

BLOGS Y UNIVERSIDAD: TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS EN LA ACTIVIDAD DOCENTE. SINCRONIZACIÓN Y CONVERGENCIA DE BLOGS Y CAMPUS VIRTUAL

Jesús Miguel Flores Vivar

jmflores@ccinf.ucm.es

Dpto. de Periodismo II, Facultad de Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid

Cecilia Salinas Aguilar

lsalinas@nebrija.es

Dpto. de Periodismo y Comunicación Audiovisual, Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Antonio de Nebrija

Colaboradores

María Fernández, Noelia Hidalgo, Borja García, Tamara Galilea, Teresa García-Vaquero
Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid

Palabras clave: Blogs, Campus Virtual, Tecnologías, Docencia, Convergencia, Internet.

Estamos llegando a comprender que la innovación y la inteligencia colectiva van de la mano. Una persona creativa, inteligente, puede ser inventiva colectivamente, las comunidades inteligentes pueden ser innovadoras. La innovación en la universidad se plasma a través de los campus virtuales y, ahora también, a través de blogs y redes sociales. Pero estos recursos propios de Internet irrumpen en el panorama de la enseñanza de manera devastadora o disruptiva. El estudio pretende abordar dos cuestiones fundamentales: primero, el grado de uso, aceptación y demanda de los blogs por parte de la comunidad universitaria (docentes y estudiantes), y, segundo, la compatibilidad técnica, metodológica y convergente entre el Campus Virtual y los blogs, de tal forma que no constituya su implantación en una repetición de tareas o contenidos, evitando la duplicación de esfuerzos.

1. INTRODUCCIÓN

Los cambios en la universidad son necesarios y, en algunos aspectos, imprescindibles. La incorporación de la universidad española al Espacio Europeo de Educación Superior exige nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje y, sobre todo, exige incorporar a la docencia un mapa de innovaciones que permita una formación más adecuada en consonancia con los tiempos que nos ha tocado vivir.

Hace algunos años, en el Seminario *Enseñar y Aprender en la Sociedad del Siglo XXI*, celebrado en Barcelona (3 y 4 de junio de 2003), se planteaba que las preguntas que centrarían los principales problemas de la tecnología aplicada a la educación pasarían por tratar los problemas fundamentales de la educación actual, las formas y medios que se conocen para darles respuesta, la forma cómo pueden las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) ayudar a resolver estos

problemas o indagar dónde se sitúan los obstáculos que impiden responder a las problemáticas planteadas [Cer06].

Esas cuestiones se han hecho latentes en nuestros días por lo que inspiran diversos análisis e investigaciones (como la que ahora planteamos), delimitando así no solo la fundamentación socioeducativa del marco conceptual que proponemos, sino también la concepción pedagógica que deben asumir los docentes e investigadores. En este sentido, partimos de la importancia del concepto de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y más concretamente de Internet y sus diversas concepciones, herramientas y recursos que pueden utilizarse en la docencia. Recursos como los blogs, redes sociales y webs que, sumadas al ya consolidado Campus Virtual, nos dan una idea de la magnitud del hecho que tenemos entre manos.

Con este panorama, algunas universidades van siendo conscientes de que la figura del blog puede ser elemental a la hora de difundir el conocimiento y la enseñanza, siendo las universidades estadounidenses las primeras en involucrarse en el proyecto de incorporar plataformas de blogs. A esta adaptación se suma que no existe una incompatibilidad o sustitución alguna entre blogs y campus virtuales, muy por el contrario, se plantea el blog como un elemento complementario y perfectamente compatible con las herramientas ya existentes.

En España las universidades han empezado a ver la posibilidad de uso de estas aplicaciones, aunque no en la magnitud cuantitativa deseable. La Universidad Complutense es una de estas y, como muestra, se hace referencia a las iniciativas de grupos de profesores innovadores que, a través de estudios e investigaciones y de aplicación práctica, han puesto de manifiesto los requerimientos para la constante innovación, de acuerdo a las directrices del Espacio Europeo de Educación Superior.

Profesores de la Facultad de Ciencias de la Información han venido estudiando, desde 2007, las plataformas que permitan un mejor equilibrio en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Han realizado estudios de campo, primero en la utilización de los Campus Virtuales y, posteriormente, en el uso de los blogs. La investi-

gación sobre blogs aplicados a la docencia, llevada a cabo en el curso 2008-2009, ha tenido como resultado la publicación del libro *Blog-Universidad*, editado en 2010, por la Facultad de Ciencias de la Información de la UCM.

