

# COMUNICACIÓN ACTUAL: REDES SOCIALES Y LO 2.0 Y 3.0

*coordinadores*

**Juan Enrique González Vallés**  
**Mónica Valderrama Santomé**

**COMUNICACIÓN ACTUAL: REDES SOCIALES Y LO 2.0 Y 3.0**

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.

Derechos reservados © 2014, respecto a la primera edición en español, por:

McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.  
Edificio Valrealty, 1.ª planta  
Basauri, 17  
28023 Aravaca (Madrid)

© Fórum XXI

ISBN: .....

Código: 9780008500283

Depósito legal: M-33574-2014

Editora: Cristina Sánchez Sáinz-Trápaga

Director General España y Portugal: Álvaro García Tejeda

Director Gerente Universidad y Profesional: Norberto Rosas Gómez

Producción editorial: Lantia Publishing S.L.

Cuesta del Rosario, 8 41004, Sevilla

[www.lantia.com](http://www.lantia.com)

IMPRESO EN ESPAÑA- PRINTED IN SPAIN

**Mc  
Graw  
Hill**  
Education

MADRID · BOGOTÁ · BUENOS AIRES · CARACAS · GUATEMALA · LISBOA ·  
MÉXICO · NUEVA YORK · PANAMÁ · SAN JUAN · SANTIAGO · SAO PAULO  
AUCKLAND · HAMBURGO · LONDRES · MILÁN · MONTREAL · NUEVA DELHI · PARÍS  
SAN FRANCISCO · SIDNEY · SINGAPUR · ST. LOUIS · TOKIO · TORONTO

# Índice

<b>Prólogo</b> .....	25
<i>Mónica Valderrama Santomé (Universidad de Vigo)</i> <i>Juan Enrique González Vallés (U. Complutense)</i>	
<b>1. El cambio del mitin por un modelo de comunicación política bidireccional</b> .....	27
<i>Josu Ahedo Ruiz (Universidad Internacional de La Rioja -España-)</i>	
1. El mitin como discurso político.....	27
2. La persuasión en el mitin político.....	29
3. Las plataformas ciudadanas: fenómeno de persuasión en la red.....	32
4. El paradigma comunicativo bidireccional: un nuevo estilo político.....	34
<b>2. El uso de las redes sociales en la creación de una narrativa: aprendizajes en Internet</b> .....	39
<i>Alfredo Álvarez Álvarez (Universidad de Alcalá -España-)</i>	
1. Los caminos de la verdad en la Red.....	39
2. Ver para creer, en sentido literal.....	41
2.1 La creación del entorno narrativo.....	42
2.1.1 La búsqueda de entornos de retroalimentación.....	45
3. Resultados.....	46
4. Discusión.....	47
5. Conclusiones.....	48
<b>3. Laboratorio para el aprendizaje colaborativo: Grupos autopoieticos de activismo en RR.SS.</b> .....	51
<i>Núria Llopis Roca (UOC -España-)</i> <i>David Recio Moreno (UNED -España-)</i> <i>Raúl Antón Cuadrado (UNED -España-)</i>	
1. Introducción.....	51
2. Plan didáctico de la experiencia de aprendizaje.....	51
2.1. Construcción de una comunidad de aprendizaje.....	52
2.2. Implementando un aprendizaje colectivo.....	52
2.3. Participación horizontal como vertebración de las comunidades netmodernas.....	52
2.4. El caos como elemento disruptivo de la reproducción.....	53
2.5. Constructivismo para animar el aprendizaje colectivo. El profesor como problematizador.....	53
2.6. La traslocación del aprendizaje del escenario virtual in-vitro a la red.....	53
2.7. Pedagogía emancipadora y educación mediática: los grupos de activismo.....	54
3. Desarrollo de la experiencia.....	54
3.1. Federación de la comunidad de aprendizaje en grupos de interés.....	54
3.2. Emergencia caótica de grupos autopoieticos.....	55
3.3. Distintas voces conforman la narración común.....	56

4. Metodología de evaluación.....	56
4.1. Construir un discurso único de la comunidad.....	56
4.2. Evaluación construida en grupo de discusión.....	57
5. Evaluación de la experiencia.....	57
5.1. Constructivismo.....	57
5.2. Dislocar el aula sobre la red.....	58
5.3. Conectivismo.....	58
5.4. Autopoiesis.....	58
5.5. No reproducción - Caos.....	59
5.6. Horizontalidad.....	59
5.7. Emancipación por la participación activa.....	59
6. Conclusiones. Oportunidades de mejora.....	60
6.1. Disminución del periodo de adaptación al nuevo paradigma.....	60
6.2. Desinfectación.....	61

**4. Constructing Online Identity: Comparison, Image Obsession and Narcissism..... 63**  
*Zeynep Arda (Izmir University of Economics -Turkey-)*

1. Identity Crisis in the Consumer Society.....	63
2. Contemporary Pathologies of Identity Construction.....	66
2.1. Upward Social Comparison.....	68
2.2. Image Obsession.....	70
3. Narcissus as the Online Protagonist.....	71
3.1. Pseudo Self-Esteem.....	72
3.2. The Spotlight Effect.....	73

**5. EUDLIA y WIKIA: experiencias educativas..... 77**  
*Gloria Areitio Bertolín (U. del País Vasco -España-)*  
*Ana Areitio Bertolín (U. del País Vasco -España-)*

1. Consideraciones iniciales.....	77
2. Utilización de una lista de distribución en la educación universitaria.....	78
2.1. Características de EUDLIA.....	79
2.2. Evaluando a EUDLIA.....	81
3. Y la web 2.0.....	84
3.1. Evaluando la experiencia en Wikia.....	87

