la investigación-acción de esta práctica nos lleva a las siguientes conclusiones en relación con debilidades y fortalezas de la misma:

Tabla 3.2.: Debilidades y fortalezas identificadas de la práctica

<i>Debilidades</i>	<i>Fortalezas</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excesivo número de alumnos inscrito en la asignatura.</li> <li>• Subgrupos muy numerosos a causa del excesivo número de alumnos inscritos en la asignatura.</li> <li>• Grandes diferencias de nivel y uso de las redes sociales en el macro grupo.</li> <li>• Un único cliente / caso verídico para un grupo tan numeroso.</li> <li>• Un único miembro voluntario de la organización cliente.</li> <li>• Dificultad de evaluación final en cuanto a la proporción de esfuerzo de cada uno de los miembros del grupo para obtención del resultado final, por lo tanto hay riesgo de subjetividad en la evaluación.</li> <li>• El gran empuje de unos en ocasiones tenía efectos desmotivadores sobre otros cuyo ritmo de evolución era más lento.</li> <li>• Son necesarios al menos dos docentes para llevar a cabo la iniciativa, y las obligaciones de los docentes del departamento no permiten tanta dedicación, con lo que el trabajo duro para que la iniciativa no decaiga se convierte en algo voluntario y sin reconocimiento de mérito académico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La observación y análisis de los ciclos de progreso, muestran que un enfoque multidisciplinar, influye en la apertura de miras, en cuanto a la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante la carrera en ámbitos profesionales, más allá de los tradicionales.</li> <li>• Los resultados indican que la inmensa mayoría de los participantes consideran que la experiencia SocialOVTT ha contribuido a optimizar el tiempo invertido en espacios digitales, así como a mejorar sus técnicas de estudio, comprender conceptos fundamentales de la asignatura y otras disciplinas, a mejorar la capacidad de investigación, planificación, implementación y evaluación, a trabajar en equipo, compartir en red y crear nuevas posibilidades de empleo y autoempleo.</li> <li>• El análisis de registros del entorno digital, confirma la hipótesis inicial enunciada sobre la eficacia del uso de las herramientas digitales para la motivación hacia el aprendizaje autónomo, multidisciplinar, y la pérdida de miedo a compartir en la red.</li> <li>• Podemos constatar, que una actividad práctica, multidisciplinar y de entrenamiento para el uso avanzado de las redes sociales en ámbito profesional, ha servido de plataforma de lanzamiento de perfiles profesionales del ámbito de la comunicación, posibilitando con ello la visibilidad de estudiantes ante futuros empleadores.</li> <li>• Mediante el estudio comparativo de las respuestas a los cuestionarios así como el análisis de comentarios abiertos por parte de los alumnos, podemos concluir que la iniciativa ha sido bien valorada, y los participantes perciben nuevas posibilidades de aplicación de sus conocimientos en nichos de empleo diversos.</li> <li>• La comunidad de práctica construida a través de SocialOVTT se revela como un instrumento de motivación para el reciclaje de docentes y técnicos de I+D en materia de TIC, de modo que la actividad viene a ratificar la hipótesis de partida enunciada.</li> </ul>

Fuente: Torres Valdés, R.M. & Santa Soriano, A. 2014.

En relación con la involucración y participación voluntaria en SocialOVTT, pudimos observar, que los estudiantes aceptaban probar otra metodología docente que, si bien sustituía la prueba de examen, exigía mucho tiempo de dedicación, y estar sometidos a una evaluación continua. Se pudo

comprobar la motivación y participación de alumnos y alumnas mediante el seguimiento de sus aportaciones a los contenidos digitales (Google Drive, Blogger) y su propia presentación como profesionales en los perfiles de redes sociales.