Un tercer aspecto en el uso de las TIC, aplicadas al proceso enseñanza-aprendizaje, corresponde al público receptor o público objetivo, es decir, a los estudiantes. La percepción de los alumnos, como receptores en el uso de las aplicaciones y los contenidos, es, a todas luces, el aspecto más importante. Por todo ello, en este trabajo, un grupo de estudiantes de 5º curso de la Facultad de Ciencias de la Información participa en el análisis que sirve de base para esta comunicación, en donde se pone de manifiesto la percepción sobre diversas universidades españolas e internacionales, seleccionadas aleatoriamente y cuyos contenidos han sido revisados y corregidos por los profesores investigadores que, en conjunto, presentan este estudio.

Los estudiantes colaboradores parten del hecho de que son numerosos los aspectos que pueden tratarse en el análisis de blogs en la universidad, por lo que en su deseo de no dejarse ningún matiz olvidado, creen que lo apropiado es empezar respondiendo a la primera interrogante de este ámbito: ¿por qué deben darse cambios en la universidad? La respuesta a esta pregunta se refleja en los resultados del estudio realizado y que se detallan en siguientes apartados.

2. LOS BLOGS COMO TECNOLOGÍAS DISRUPTIVAS

El avance de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) y su impacto y consolidación en determinados entornos y sectores de población constituyen desarrollos devastadores.

En algunos sectores como los medios, se han vuelto armas de doble filo. Algunos consideran que los blogs son herramientas que, dado su fácil uso, ha creado nuevos modelos informativos como el llamado periodismo ciudadano, circunstancia que se toma como elemento disruptivo en el sector mediático.

Actualmente, las universidades tradicionales vienen combinando el modelo tradicional (presencial) con el modelo virtual (en línea). Ese modelo es el que promueven diferentes universidades, entre las que se encuentran la Universidad Complutense de Madrid (con las plataformas de Campus Virtual: WebCT, Moodle o Sakai), Universidad Antonio de Nebrija, Universidad San Pablo-CEU, Universidad Carlos III de Madrid, entre otras. Pero el uso e interacción, así como la creación y mantenimiento de contenidos en el Campus Virtual, requiere un esfuerzo adicional que han de realizar docentes y estudiantes. Este es un matiz importante si se quiere alcanzar las directrices que se contemplan en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En este contexto, siempre en línea con la innovación tecnológica, existen otros recursos como los blogs (o bitácoras, como también se les conoce) que algunas universidades y profesorado de diferentes centros vienen utilizando cada vez más, ya que ven en ellos un recurso de gran facilidad de uso que puede generar un alto rendimiento tanto tecnológico como de conocimiento.

El fenómeno blog empieza su andadura en 1997, pero es en 2004 cuando empieza su verdadera expansión. A partir de ese año, empresas, instituciones, medios, organizaciones, etc., incorporan los blogs como nuevos canales de información dentro de sus *websites*. A este fenómeno no escapan las universidades. Algunas, como las referenciadas en este trabajo, los han incorporado como elementos complementarios en la docencia. Pero algunos docentes van más allá, ya que empiezan a adoptarlos como iniciativa propia. Obviamente, ante esta expansión, el modelo tradicional de enseñanza presencial, basado principalmente en las clases magistrales, sufre un cambio. Un cambio que puede tildarse también de disruptivo, ya que los blogs permiten una mayor interacción entre docente y estudiante, entre los propios estudiantes, y entre docente y docente.

Sin embargo, ante estos desarrollos, se presentan algunas interrogantes como ¿están preparados los profesores para incorporar estas tecnologías a su *modus operandi* docente? ¿Cabe el peligro de una disrupción del sistema

de enseñanza-aprendizaje en la universidad? ¿Existe una percepción del rompimiento del modelo docente tradicional?