**6. Estados Unidos y Europa: dos modelos desiguales en el uso electoral de las redes sociales..... 91**  
*Rafael Barberá González (Universidad Complutense -España-)*  
*Ubaldo Cuesta Cambra (Universidad Complutense -España-)*

1. Estados Unidos.....	91
1.1. Recaudación a través de la Red.....	91
1.2. Los SuperPACS como novedad.....	93
1.3. Las redes sociales.....	94
1.4. Las campañas grassroots y la estrategia de los mensajes.....	95
2. Europa.....	97
2.1. La complejidad de las elecciones.....	97
2.2. Las redes sociales.....	97
2.3. El caso español.....	99

**7. Juego de Tronos desde 'Vive Poniente'. La app de second screen en el marco de la experiencia del visionado compartido entre pantallas..... 103**  
*Mónica Barrientos-Buena (Universidad de Sevilla -España-)*

1. Introducción. Metodología y objetivos.....	103
2. La segunda pantalla y la televisión social.....	104
3. 'Vive Poniente', la aplicación.....	107
3.1. La experiencia social de Canal+.....	107
3.2. Funcionamiento, arquitectura estructural de la app.....	109
3.3. Contenidos adicionales ofrecidos.....	111
3.3.1. Vídeos.....	112
3.3.2. Imágenes.....	113
3.3.3. Preguntas.....	113
4. Conclusiones.....	114

**8. El futuro de la TV o la TV 2.0 (Alerta para programadores)..... 119**  
*Elvira Calvo Gutiérrez (U. Complutense de Madrid -España-)*

1. Los cambios en la televisión española actual.....	119
2. La generación digital y la televisión.....	120
3. Integración de TV e Internet.....	121
4. ¿Hacia dónde va la TV?.....	122

**9. El papel del vídeo online en la promoción y difusión de las Enfermedades Raras..... 127**  
*Paloma López Villafranca (Universidad de Málaga -España-)*  
*Antonio Castillo Esparcia (Universidad de Málaga -España-)*

1. La utilización del vídeo online en el ámbito de la salud.....	127
1.1. Compartir conocimientos a través del vídeo online.....	127
1.2. La utilización del viral entre pacientes.....	128
1.3. La participación gubernamental en la difusión de los vídeos online.....	129
2. Preguntas de Investigación e Hipótesis.....	131
2.1. Preguntas de investigación e hipótesis.....	131
3. Metodología.....	131
3.1. Estrategia metodológica.....	131
3.2. Universo y selección de la muestra.....	132
3.3. Variables.....	132
4. Resultados.....	133
4.1. Características de los vídeos online en las redes sociales.....	133
4.2. Contenido de los virales.....	133
4.3. Elementos narrativos.....	134
4.4. Recursos audiovisuales más utilizados.....	135
4.5. Interacción con los usuarios.....	136

<b>10. Juegos de rol multijugador masivos: la importancia de los personajes en el aprendizaje colaborativo .....</b>	<b>139</b>
<i>Ruth S. Contreras Espinosa</i> <i>(Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña -España-)</i>	
1. Introducción .....	139
2. MMORPGs y sus características .....	140
2.1 <i>Selecciona tu personaje y (re) construye tu identidad</i> .....	141
3. Aprendizaje en un MMORPG .....	142
3.1 <i>Aprendizaje colaborativo en MMORPGs</i> .....	143
4. La importancia de los personajes .....	144
4.1 <i>Los roles adoptados</i> .....	145
4.2 <i>Sugerencias para lograr un aprendizaje colaborativo utilizando un MMORPG</i> .....	146
<b>11. Los candidatos a las primarias del PSOE en Facebook. Análisis de los contenidos compartidos e interacción .....</b>	<b>153</b>
<i>Carmen Cristófol Rodríguez (U. de Málaga -España-)</i> <i>Francisco Javier Paniagua Rojano (U. de Málaga -España-)</i>	
1. Introducción .....	153
1.1 <i>Antecedentes</i> .....	155
2. Metodología .....	158
3. Resultados. El contenido importa .....	159
4. Conclusiones .....	161
<b>12. Influencia de los social media en la gestión de la reputación corporativa ..</b>	<b>165</b>
<i>Laura Chacón García (U. Autónoma de Barcelona -España-)</i> <i>Ana María Enrique Jiménez (U. Autónoma de Barcelona -España-)</i>	
1. Marco teórico .....	165
1.1 <i>Los social media y las redes sociales</i> .....	165
1.2 <i>Mentalidad 2.0 de las organizaciones</i> .....	166
1.3 <i>Gestión de la reputación corporativa y los Social Media</i> .....	167
1.4 <i>El Rol del Community Manager en la gestión de la reputación corporativa online</i> .....	168
2. Metodología .....	169
3. Resultados .....	170
4. Conclusiones .....	172
<b>13. Herramientas de marketing móvil .....</b>	<b>177</b>
<i>Mencia de Garcillán López-Rúa</i> <i>(Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. Introducción .....	177
2. Aplicaciones móviles .....	178
3. Portales móviles y web apps .....	179
4. Advergaming .....	180
5. Concursos, sorteos y promociones vía SMS o MMS .....	181
6. Cupones/cuponing móvil .....	182
7. Bluetooth y NFC .....	183
8. Conclusión .....	184