Por cuanto respecta al blog de SocialOVTT, puede apreciarse, como en un corto período de seis meses presentó un gran dinamismo, enfatizando el carácter social y comunitario del aprendizaje (Rodríguez Illiera, 2007), construyendo una comunidad de práctica entre alumnos, alumnas, docentes y profesionales, atrayendo visitas incluso internacionales, dado el alcance iberoamericano del OVTT, suscitando el enfoque multidisciplinar del blog, y siendo gestionado por estudiantes que se mostraban como personas cualificadas, de acuerdo con las definiciones de identidad digital citadas en la revisión de la literatura, capaces de trabajar en equipo. En este sentido, coincidimos con (Gómez, Roses & Farias, 2011), en que los docentes pueden aprovechar la predisposición de los estudiantes a usar las redes sociales para incorporarlas a la enseñanza; con (Giones & Serrat, 2010) en que estar “en el ciberespacio supone la representación de uno mismo, a través de una identidad digital que se construye mediante la actividad propia y la de los demás en Internet”, de hecho ésta ha sido la base del trabajo que se presenta; y con (Buzo & Muñoz, 2008:1) en señalar que a través de la creación de comunidades de práctica “se puede, por una parte, transferir y generar nuevo conocimiento y por otra, lograr mejores prácticas en el campo de la investigación y la docencia”.

En relación con la visión multidisciplinar, pudimos comprobar a través de las etiquetas en el blog creadas por los propios alumnos y alumnas que se tomaba de la importancia de la amplitud de miras y de enfoques a la hora de plantearse el desarrollo de carrera profesional, saliendo al encuentro de nuevas oportunidades de aplicación de conocimientos. Los alumnos identificaron oportunidades de inserción laboral en temáticas relacionadas con Web 2.0 (27 entradas), aplicación a gestión de empresas (25 entradas), Transferencia de tecnología (20 entradas), Innovación abierta: (18 entradas), Relaciones Públicas 2.0 (12 entradas), Responsabilidad social: (12 entradas), Trabajo en red: (12 entradas), Internet (11 entradas), generación de vínculos (8 entradas), Emprendimiento social (8 entradas), Participación relacionada con procesos de dinamización y participación ciudadana, (8 entradas), Vigilancia tecnológica (7 entradas). Creemos con (Lara, 2011) que es importante orientar para “aprender en la incertidumbre”, dado el momento socioeconómico que vivimos, y ayudar a futuros egresados y egresadas a buscar nuevos yacimientos para la aplicación de conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, en relación con los cuestionarios antes y después de SocialOVTT, los resultados muestran que se ha optimizado el tiempo destinado a Internet, produciéndose una variación interesante en el tema que nos ocupa; así encontramos que se produce un aumento del 27% al 40% en relación con el tiempo dedicado al uso profesional de los espacios digitales, un aumento del 24% al 45% de inversión de tiempo en investigación, y un aumento del 25 al 32% en tiempo destinado a la información sobre posibilidades laborales.

Autores como (Olmedo & Estrada, 2011), señalan la importancia de la alfabetización científica (que nosotros llamamos comunicación científica de proximidad), en relación con una ciudadanía del siglo XXI, informada y participativa. Olmedo señala en su análisis cinco conceptos fundamentales: “comunicación, cognición, responsabilidad social, contextualización, y participación ciudadana en la implantación de políticas públicas relacionadas con incorporaciones tecno-científicas en el devenir cotidiano”; toda una oportunidad para las Relaciones Públicas en el ámbito científico tecnológico que se ha abordado desde la experiencia SocialOVTT.

#### 4. Implicaciones

SocialOVTT constituye un referente empírico sobre cómo “la Red amplía la información, introduce nuevas metodologías didácticas, genera nuevos conocimientos y cambia las relaciones sociales en todos los ámbitos educativos” (Melaré & Pérez, 2009:69). Como experiencia piloto, esta práctica nos muestra que a pesar de las dificultades habría que apostar por la continuidad de trabajo de comunidades de práctica como parte de la metodología didáctica. En este sentido, las lecciones aprendidas nos sugieren que los pasos a seguir en la práctica futura deberían ser:



1. Presentar los resultados con sus debilidades y fortalezas al consejo de departamento para estudiar la extensión de la práctica a otros docentes de asignaturas afines, de modo que la comunidad de práctica no sea solo de unos estudiantes haciendo un ejercicio coordinado por un docente, sino de docentes y alumnos trabajando en red, buscando la coherencia entre disciplinas estudiadas en el grado y aportando la visión sistémica y global.
  2. Utilizar más de un caso cliente. Un único cliente para todos los grupos reduce el potencial creativo, satura al cliente y dificulta los procesos de evaluación continua y objetiva.
  3. Dejar bien establecidos los criterios de evaluación objetiva y condiciones de participación en la actividad didáctica.
  4. Parece aconsejable realizar pruebas de “selección de personal” para identificar perfiles que puedan formar verdaderos equipos y liderar equipos.
  5. Estudiar las posibilidades de invitar a participar activamente a diferentes miembros de la organización cliente en la construcción colectiva de la comunidad de práctica desde el principio, más allá de un único miembro voluntario.
  6. Estudiar el modo de valorar el esfuerzo adicional de los docentes por parte de la Universidad.
  7. Comunicar a la sociedad los resultados de la nueva práctica, para hacer pedagogía social del buen uso de las redes sociales e Internet, y contribuir a la apropiación social de las tecnologías, ya que su avance es una realidad que no tiene vuelta atrás. Dicha comunicación sería a través de la disseminación de resultados en medios de información y comunicación, medios digitales, presentaciones en asociaciones empresariales y gremiales, y otras universidades.
- Participar en redes de innovación docente exponiendo la práctica y transfiriendo las lecciones aprendidas.

## REFERENCIAS

- Ala-Mutka, K. (2011). *Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding*. Technical Note: JRC 67075 – Joint Research Centre – Institute for Prospective Technological Studies.
- Amine, M. (2009). “PLE–PKN [Web log post]”. Recuperado el 23/02/2014: <http://mohamedaminechatti.blogspot.com.es/2009/04/ple-pkn.html>.
- Aranda, D., Sánchez, J., Tabernero, C. (2010). Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, 77-96.
- Boisuert, J. (2004). *La formación del pensamiento crítico: teoría y práctica*. Foro de Cultura Económica.
- Bozu, Z.; Imbernon Muñoz, F. (2009). Creando comunidades de práctica y conocimiento en la Universidad: una experiencia de trabajo entre universidades de lengua catalana. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 6 (1).
- Carballo, R. (2006, junio). *Aprender haciendo. Guía para profesores. Aproximación a los espacios de Aprendizaje basados en la acción, la experiencia y el grupo de trabajo y aplicaciones prácticas*. Presentado en el II Encuentro sobre experiencias grupales innovadoras en la docencia universitaria. Universidad Complutense de Madrid.
- Cobos, C., Moravec, J. W. (2001). *El aprendizaje invisible*. Barcelona, España: Laboratori de Mitjans Interactius (UB).
- D’Antoni, S. (2007). Recursos educativos abiertos y contenidos para la educación superior abiertos. *Revista De Universidad y Sociedad Del Conocimiento, RUSC*, 4(1), p. 1.
- Dávila, S. (2006). Generación net: Visiones para su educación. *Orbis: Revista De Ciencias Humanas*, 1(3), 24-48.
- Escofet Roig, A., Garcia Gonzalez, I., Gros Salvat, B. (2011). Las nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior. *Revista Mexicana de Investigación Educativa* 16, 1177-1195.
- Esteve Mon, F. M.; Gisbert Cervera, M. (2011). El nuevo paradigma de aprendizaje y las nuevas tecnologías. *Revista de Docencia Universitaria (REDU)*, 9: 55-73.
- Fundación Telefónica. (2012). *Universidad 2020: El papel de las TIC en el nuevo entorno socio-económico*. Recuperado el 10 de mayo de 2012 de [http://www.fundacion.telefonica.com/es/que\\_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/153](http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/153)
- Freire, J., Shuch Brunet, K. (2010). Políticas y prácticas para la construcción de una Universidad Digital. *La Cuestión Universitaria*, 6: 85-94.
- Gil Mediavilla, M. (2012). *Desarrollo de Entornos Personales de Aprendizaje (PLE) para la mejora de la competencia digital. Estudio de caso en una escuela media italiana*. Universidad de Burgos.
- Guines-Valles, A., Serrat-Brustenga, M. (2010). La gestión de la identidad digital: Una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos Universitaris De Biblioteconomia i Documentació*, 24, p. 1.
- Gómez Aguilar, M., Roses Campos, S., Farias Batlle, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, (38), 131-138.
- Hunter, B. (2002). Learning in the virtual community depends upon changes in local communities. En: K. A. Renninger y W. Shumar (eds.): *Building virtual communities. Learning and change in cyberspace* (p. 96). New York: Cambridge University Press.
- Lara, T. (2011). Aprender en la incertidumbre: Nuevos valores y métodos para formar a los profesionales. *Economía Industrial*, (381), 27-34.
- Lehrer, J. (2010). *Proust y la neurociencia. Una visión única de ocho artistas fundamentales de la modernidad*. Madrid: Editorial Paidós.
- Maldonado Granad, L.F., Serrano Iglesias, E. (2008). Construcción de una red de aprendizaje. *Nómadas (Col)*. 28: 221-222.
- Melaré Varros, D., García Pérez Calabuig, M. (2009). Comunidades virtuales prácticas de alfabetización múltiple. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información* 10, 66-85.