3. COMPLEMENTARIEDAD ENTRE BLOGS Y CAMPUS VIRTUALES

Los blogs se han constituido en un fenómeno imparable que penetra en todos los ámbitos del conocimiento y estratos de la sociedad. Su presencia crece debido a su fácil uso y aplicación. Tiene relevancia y tratamiento específico cuando se le relaciona con el periodismo y los medios de comunicación, en donde inicialmente ha ejercido su influencia. Pero crece también en el ámbito universitario y científico, siendo las universidades americanas las primeras en incorporar comunidades de blogs para sus docentes, investigadores y estudiantes. Universidades de vanguardia como Harvard University (Facultad de Derecho), Drake University, Florida University o la Universidad Californiana de Los Angeles (UCLA), por citar algunas en Estados Unidos, vienen promoviendo el uso de los blogs no solo entre su profesorado, sino entre sus propios estudiantes.

Con estas universidades, antes con los Campus Virtuales y ahora con los blogs, se comprueba que el uso de recursos y herramientas tecnológicas aumentan las posibilidades de conocimiento de los alumnos, al utilizar dichos recursos como un complemento a la docencia presencial. Además del apoyo y complemento de las clases presenciales, los blogs pueden coadyuvar a un mayor despliegue en la relación profesor-alumno (importante para el seguimiento del crédito ECTS¹), tutorías virtuales y otras interacciones del ámbito docente universitario que son múltiples.

De hecho, algunos docentes piensan que encuentran mejor el blog como forma de comunicación e interacción entre el profesor y sus estudiantes. Un blog puede ser dedicado a una o varias asignaturas en donde el profesor

¹ ECTS, *European Credit Transfer System*. Sistema de Transferencia de Crédito Europeo.

inserte avisos, publique artículos y documentación, proporcione enlaces de interés y permita que sus alumnos participen e interactúen fuera de la universidad y de horarios académicos. Podemos afirmar que se produce una verdadera interactividad, un verdadero aprendizaje virtual sin ningún tipo de inversión de costes dinerarios. Algunos centros empiezan además a incorporar las nuevas variantes de los blogs, tales como *videoblogs* (o *vlogs*), *fotoblogs*, *audioblogs*, *moblogs*, etc., que también pueden aplicarse a la docencia e investigación.

La investigación del Proyecto de Innovación «Blogs como recursos de valor añadido para la optimización de la docencia» realizada en 2008, con subvención del Vicerrectorado de Desarrollo y Calidad de la Docencia de la Universidad Complutense de Madrid, refleja que los blogs son el segundo reto a adoptar por la universidad española en su función de enseñanza-aprendizaje.

4. LA UNIVERSIDAD GLOBAL: ANÁLISIS DE BLOGS PROMOVIDOS POR UNIVERSIDADES ESPAÑOLAS E INTERNACIONALES

Son numerosos los aspectos con los que podríamos tratar la introducción de este trabajo, pero como no deseamos dejarnos ningún matiz olvidado, creemos que lo apropiado, como todo, es empezar respondiendo a la pregunta estrella de este ámbito: ¿por qué deben darse cambios en la universidad?

Día a día vemos como todo nuestro alrededor va modificándose poco a poco, sin dejar de lado la universidad, institución tradicional con roles establecidos de manera permanente –los del profesor y alumno– que contienen unos protocolos que cumplir. Pero dichos protocolos, junto a la evolución, van distorsionándose, evidenciándose síntomas de agotamiento, desvaneciéndose, a la par que la propia institución universitaria.

Ante esta perspectiva, surgen nuevos elementos que, por regla general, provienen del exterior de la universidad, a través de diversos

factores, como: nuevas generaciones de alumnos, cambios mundiales que experimentan nuevas expectativas, requerimientos del Estado, etc. Pero de todos aquellos factores que tengan que influir, el más importante es el que se puede tildar de «cliente de la empresa»: el estudiante. El nuevo modelo integrante de la comunidad universitaria viene marcado por intereses intelectuales, gustos y prioridades de diversión, de música y de entretenimiento bien definidos; con criterios formados para ser selectivos ante la inmensidad de la oferta del mercado mundial; es un estudiante que define estilos de vida propios, éticas ciudadanas y juicios morales. Se trata de unos nuevos sujetos que entran en choque con las estructuras mentales, físicas, administrativas, académicas y personales de quienes hoy definen, caracterizan y reproducen la universidad tradicional, a partir de lógicas cartesianas y lineales.