<b>14. Infraestructura docente para el aprendizaje basado en proyectos en el ámbito de la Ingeniería del Software .....</b>	<b>187</b>
<i>Isabel María del Águila Cano (Universidad de Almería -España-)</i> <i>José Andrés Moreno Ruiz (Universidad de Almería -España-)</i> <i>José Rafael García Lázaro (Universidad de Almería -España-)</i> <i>José Joaquín Cañadas Martínez (Universidad de Almería -España-)</i>	
1. Introducción .....	187
2. Aprendizaje basado en proyectos .....	188
3. Contexto académico .....	189
3.1 <i>Asignaturas involucradas en la experiencia docente</i> .....	190
3.2 <i>Selección de proyectos</i> .....	191
3.3 <i>Plan de aprendizaje</i> .....	193
3.4 <i>Selección de tecnologías de desarrollo</i> .....	193
4. Infraestructura docente para el aprendizaje basado en proyectos .....	194
5. Evaluación de la experiencia .....	195
6. Conclusiones .....	199
<b>15. Felicidad y narcisismo en Facebook .....</b>	<b>201</b>
<i>Luis Deltell (U. Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. A modo de proemio, los estudios Big Data: dudas y aciertos .....	201
2. Estudios sobre felicidad en redes sociales .....	203
3. Narcisismo y la paradoja de la amistad .....	206
4. Las redes sociales y la teoría de la tercera persona .....	208
5. Conclusiones .....	208
<b>16. McLuhan revisado .....</b>	<b>211</b>
<i>Montserrat Doval Avendaño (Universidad de Vigo -España-)</i> <i>Susana Domínguez Quintas (Universidad de Vigo -España-)</i>	
1. Comunicación y cultura .....	212
2. El medio es el mensaje .....	214
3. La comunicación post industrial .....	215
4. Sobreabundancia de información .....	217
<b>17. La interacción entre Redes sociales y medios de comunicación: el caso de la radio en España .....</b>	<b>221</b>
<i>Joan Francesc Fondevila Gascón</i> <i>(Universitat Abat Oliba-CEU de Barcelona -España-)</i> <i>Carles Lamelo Varela</i> <i>(Universitat Abat Oliba-CEU de Barcelona -España-)</i> <i>Josep Lluís del Olmo Arriaga</i> <i>(Universitat Abat Oliba-CEU de Barcelona -España-)</i>	
1. Impacto de las redes sociales en los contenidos radiofónicos .....	221
2. Twitter en la radio española: más métrica .....	222
3. Metodología .....	223
4. Resultados .....	224
5. Conclusiones .....	228

<b>18. La comunicación organizacional a través de las redes sociales: Los gabinetes de comunicación on line en los países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) .....</b>	<b>231</b>
<i>Berta García Orsua (Universidad de Santiago de Compostela -España-)</i>	
<i>Santiago Gallur Santorum (Universidad Autónoma de Ciudad Juárez -México-)</i>	
1. Introducción .....	231
2. Metodología .....	234
3. Análisis de resultados .....	235
<b>19. Plataformas virtuales y Wikipedia: experiencias en la gestión del aprendizaje del Derecho del Trabajo .....</b>	<b>241</b>
<i>M<sup>a</sup> Ascensión García Trascasas (U. de Salamanca -España-)</i>	
1. Consideraciones previas .....	241
2. El uso de T.I.I.C.C. en la docencia del Derecho del Trabajo .....	243
2.1 De un modelo transmisivo a otro de transición .....	243
2.2 Elementos a tener en cuenta para la selección de recursos docentes .....	244
2.3 Studium y otros recursos .....	244
3. La construcción de Wikipedia como instrumento didáctico para la enseñanza-aprendizaje del Derecho del Trabajo y de la Seguridad Social .....	248
3.1 Presentación del proyecto .....	248
3.2 Síntesis de sus fases de desarrollo .....	249
3.3 Luces y sombras de la experiencia .....	250
<b>20. La Web 2.0 en la docencia de Relaciones Públicas en España .....</b>	<b>253</b>
<i>Francisco Javier Godoy Martín (Universidad de Málaga -España-)</i>	
1. Consolidación de la Web 2.0 .....	253
2. El Community Manager en las RR.PP. ....	254
3. La Web 2.0 como recurso educativo .....	256
4. Metodología .....	257
5. Resultados .....	257
6. Conclusiones .....	259
<b>21. Participación de la audiencia a través de las redes sociales en las series de televisión: análisis de los casos de El Príncipe y Galerías Velvet en Facebook .....</b>	<b>263</b>
<i>Leire Gómez Rubio (U. de Valladolid -España-)</i>	
<i>Nereida López Vidales (U. de Valladolid -España-)</i>	
1. Introducción. Televisión y redes sociales .....	263
2. Objetivos y plan de trabajo .....	266
3. El Príncipe y Galerías Velvet: dos éxitos de audiencia multipantalla .....	266
3.1 De la audiencia en televisión a la audiencia social .....	268
3.2 Participación de la audiencia de El Príncipe y Galerías Velvet a través de Facebook .....	269
3.3 Modalidades de participación .....	271
4. A modo de conclusión .....	272