- Olmedo Estrada, J.C. (2011). Educación y divulgación de la ciencia: Tendiendo puentes hacia la alfabetización científica. *Revista Eureka Sobre Enseñanza y Divulgación De Las Ciencias*, 8(2), 137-148.
- Ortega Santamaría, S., Gacitúa Araneda, J.C. (2008). Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal* 5, p. 1.
- Prensky, M. (2003). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), pp. 1-6.
- Reig Hernández, D. (2010). El futuro de la educación superior, algunas claves. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació (REIRE)*, 3: 98-115.
- Reinoso Lastra, J.F.; Martínez Cárdenas, E.E. (2010). Ambientes virtuales y formación empresarial. *Pensamiento & Gestión*: 155-170.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the Electronic frontier reading*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Robles Castrillo, R. (2005). *Diálogos entre saberes científicos y artísticos*. Colombia: Impresora Feriva S.A. 7
- Rodríguez Illera, J.L. (2007). Comunidades virtuales, práctica y aprendizaje: elementos para una problemática. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 8(3), 6-22.
- Rychen, D.S.; Salganik Hersh, L. (Eds.). (2004). *Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida*. México: Fondo de Cultura Económica. (Trad. de Defining and selecting key competencies, Trabajo original publicado en 2001).

## SOBRE LAS AUTORAS

**Rosa María Torres Valdés:** Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Autónoma de Barcelona, desde el 2008, Postgrado en Responsabilidad Social (2011) del Programa Iberoamericano de Formación de Formadores en Responsabilidad Social Empresarial, otorgado por Redunirse (Red de Universidades de la Región Iberoamericana), PNUD y Cátedra iberoamericana en enseñanza de la responsabilidad social empresarial. Máster oficial en Biotecnología y Biomedicina de la Universidad de Alicante, en el 2011. Desde 1988 a 1994 dirigió ALISER, Imagen y Comunicación: Empresa propia de consultoría en relaciones públicas, fundraising y responsabilidad social para empresas públicas y privadas de ámbito local, regional y nacional. Desde 1993 profesora en la Universidad de Alicante y profesora colaboradora de diversas universidades españolas e internacionales. Pertenece al grupo de investigación COMPUBES: Comunicación y públicos específicos y con líneas de investigación propias en lleva a cabo las siguientes líneas de investigación: Comunicación y desarrollo/administración local, Responsabilidad Social, Gobierno abierto y ciudadanía digital, Cuarta cultura y divulgación científica de proximidad e Innovación relacional e innovación social. Ha sido directora del servicio universitario de empleo desde 1994 a 2012.

**Alba Santa Soriano:** Técnico de I+D en el Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología de la Universidad de Alicante. Su labor se centra en divulgar las potencialidades de la vigilancia tecnológica y la inteligencia competitiva aplicada a proyectos de I+D+i, desde una visión práctica de apropiación social de la tecnología y uso avanzado de Internet. Es Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas. Cursando el Master Universitario de Sociedad de la Información y el conocimiento de la Universitat oberta de Catalunya (UOC).