Ahora bien, ¿a qué nos lleva esto? Sin duda alguna a la creación de lo que se empieza a conocer como la universidad global, donde se pasa fácilmente del espacio físico al virtual; se cambian las dimensiones y los límites y, sobre todo, se llegan con nuevas perspectivas en cuanto a la metodología de aprendizaje y conocimiento. Para cumplir estas expectativas, la universidad debe incorporar nuevas tecnologías, como las TIC, que no tienen por qué suponer el fin de los aprendizajes basados en la memorización y la reproducción de contenidos, ni la consolidación de los planteamientos constructivistas del aprendizaje, a pesar de las magníficas funcionalidades que ofrecen para la expresión personal, el aprendizaje personalizado, el conocimiento y el trabajo colaborativo. La cuestión es más sencilla ya que la disponibilidad de las TIC sólo implica cambios positivos como son una mayor universalización de la información, nuevos enfoques críticos y constructivistas para el autoaprendizaje, actualización de contenidos del temario, etc.

Serán estas TIC las que en la comunidad universitaria van generando una creciente presión sobre el profesorado que le llevará paulatinamente al cambio y, en los casos en los que además se cuente con una adecuada política por parte de los órganos rectores, el proceso será más rápido. Un hecho creciente de cam-

bio dentro del mundo Internet lo constituyen los blogs y una serie de herramientas que pueden ser aplicados a la universidad. El blog es una herramienta que se ha constituido en un pilar fundamental para consolidar el éxito de Internet en nuestros días. Las causas de su éxito residen en el protagonismo que aportan al usuario, la creación de nuevas comunidades, la gratuidad del servicio, la adaptabilidad o flexibilidad, características que permiten una gran capacidad de desarrollo, sencillez y dinamismo en cuanto a la generación de contenidos y nuevos estilos con personalidad propia.

Andrés Pedreño, profesor del Instituto de Economía Internacional, en un artículo sobre los blogs y la universidad, hace hincapié en que cada día es mayor la proliferación de campus virtuales en las universidades, los cuales poseen herramientas de mucha utilidad pero no son capaces de desarrollar aspectos como la interactividad, la capacidad de difusión y el desarrollo de otras capacidades formativas de enorme interés para los alumnos. En definitiva, algunos viejos hábitos, con sus virtudes y defectos siguen en gran medida vigentes a través del Campus Virtual.

Sin embargo, algunas universidades van siendo conscientes de que la adopción del blog puede ser elemental a la hora de difundir el conocimiento y la enseñanza, siendo las universidades estadounidenses las primeras en involucrarse en proyectos de adopción de la blogosfera. Los responsables actuales de algunos de estos proyectos aseguran que se proporciona una perspectiva diferente y alternativa a las prácticas tradicionales en la planificación de los cursos y las clases.

Pero, como afirma Pedreño, no hay una incompatibilidad o sustitución entre blogs y campus virtuales, sino que hay que plantearse el blog como una herramienta complementario y perfectamente compatible con las herramientas ya existentes.

En este contexto, estos últimos años hemos vivido una explosión de medios tecnológicos sociales en Internet. Uno de estos medios es, evidentemente, el blog. El fenómeno blog conforma «la nueva audiencia de la red que, al mismo tiempo, intercambian opiniones, hablan y ejercen influencia» [Flor07]. Los inter-

nautas, autores de blogs, constituyen un nuevo segmento de la sociedad y de la audiencia, que emiten, reciben y enlazan información.

En una fase expansiva, entre los diferentes usos que tienen los blogs, se perfila en la docencia, donde numerosas universidades, tanto nacionales como internacionales, están adoptando este tipo de tecnología en sus instituciones, aprovechando su popularidad, su adopción masiva por los jóvenes, su gratuidad y su gran capacidad en la difusión de la información, constituyendo ya un componente en sí mismo del fenómeno de la globalización.

Pero el objetivo principal que nos lleva a realizar este análisis se focaliza en la certeza de que ciertas creencias propias se llevan a cabo de manera efectiva en la realidad. Estas creencias son:

1. Un número creciente de alumnos están capacitados para adoptar con facilidad los blogs como herramienta de trabajo, generándose un cierto campo de interés alrededor de las asignaturas que lo usan.
2. Esta nueva herramienta genera un aprendizaje más activo frente a la pasividad usual de las clases magistrales. La labor del profesor se va a enlazar con la búsqueda de información en la red, una búsqueda que estará matizada por la puesta en común de las diversas opiniones de los componentes del aula.
3. Los estudiantes aprenden a buscar, depurar, contrastar la enorme cantidad de información existente en Internet y descartar aquellos temas que no son de interés para la asignatura.