<b>22. Radiografía por Comunidades Autónomas de la blogosfera de los jóvenes universitarios españoles .....</b>	<b>275</b>
<i>Patricia González Aldea (Universidad Carlos III de Madrid -España-)</i>	
1. Los blogs en el contexto del ocio digital juvenil .....	275
2. Los jóvenes universitarios como consumidores y creadores de blogs .....	276
3. Diferencias de hábitos de consumo: comunidades más y menos blogueras ...	278
4. Temáticas preferidas por los jóvenes .....	280
5. La blogosfera actual vista por los jóvenes universitarios .....	283
<b>23. Web 2.0, elementos del Social Media y Desarrollo de la Marca .....</b>	<b>289</b>
<i>Joaquín González García (Universidad Politécnica de Valencia -España-)</i>	
1. Aspectos básicos y elementos constitutivos del Desarrollo de la Marca .....	289
2. Web 2.0 y elementos del Social Media en el Desarrollo de la Marca .....	292
3. Desarrollo de la Marca, personalidad e imagen corporativa .....	294
4. Desarrollo de la Marca Personal: imagen y reputación personal online .....	296
<b>24. Economía y Web 2.0: Aprendizaje de Finanzas mediante redes sociales en un entorno virtual .....</b>	<b>301</b>
<i>Pilar Grau Carles (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
<i>Luis Miguel Doncel Pedrera (U. Rey Juan Carlos -España-)</i>	
1. Introducción .....	301
2. Diseño de la actividad .....	302
3. Características de la plataforma .....	304
4. Desarrollo de la actividad .....	306
5. Resultados .....	308
<b>25. Using Virtual Worlds to Create Enhanced Learning Environments .....</b>	<b>313</b>
<i>David Griol Barres (Universidad Carlos III -España-)</i>	
<i>Araceli Sanchís de Miguel (Universidad Carlos III -España-)</i>	
1. Introduction .....	313
2. State of the Art .....	315
3. Teaching and Learning in Second Life .....	316
4. Our Proposal to develop learning environments in Virtual Worlds .....	318
4.1 Stoodle activities .....	318
4.2 Conversational metabots .....	319
4.3 Manageable learning objects .....	319
5. Evaluation of the Experience .....	320
6. Conclusions and future work .....	323
<b>26. Exclusivas y redes sociales en la prensa española: una relación disfuncional .....</b>	<b>327</b>
<i>Marcos Lamelas López (U. Pompeu Fabra -España-)</i>	
1. Introducción: redes sociales y exclusivas .....	327
2. Marco teórico: la agenda setting se resiste a morir .....	329
3. Metodología, en busca de las tres dimensiones .....	330
4. Resultados: Facebook es el rey .....	336

**27. Retórica publicitaria 2.0 y representación audiovisual de la solidaridad en el contexto digital ..... 341**  
*Rafael Marfil-Carmona (Universidad de Granada -España-)*

1. Representación y discurso solidario..... 341  
 1.1 Origen testimonial..... 343  
 1.2 Ciberretórica publicitaria y conversación institucional ..... 345  
 2. Promoción y difusión de las ONG ..... 346  
 2.1 La eficacia necesaria ..... 346  
 2.2 Profesionalización del sector ..... 346  
 3. Análisis de la imagen y contenidos institucionales ..... 347  
 3.1 Amnistía Internacional..... 347  
 3.2 Oxfam Intermón..... 348

**28. Pago por contenidos informativos en Internet**  
**Análisis comparativo entre estudiantes de ciencias y futuros periodistas.. 353**  
*Carmen Marta Lazo (Universidad de Zaragoza -España-)*  
*Ana Segura Anaya (Universidad de Zaragoza -España-)*

1. Objetivo ..... 353  
 2. Medios de comunicación, empresas informativas ..... 354  
 2.1 Estrategias de negocio: los muros de pago ..... 355  
 3. Pago por contenidos informativos ..... 357  
 3.1 Muestra y trabajo de campo ..... 357  
 3.2 Resultados ..... 358  
 4. Conclusiones ..... 361

**29. Las pymes biotecnológicas y la ciudadanía. Un ecosistema por construir ..... 365**

*Estrella Martínez-Rodrigo (Universidad Granada -España-)*  
*M. Luisa García-Hernández (Universidad Málaga -España-)*  
 1. Introducción ..... 365  
 2. Objeto y metodología..... 367  
 3. Resultados..... 369  
 3.1 Tipo de empresa ..... 369  
 3.2 Comunicación ..... 369  
 4. Comentario de resultados ..... 371

**30. Intoxicación en redes sociales. Una propuesta de clasificación de técnicas de astroturfing..... 377**  
*Xabier Martínez-Rolán (Universidade de Vigo -España-)*

1. Introducción ..... 377  
 2. Definición ..... 377  
 3. ¿Por qué se dan estas prácticas? ..... 378  
 4. Técnicas y tácticas de astroturfing ..... 379  
 4.1 Edición tendenciosa de la información en Wikipedia ..... 380  
 4.2 Compraventa de falsos testimonios ..... 381  
 4.3 Creación y/o venta masiva de cuentas falsas en redes sociales ..... 382  
 4.4 Creación de blogs falsos..... 384  
 4.5 Falsificación de tráfico web y posicionamiento en buscadores ..... 385  
 4.6 Front organizations / Front Groups..... 386  
 4.7 Otras prácticas ..... 387  
 5. Conclusiones ..... 387

**31. Navegando no oceano de dados: a forma rizomática e lógica indutiva do Big Data..... 391**  
*André Martins Brandão*  
*(Pontifícia Universidade Católica de São Paulo -Brasil-)*  
*Márcio Pugliesi (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo -Brasil-)*

1. Big Data: navegando na multiplicidade de dados. .... 392  
 2. Rizoma: uma organização em oposição à arborescência. .... 393  
 3. Lógica Indutiva: velocidade, reconhecimento de padrões e previsibilidade.... 396

**32. Hacia un nuevo modelo de uso de Moodle para la comunidad universitaria..... 401**

*Rosana Montes (Universidad de Granada -España-)*  
*Ignacio Blanco (Universidad de Granada -España-)*  
*Eliás Melchor (Universidad de Granada -España-)*  
*Natalia Padilla (Universidad de Granada -España-)*  
*Patricia Paderewski (Universidad de Granada -España-)*  
*Miguel J. Hornos (Universidad de Granada -España-)*  
*Pedro Ureña (Universidad de Granada -España-)*  
 1. Introducción ..... 401  
 2. Sistemas de apoyo a la enseñanza universitaria en la UGR..... 402  
 2.1 PRADO ..... 402  
 2.1.1 Tablón de Docencia..... 402  
 2.1.2 SWAD..... 403  
 2.1.3 Campus Virtual..... 403  
 2.2 Plataformas no institucionales ..... 404  
 2.3 Otros recursos web utilizados por el profesorado ..... 404  
 3. La iniciativa PRADO2..... 404  
 3.1 Objetivos ..... 406  
 3.2 Planificación ..... 406  
 3.3 Actividades ..... 406  
 3.4 Formación ..... 407  
 4. Conclusiones y retos futuros..... 410  
 Agradecimientos ..... 411

**33. La irrupción de las redes sociales en la producción y en el consumo televisivo. Una nueva cadena de valor** ..... 413  
*Julián Nieto Redrujo (Universidad Nebrija -España-)*

1. Las redes sociales como fuente de información	413
2. La deconstrucción textual de la información	414
3. Twitter y su interacción con la televisión	415
4. Las redes sociales y los profesionales de la información	418
5. Herramientas de monitorización de Twitter	419
6. Envía tu pregunta para Mariano Rajoy	421
7. #FelipeVIReyA3	423
8. Las redes sociales como puerta de entrada a las noticias	423

**34. Publicidad y Geolocalización** ..... 429  
*José Ignacio Niño González (Universidad Complutense de Madrid -España-)*

1. ¿Qué es la geolocalización?	430
2. El perfil del nuevo consumidor tecnológico	431
3. El fenómeno "SoLoMo"	432
4. Los usos publicitarios de la geolocalización	436
5. Los límites de la geolocalización	436

**35. Relación ciencia-sociedad: evolución terminológica** ..... 439  
*María Dolores Olvera Lobo*

*Unidad Asociada Grupo SCImago, Madrid.  
(Departamento de Información y Comunicación.  
Universidad de Granada.-Spain-)  
Lourdes López-Pérez  
(Departamento de Información y Comunicación. Universidad de Granada.-Spain-)*

1. Introducción	439
2. Contextualización: antecedentes	440
3. Alfabetización científica: el valor del conocimiento de la ciencia	441
4. Comprensión pública de la ciencia: la importancia de la actitud del público	442
5. Ciencia y sociedad: diálogo y comunicación pública de la ciencia	444
6. La Web 2.0 y el auge del concepto de <i>public engagement</i>	446
7. La relación entre la ciencia y la sociedad a través de la evolución terminológica. El caso de España	446
8. Comunicación pública de la ciencia: hacia una propuesta integradora	447
9. Conclusiones	448

**36. El mito de la conversación con el medio: el caso de Facebook** ..... 453  
*Bella Palomo (Universidad de Málaga -España-)  
Koldobika Meso Ayerdi (Universidad del País Vasco -España-)*

1. Introducción a la facebookmanía	453
1.1 <i>La academia da la espalda a Facebook</i>	454
1.1.1 La calidad de las intervenciones	455
2. Promoción de sus funciones	456
2.1 <i>Los riesgos de la colaboración</i>	456
3. Objetivos y metodología	457
4. Resultados	457
4.1 <i>Datos generales</i>	457
4.2 <i>Las entradas gustan</i>	458
4.3 <i>La utopía del diálogo con la audiencia</i>	459
4.4 <i>Estrategias para generar participación</i>	462
5. Conclusiones	466

**37. El proyecto fotográfico creativo: aprendizaje cooperativo y participativo en el marco universitario** ..... 469  
*Gema Pastor Andrés (U. Rey Juan Carlos -España-)  
Diana Fernández Romero (U. Rey Juan Carlos -España-)*

1. Introducción	469
2. Aprendizaje interactivo y cooperativo	470
3. La experiencia de estos años en el taller de fotografía creativa	472
3.1 <i>Estructura y desarrollo</i>	473
4. Los temas y los artistas	473
5. El taller y los proyectos fotográficos de los alumnos	475
6. Difusión y transferencia del aprendizaje	477

**38. Narración audiovisual: microrrelatos y estructura transmedia** ..... 481  
*Vicente Peña Timón (Universidad de Málaga -España-)  
Sebastián Mañas Valle (Universidad de Málaga -España-)*

1. Acerca del minicuento y el cuento	481
2. Estructura narrativa del microrrelato en el anuncio televisivo	483
3. Prosumidor y cooperación transmedia	486

**39. La incidencia de Internet en las campañas electorales** ..... 491  
*Jesús Ángel Pérez Dasilva (Universidad del País Vasco -España-)  
Iñigo Marauri Castillo (Universidad del País Vasco -España-)*

1. El desapego hacia la política y hacia los políticos	491
2. Internet como herramienta para las campañas electorales	493
2.1 <i>Internet y política: normalización vs innovación</i>	494

**40. Caracterización e influencia de la tecnología de acceso a una plataforma virtual en el proceso formativo. Estudio mediante análisis del aprendizaje .....501**

*Francisco Javier Pérez de la Cruz (Universidad Politécnica de Cartagena)*  
*María Silva Pérez (Universidad Politécnica de Cartagena)*