Actualmente existen algunas iniciativas llevadas a cabo por universidades en todo el mundo; instituciones que han demostrado una gran capacidad de adaptación a la evolución que se está produciendo hoy día debido a la globalización con el uso de los blogs.

Pero no solo se destinan estos blogs a obtener la función de herramienta docente, sino que las propias instituciones se convierten en elementos publicitarios para volcar en la red

sus funciones administrativas y mostrarlas a la sociedad digital.

Así, el trabajo de campo, realizado por los estudiantes colaboradores, recoge los análisis de universidades que utilizan el blog según estas dos funciones: como elemento docente o canal divulgativo de la institución. Las universidades seleccionadas para el estudio son españolas e internacionales, hecho que posibilita contrastar el sistema utilizado y la metodología.

El objetivo final es conocer, de forma general, la finalidad que sigue la universidad tras la elaboración del blog y, a nivel específico, conocer cuáles son los elementos que han utilizado para alcanzar dicha finalidad.

En el desarrollo del trabajo se ha utilizado una metodología, aplicable a todos los blogs seleccionados. En el análisis de las universidades, se tratan tanto los aspectos internos como externos.

Para obtener la información necesaria se ha estructurado una plantilla general de análisis compuesta tanto por ideas de los propios alumnos, participantes del estudio, como las facilitadas por el profesor Jesús Flores de la asignatura de «Tecnología de la Información».

Con la conexión de estos elementos, se ha podido llevar a cabo un análisis exhaustivo de todos los blogs promovidos por universidades seleccionadas a nivel mundial.

La plantilla se ha amoldado a la estructura de una ficha de análisis que se incluye en el Anexo 1.

Además de dicha plantilla, también se incluyen breves entrevistas a responsables docentes y/o técnicos de algunas universidades con el objetivo de conocer cuál es la finalidad concreta del gestor. Las preguntas de las entrevistas se recogen en el Anexo 2.

Finalmente, aunque se detalla la relación de universidades analizadas, indicamos que, por cuestiones prácticas del estudio realizado por los estudiantes, solo se han incluido dos universidades, a modo de ejemplo: la primera de una universidad extranjera (Harvard University) y la segunda de una universidad española (Universidad Europea de Madrid).

5. ESTUDIOS DE CASO: UNIVERSIDADES ANALIZADAS MEDIANTE EL PATRÓN DE FICHA (ANEXO 1)

- 5.1 Universidad de Harvard
- 5.2 Universidad Europea de Madrid
- 5.3 Universidad de las Américas Puebla
- 5.4 Universidad ICESI Cali Colombia
- 5.5 Universidad de Murcia
- 5.6 Universidad de Chile
- 5.7 Universidad Cardenal Herrera
- 5.8 Universidad de Maracaibo
- 5.9 Universidad de Ciudad Juárez
- 5.10 Universidad Autónoma de Barcelona
- 5.11 Universidad de Sevilla
- 5.12 Universidad de Navarra
- 5.13 Universidad central sede de la Serena
- 5.14 Universidad Veracruzana
- 5.15 Universidad de Málaga
- 5.16 Universidad de Valencia
- 5.17 Universidad de República de Uruguay
- 5.18 Universidad Autónoma de Madrid
- 5.19 Universidad de Alicante

5.1. UNIVERSIDAD DE HARVARD (EE.UU.)

5.1.1. Blog

HLS in Focus

5.1.2 Universidad a la que pertenece

El blog «HLS in Focus» pertenece a la blogosfera de la Universidad de Harvard (Weblogs at Harvard Law School).

Harvard es una de las universidades más prestigiosas de todo EE.UU. e incluso del mundo. Fue fundada en 1636. La universidad de Harvard presume de ser la más antigua de EE.UU., pasando de los nueve estudiantes en sus orígenes hasta los 18.000 que tiene en la actualidad. Entre sus graduados se encuentran personajes muy importantes para la historia no solo de este país, sino para la historia de la humanidad. Un total de 40 premios Nobel y siete presidentes de EE.UU. han pasado por alguna

de sus facultades y escuelas en alguno de sus programas, que incluyen tanto cursos de postgrado como carreras.