1. Introducción.....	501
2. El uso de tecnologías móviles en el marco educativo.....	502
2.1 Generalización del uso del teléfono móvil.....	502
2.2 Dispositivos móviles y acceso a internet.....	502
2.3 El uso de la tecnología móvil como herramienta en la educación universitaria.....	504
3. ¿Qué es el análisis del aprendizaje?.....	505
4. Experiencia en la UPCT.....	507
4.1 Datos generales del Aula Virtual de la UPCT.....	508
4.2 Datos sobre accesos al Aula Virtual mediante dispositivos móviles.....	508
5. Conclusiones y propuestas.....	511

**41. Twitter y Retórica: el ethos como recurso persuasivo en el caso de Pablo Iglesias (Podemos) .....513**

*Pedro Luis Pérez Díaz (UCAM -España-)*  
*Helena Martínez Martínez (UCAM -España-)*  
*Beatriz Correjero Ruiz (UCAM -España-)*

1. La retórica digital: ethos y credibilidad en línea.....	513
2. El ethos en la construcción de la imagen del líder político.....	515
3. Twitter y retórica.....	516
4. Metodología.....	518
5. Discusión de resultados.....	520
5.1 Ethos nuclear.....	520
5.2 Ethos formal.....	521
6. Conclusiones.....	522

**42. Periodismo de opinión y Social Media: propuestas para el aprendizaje . 525**

*Mª José Pou Amérigo (Universidad Cardenal Herrera-CEU -España-)*

1. La oportunidad del aprendizaje informal.....	525
2. Social Media, un entorno motivador.....	526
3. La opinión, una red de autores y lectores.....	526
4. Oportunidades de aprendizaje informal para la enseñanza del periodismo de opinión.....	527
4.1 Creación de un blog (portfolio del alumno).....	528
4.2 Participación e intercambio de roles.....	529
4.2.1 Blogs de blogs.....	530
4.2.2 Evaluación inter pares.....	530
4.3 Uso de Facebook.....	531
4.4 Perspectivas de futuro.....	533

**43. El WhatsApp como instrumento de comunicación entre las familias.**

**Una investigación cualitativa ..... 535**

*Antonia Ramírez-García (Universidad de Córdoba -España-)*

1. Los medios de comunicación, el teléfono móvil y el WhatsApp.....	535
2. La comunicación entre las familias y la escuela.....	537
3. El uso de WhatsApp entre las familias de un grupo de alumnos y alumnas cordobeses.....	539
3.1 Metodología del estudio.....	539
3.2 Resultados del estudio.....	539

**44. Las audioteclas digitales de la radio española en Internet..... 547**

*Fátima Ramos del Cano (Universitat Jaume I de Castellón -España-)*

1. Introducción.....	547
2. Objetivos y Metodología.....	548
3. Resultados.....	549
3.1. Aspectos generales y contenidos.....	549
3.1.1. Denominación.....	549
3.1.2. Ubicación del acceso en la web.....	549
3.1.3. Cobertura Temporal.....	550
3.1.4. Otros servicios que comprende.....	550
3.2. Sistemas de consulta.....	551
3.2.1. Operadores de consulta.....	551
3.2.2. Frase literal.....	551
3.2.3. Acotación temporal.....	551
3.2.4. Acotación en colecciones.....	552
3.2.5. Acotación en campos determinados.....	552
3.2.6. Acotación en formatos.....	552
3.3. Presentación de los resultados.....	552
3.3.1. Gestión de listas de resultados.....	552
3.3.2. Agrupación por categorías.....	552
3.3.3. Identificación de los términos de búsqueda.....	553
3.3.4. Presentación de documentos relacionados.....	553
3.3.5. Gestión de los resultados.....	553

**45. Diplomacia religiosa y redes sociales ..... 559**

*Amanda Rodríguez Espinola*  
*(University of Southern California -Estados Unidos-)*

1. Religión y nuevos medios.....	559
2. Diplomacia Religiosa.....	561
3. La Iglesia Católica.....	563
4. Budismo Tibetano.....	565
5. Conclusiones.....	566

<b>46. ¿Persisten las actitudes sexistas en los estudiantes universitarios? ¿Cómo se reflejan en el uso de las redes sociales? .....</b>	<b>569</b>
<i>Ana María Rosser Limiñana (U. de Alicante -España-)</i>	
<i>Raquel Suriá Martínez (U. de Alicante -España-)</i>	
1. Introducción .....	569
2. Método .....	572
2.1. Participantes .....	572
2.2. Instrumentos .....	572
2.3. Procedimiento .....	573
3. Resultados .....	573
3.1. Consideración de determinadas conductas en una relación de pareja como violencia de género. ....	573
3.2. Comportamiento en las redes sociales .....	574
3.3. Comportamientos sexistas/maltratantes sufridos en las relaciones de pareja .....	575
3.4. Comportamientos sexistas/maltratantes realizados en las relaciones de pareja .....	576
<b>47. De la televisión tradicional a la televisión móvil .....</b>	<b>581</b>
<i>Soledad Ruano López (Universidad de Extremadura -España-)</i>	
<i>Proyecto financiado por Gobierno de Extremadura y Fondos Feder.</i>	
1. Nuevas plataformas y nuevos negocios para los contenidos audiovisuales .....	582
2. De la televisión tradicional a la televisión móvil .....	583
3. La televisión en Internet .....	586
4. Los contenidos audiovisuales se adaptan a los diferentes soportes .....	587
5. Contenidos de la comunicación móvil: información, videojuegos, programas .....	588
<b>48. El coaching como técnica para la adquisición de competencias profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación .....</b>	<b>591</b>
<i>María-Jesús Ruiz-Muñoz (Universidad de Málaga-Andalucía Tech -España-)</i>	
<i>Isabel Ruiz-Mora (Universidad de Málaga-Andalucía Tech -España-)</i>	
<i>Silvia Olmedo-Salar (Universidad de Málaga-Andalucía Tech -España-)</i>	
1. Introducción .....	591
2. El Coaching como técnica para la motivación del alumnado y la adquisición de competencias profesionales .....	593
3. Metodología .....	595
4. Resultados .....	596
4.1. Dirección y gestión de empresas audiovisuales: el PBL como metodología para el coaching .....	596
4.2. Guión especializado: el coaching con la participación de profesionales procedentes del entorno empresarial .....	597
5. Conclusiones .....	599