5.1.3. Dirección de la Web

<http://blogs.law.harvard.edu/admissions/>

5.1.4. Plataforma

«HLS in Focus» utiliza una plataforma institucional, promovida por la Universidad de Harvard dentro de «Weblogs at Harvard Law School», y tecnológicamente soportada por el Berkman Center for Internet & Society como un servicio gratuito del gigante WordPress.

5.1.5. Entorno de posibles aplicaciones

«HLS in Focus» es un blog institucional que regula el proceso de admisión de las nuevas caras de la «Harvard Law School», con el objetivo de conseguir que dicho proceso sea más transparente. Para ello, ofrece todo tipo de información, consejos e ideas a los nuevos miembros de la Escuela de Derecho.

5.1.6. Grado de interactividad

A pesar de que «HLS in Focus» posea una escasa participación, el grado de interactividad es abierto, salvo en algunas entradas que no admiten comentarios. Se ha comprobado empíricamente que los comentarios pasan a publicarse sin filtros previos.

5.1.7. Publicidad que incorporan

La publicidad no forma parte de la filosofía de este blog. Los únicos logos que se pueden encontrar son los de la propia Universidad (Harvard) y los de su gestor (Berkman).

5.1.8 Listado de blogs de referencia

No posee, porque este blog pertenece a la blogosfera «Weblog at Harvard Law School», website de fácil acceso en la que se pueden encontrar los diferentes enlaces de los blogs que la componen en orden descendente por actualizaciones. Sin embargo, mediante un enlace se redirecciona hacia un blog externo (Opia Blog).

5.1.9 Lenguaje utilizado

El blog analizado se plantea como una guía de ayuda. Por ello, el lenguaje es bastante cuidado, algo propio de la institución universitaria número 1 en todos los *rankings* a escala global. El uso de tecnicismos es limitado por norma general aunque a nadie se le escapa que, en los posts² en los que se informa sobre temas legales o gubernamentales, el lenguaje se especializa más.

5.1.10 Idioma que utiliza

Por lógica, el blog y toda la blogosfera en la que está circunscrito solo están disponibles en inglés, no obstante la diversidad de usuarios con blog en el sitio hace que encontremos post y comentarios en otros idiomas como el alemán o el castellano.

5.1.11. Diseño y estructura

La tipografía utilizada es Lucida Sans Unicode, con tamaño 9 para el texto y Georgia tamaño 11 para el título. En cuanto a los colores, se combinan el blanco de los fondos, el gris del texto, y el granate para título, cabecera, entradas y enlaces, un elemento de cohesión corporativa ya que son los colores característicos de la institución. En el análisis de logos, la universidad ha establecido directamente una barra

² *Post* es término utilizado en la blogosfera, también conocido como entrada (en la edición del blog).

superior en color granate y con los símbolos del escudo de la institución. En el extremo inferior izquierdo, hay un pequeño logo del gestor del blog (Berkman). Los recursos disponibles en el blog son texto, fotografía y pistas de audio. Se muestran enlaces de contextualización, uno de cómo suscribirse en el blog y uno que dirige hacia un blog externo a la institución (Opia blog).

5.1.12 Observaciones

El blog «HLS in Focus» es poco útil: prueba de ello es la escasa participación, ya que los comentarios son mínimos o nulos. En cuanto a la estructura, aunque sea correcta, no llama la atención del lector, característica fundamental para promover la interacción entre los blogueros y los comentaristas.

En el caso de la información, creemos que es acorde con la temática que estructura este blog ya que ofrece todo lo que un nuevo estudiante puede necesitar en el acceso a esta institución, por tanto ofrece contenidos de interés.

Por último, consideramos que sí alcanza la finalidad que tiene pero, debido a la escasa participación comentada con anterioridad, no obtiene una respuesta positiva por parte del alumnado.

5.2. UNIVERSIDAD EUROPEA DE MADRID

5.2.1. Blog

«Por qué elegir la pastilla roja»

5.2.2. Universidad a la que pertenece

El blog «Por qué elegir la pastilla roja» forma parte de la Comunidad UEM, el espacio de participación vía Internet de la Universidad Europea de Madrid. La UEM se creó el 17 de julio de 1995, aunque ya desde el año 1989 venía desarrollando su labor docente como Centro Adscrito a la Universidad Complutense de Madrid con el nombre de *Centro Europeo de Estudios Superiores (CEES)*. Fue la primera univer-

sidad europea (desde el año 2001) en tener un campus completamente inalámbrico para facilitar el acceso a Internet desde cualquier punto del campus, incluidas sus residencias.