<b>49. Las redes sociales en las televisiones en España y en las cadenas de habla hispana en Estados Unidos .....</b>	<b>603</b>
<i>Carmen Salgado Santamaría (Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. Introducción .....	603
2. Metodología .....	606
3. Las redes sociales en las televisiones en España .....	606
3.1. RTVE en las redes sociales .....	606
3.2. Antena 3 TV en las redes sociales .....	607
3.3. Tele 5 en las redes sociales .....	608
4. Las redes sociales en las televisiones de habla hispana de Estados Unidos .....	609
4.1. Telemundo en las redes sociales .....	609
4.2. Univisión en las redes sociales .....	610
5. Análisis comparativo entre las cadenas de televisión y las redes sociales .....	610
6. Conclusiones .....	612
<b>50. Aulas virtuales de aprendizaje: Propuesta para su uso como herramienta pedagógica y colaborativa .....</b>	<b>615</b>
<i>Clara Janneth Santos Martínez (U. Autónoma de Bucaramanga - Colombia-)</i>	
<i>David Caldevilla Domínguez (U. Complutense de Madrid -España-)</i>	
1. Introducción .....	615
2. La construcción del AVA como un ámbito de trabajo .....	617
2.1. Definición de la tecnología empleable: ¿Por qué las plataformas tecnológicas? .....	618
2.2. Definición del modelo de diseño instruccional .....	619
2.2.1 El modelo ASSURE o AESURE. Caso práctico .....	621
2.3. Las herramientas de comunicación y/o colaboración .....	624
<b>51. A Percepção e Construção do Valor da Marca através das Plataformas de Social Media - Estudo de Caso: a Marca Dolce Vita .....</b>	<b>629</b>
<i>Lúcia Santos Pinheiro (Instituto Superior das Novas Profissões - Portugal-)</i>	
<i>Nuno Goulart Brandão (Instituto Superior das Novas Profissões - Portugal-)</i>	
1. Introdução .....	629
2. A Mudança nos Media e o Poder da Comunicação .....	629
3. As marcas no mundo digital .....	630
4. Metodologia .....	631
5. Principais Resultados do Estudo de Caso .....	634
6. Conclusões do Estudo de Caso .....	639
<b>52. Acción museística glocal en clave 2.0 .....</b>	<b>643</b>
<i>Angeles Saura Pérez (Universidad Autónoma de Madrid -España-)</i>	
1. Proyecto Museos enREDados: Museo de Jaén (España), Imagen y Sonido de Campinas (Brasil), Erolí de Narni (Italia) y Artes y tradiciones populares de Madrid (España) .....	643

**53. El aprendizaje colaborativo en la enseñanza del español como LE/L2 a través del empleo de las redes sociales..... 655**

*María Simarro Vázquez (Universidad de Burgos -España-)*  
*Ana María Aguilar López (Universidad de Burgos -España-)*

1. Breve recorrido histórico por la metodología de la enseñanza de lenguas extranjeras o segundas lenguas.....	655
1.1. <i>La enseñanza de lenguas hasta el siglo XX</i> .....	655
1.2. <i>De los métodos estructuralistas al enfoque por tareas</i> .....	656
1.3. <i>Los enfoques postcomunicativos</i> .....	657
2. El aprendizaje colaborativo.....	658
3. Las redes sociales en el ámbito educativo.....	660
3.1. <i>La Web 2.0</i> .....	660
3.2. <i>Twitter, Facebook y Wordpress</i> .....	661
3.2.1. <i>Twitter</i> .....	662
3.2.2. <i>Facebook</i> .....	662
3.2.3. <i>Wordpress</i> .....	662
4. Las redes sociales y el aprendizaje colaborativo.....	663
5. Proyecto de AC a través de las redes sociales en el aula de español L2.....	664

**54. La madurez de la publicidad viral ..... 667**

*Silvia Sivera Bello (U. Oberta de Catalunya -España-)*

1. Caso cero.....	667
2. Diagnósis teórica.....	670
3. Determinantes creativos de la viralidad.....	674
4. Resultados del estudio.....	675

**55. Juventude universitária em rede e o dinâmico ciberespço de aprendizagem..... 681**

*Denise Maria Soares Lima (Universidade Católica de Brasília -Brasil-)*

1. Introdução.....	681
2. Metodología e perfil dos sujeitos da pesquisa.....	682
3. O uso da internet nas relações e processos de aprendizagem.....	683
4. Ciberespço dinâmico de aprendizagem: o que se deduz dos dados.....	685
5. Considerações finais.....	688