La UEM es la universidad española con mayor porcentaje de estudiantes extranjeros debido a los numerosos convenios que tiene con otras universidades, principalmente con las de la red Laureate International Universities. Un 45% del alumnado de la Universidad procede de fuera de la Comunidad de Madrid.

5.2.3. Dirección de la Web

<http://comunidad.uem.es/epuertas/posts>

5.2.4. Plataforma

«Por qué elegir la pastilla roja» pertenece a una plataforma de múltiples aplicaciones creada y administrada por la Universidad Europea de Madrid. El blog es una de las aplicaciones que tiene y, al igual que el que nos ocupa, podemos observar blogs de alumnos, de personal de la administración de la corporación... Para ser miembro de la comunidad blogosfera de la UEM hay que registrarse gratuitamente. La plataforma es de desarrollo propio. No pertenece a ninguna marca comercial.

5.2.5. Entorno de posibles aplicaciones

Por ejemplo, en el análisis del blog de Enrique Puertas, profesor de Informática en la Escuela Superior Politécnica, vemos un blog que se utiliza a modo de divulgación, casi con periodicidad fija, en donde encontramos *post* sobre curiosidades del mundo informático, trucos en programas de diseño gráfico, fotografía... El fin es divulgativo pero didáctico, pues se pretende enseñar desde lo curioso.

5.2.6. Grado de Interactividad

El número de comentarios por publicación oscila entre 2 y 37, un número que deja en evi-

dencia el éxito del profesor. Los comentarios son de todo tipo ya que hay *post* muy variados, desde una grapadora para panfletos hasta nuevos hallazgos como la electricidad *wireless*. Escribir comentarios es 100% plural, no hace falta ser miembro de la red.

5.2.7. *Publicidad que incorpora*

El blog va encabezado por una barra con los logos de la institución y un menú de nivel superior al blog, un teléfono de información sobre la universidad pero, sin ningún tipo de publicidad.

5.2.8. *Listado de blogs de referencia*

«Por qué elegir la pastilla roja» no tiene vínculos a blogs desde una parte de su interfaz de forma visible. Su organización es impoluta facilitando el acceso a la información con un motor de búsqueda, por temática o por meses. En la parte superior de la página hay múltiples enlaces a webs superiores en rango pero no blogs a los que se refiera, si bien entre los *post* el profesor Puertas pone a los alumnos los sitios donde completar la información, dónde pueden comprar los productos, etc.

5.2.9. *Lenguaje utilizado*

Se destaca este aspecto en el análisis porque el lenguaje es quizás lo que más llama la atención de este blog. Los temas que el profesor presenta están escritos de forma sencilla pero sin dejar las especificaciones oportunas dando lugar a lo más interesante: cada comentario se escribe en un lenguaje casi propio de la oralidad, es opinión en estado puro, interactividad a nivel máximo. Un lenguaje sencillo y muy adaptado a la seriedad y rigor de cada *post*.

5.2.10. *Idioma que utiliza*

El idioma del blog es el castellano y la página no da la posibilidad de cambiarlo. Sin em-

bargo en la página de inicio de los blogs si se pueden ver publicaciones en inglés.

5.2.11. *Diseño y Estructura*

La tipografía utilizada es Arial con tamaño 16 para el título del blog, Arial 12 para el subtítulo que identifica al bloguero. Los títulos de las diferentes entradas que conforman el blog van en Arial e igualmente para el texto. El color predominante es el granate, color corporativo de la institución. En una franja granate va el título del blog y el subtítulo. Para los *posts* y las herramientas de blog se combinan azul y negro. Azul para todo tipo de enlaces y títulos y negro para el texto. El blog tiene el fondo blanco y está acotado en sus extremos superior e inferior por unas franjas de la universidad. En ella se ofrece mediante vínculos la posibilidad de acceder a las web de departamentos, a la información global de la universidad, a la Comunidad UEM, etc. Todos los blogs van presididos por el logo actual de la Universidad Europea de Madrid.

Los recursos disponibles en el blog son texto, fotografía y vídeo, si bien dentro del blog analizado en ninguno de los *post* se ha introducido vídeo directamente, sino enlaces a ellos.

5.2.12. *Observaciones*

La Universidad Europea de Madrid apuesta por la comunicación y la docencia vía Internet y eso ha quedado bastante claro. Sorprende su desarrollo, la cantidad de posibilidades que aporta su comunidad UEM y, en lo que atañe al análisis, los blogs son de una calidad impoluta. La percepción que se tiene es que el blog es divertido, ameno y muy visitado, interesante en sus contenidos y riguroso en su diseño.

6. CONCLUSIONES

Tras el desarrollo de este análisis, se desprenden diversos resultados que van desde los

más positivos a los más negativos. En primer lugar, se indica que los blogs patrocinados por las universidades extranjeras podrían tener más consolidación al haber empezado un desarrollo temprano en contraposición a las universidades españolas, las cuales empiezan a adoptarlos en la actualidad, pero de forma incipiente. No solo se han observado la calidad de los blogs, sino también la eficacia y la metodología llevada a cabo por las diversas universidades.

Por ello, los colaboradores sienten haber estado estudiando un gran sistema de blogs universitarios. Sin embargo, también se deja entrever una cierta decepción en relación a universidades de élite que podían haber dado mucho más en cuanto a la expansión y uso de los mismos. Hay universidades muy desarrolladas, como el caso de Harvard University, que muestran un nivel no superior al desarrollado por las universidades españolas como la Europea de Madrid.

Otra conclusión a la que se ha llegado es que el fenómeno de los blogs no está totalmente integrado en la vida del estudiante, hecho que se puede observar en la falta de interactividad en los blogs. Esta situación puede deberse a que el uso de esta herramienta como método de enseñanza (basado en los blogs) es relativamente reciente.

Se ha detectado que los blogs patrocinados por las universidades (con su respectivo logotipo) no siempre han seguido fines didácticos o de enseñanza, sino que también se han dedicado a otros fines, como el blog de la Universidad de Málaga, sobre las drogas. Independientemente, también el resultado del análisis deja entrever la estrategia de algunas universidades que lo utilizan como un elemento publicitario, dando a conocer los diversos cursos que se imparten en la institución, aunque sin incluir ningún tipo de publicidad externa.

La mayoría de las universidades utilizan plataformas gratuitas, quizá debido al hecho de existir cierto temor de que el proyecto emprendido no obtenga resultados óptimos, razón por la cual existe una cierta reticencia por parte de las universidades a desarrollar esta

iniciativa. Entre los motivos esgrimidos, podemos encontrar el control de regulación de los contenidos.

En todos los casos, los contenidos de información que se incluyen en los blogs concuerdan con la temática establecida como finalidad. Es decir, cumplen con dar un tipo de información para el que fueron creados.

El desarrollo del estudio de blogs en la universidad permite conocer de cerca la opinión de los estudiantes, quienes manifiestan una percepción positiva del uso de los blogs como nuevo elemento de comunicación en las instituciones universitarias.

Sin embargo, a pesar de que la idea del proyecto sea adecuada y que la publicidad sobre el hecho es bastante notable, la utilización de éstos por parte de los estudiantes es prácticamente nula, a no ser que su implicación sea establecida de manera obligatoria por los profesores.

Así pues, quizá la solución será la constante innovación para convertir el hecho en algo interesante desde el punto de vista estudiantil.

BIBLIOGRAFÍA

- [Blo05] Blood, R. (2005): *Universo del weblog*. Editorial Gestión, 2000.
- [Cer06] Cerezo, J. M. (2006) (ed.): *La Blogosfera hispana: pioneros de la cultura digital*. Madrid, Fundación France Telecom.
- [Oneil04] O'Neil, J. (2004) «Aplicaciones tecnológicas», en: *Educational Leadership*, Virginia, Alexandria.
- [Flor07] Flores, J. (2007). «Blogs y Campus Virtuales». *Tribuna Complutense*, n.º 49.
- [Flor10] Flores, J. y Esteve, F. (2010) *BlogUniversidad*. Madrid, Facultad Ciencias de la Información, UCM.
- [Mui98] Mui, Ch. y Downes, L. (1998). *Aplicaciones asesinas: Estrategias digitales para dominar el mercado*. Boston, Massachusetts, Harvard Business School.
- [Ori05] Orihuela, J. L. (2005) «Weblogs y blogosfera» en: *Blogs la conversación en Internet que esta revolucionando medios, empresas y a ciudadanos*, Madrid, ESIC.