**56. Museos e Interactividad. El Caso Malagueño .....691**

*Ana Soler Humanes (Universidad de Málaga - España-)*

1. Una Nueva Museología para un nuevo público.....	691
1.1 <i>La comunicación llega al museo</i> .....	692
1.2 <i>La comunicación con los visitantes. Didáctica e interactividad</i> .....	694
1.2.1 En busca de la experiencia perfecta.....	695
1.3 <i>La comunicación externa en los museos y centros de arte malagueños</i> .....	697

**57. Web 2.0 y enseñanza superior ..... 703**

*Evelina Zurita Márquez (Universidad de Málaga -España-)*  
*Francisco Manuel Llorente Marín (Universidad de Málaga -España-)*

1. Algunas utilidades de la web 2.0.....	703
2. A modo de ejemplo.....	705
3. A propósito del ejemplo que presentamos.....	707
4. Algunos documentos que aparecen como enlaces.....	708
4.1 <i>Cuestionario sobre el documental "La ciencia de los sexos"</i> .....	708
4.2 <i>Guía didáctica comprensiva y reflexiva del visionado del documental "La ciencia de los sexos"</i> .....	709
4.3 <i>Preguntas sobre el documento</i> .....	710
4.4 <i>Reflexiones sobre su aplicabilidad en Trabajo Social / Criminología / Estudios de Asia Oriental (Corea)</i> .....	711

- GALINDO, J. (1998). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: ed. Pearson.
- GLUSBERG, J. (1980). *Cool Museums and Hot Museums. Towards a Museological Criticism*. Buenos Aires: Center of Art and Communications.
- HERNÁNDEZ, F. (1998). *El Museo como Espacio de Comunicación*. Gijón: Trea.
- HOOPER-GREENHILL, E. (1998). *Los museos y sus visitantes*. Gijón: Trea.
- KOTLER, N - KOTLER P. (2001). *Estrategias y Marketing de Museos*, Barcelona: Ariel.
- LORD, B. - LORD, G.D. (2010). *Manual de Gestión de Museos*, Barcelona: Ariel.
- PÉREZ-JOFRE, T. (2006). *La comunicación en los museos de arte: de la crítica de arte al marketing*. El caso del Museo Thyssen-Bornemisza. Recuperado el 25 de febrero de 2011, de: www.educathyssen.org/.
- PÉREZ-JOFRE, T. (2008). *La Comunicación en los Museos de Arte: de la Crítica del Arte al Marketing*. El Caso del Museo Thyssen- Bornemisza. en Curso Comunicación y Museos en el Siglo XXI, 19 septiembre, Cádiz: Universidad de Cádiz.
- REGIL, L. (2006). *Museos Virtuales: entornos para el arte y la interactividad*, en Revista Digital Universitaria, 7(9).
- RODA, C. (2010). DE 1.0 A 2.0: *El Viaje de los Museos a la Comunicación Social*, en Revista de los Museos de Andalucía, 12, 22.
- RODRÍGUEZ, J.P. (2010). *La comunicación del museo con la ciudad a través de la arquitectura. Cómo integra a la población local y a los visitantes a través de los espacios que ocupa*, en Revista de los Museos de Andalucía, (12), 42.
- RUIZ, J. (1998). *Cómo Elaborar Un Proyecto De Investigación Social*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- UNESCO (1980). *Un solo mundo, voces múltiples. Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la comunicación*. París: Unesco y México: FCE.
- VIÑARAS, M. (2009). *Departamentos de Comunicación en Museos: La Planificación Estratégica de la Comunicación en Instituciones Artísticas y Culturales*, en Global Media Journal Edición Iberoamericana, 6(11), 36-54
- WIMMER, R. Y DOMINICK, J.R. (2001). *Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación*. México: International Thomson Editores, S.A.

## Web 2.0 y enseñanza superior

Evelina Zurita Márquez (Universidad de Málaga -España-)  
Francisco Manuel Llorente Marín (Universidad de Málaga -España-)

Hoy han aparecido nuevos entornos de aprendizaje en los que la enseñanza formal y no formal se ven abocadas a incardinarse. Ya no es asunto de debate la utilidad y uso de las nuevas tecnologías en el ámbito de la enseñanza, sin embargo, sí se hace necesaria la reflexión y experimentación sobre cuándo, cómo, para qué y con qué posibilidades se pueden lograr unos objetivos u otros.

En este texto presentamos un caso práctico llevado a cabo en la universidad de Málaga a través de la web 2.0.

### 1. Algunas utilidades de la web 2.0

Web 2.0 posibilita no sólo ser usuarios del conocimiento proporcionado de un modo unidireccional, sino participar en la construcción del conocimiento mismo sin necesidad de ser experto. Giddens establecía la fragmentación del espacio y tiempo y el desenclave y desanclaje como dos de las características de la modernidad. Este desenclave y desenclaje desemboca frecuentemente en la confianza en sistemas expertos y especialistas que emplean conocimientos técnicos con validez pretendidamente universal y al margen de quienes lo practican y lo usan (Giddens, 1997: 31). Ha aparecido un nuevo entorno ecológico-tecnológico (Adell, 2013) con unas posibilidades insospechadas hace unas décadas. Uno de los enfoques de aprendizaje desde las nuevas tecnologías propone lo que se ha venido a llamar Entorno Personal de Aprendizaje (Adell, 2011).

Si bien el Entorno Personal de Aprendizaje puede llevarse a ámbitos no formales, nuestra propuesta se centra en el ámbito formal de enseñanza, concretamente en el académico-universitario. La interacción e interactividad potencia competencias y actitudes más activas y participativas en la tarea académica, tanto por parte de docentes como de alumnado.

Hoy ya no es asunto de debate la utilización o no de las TT.II.CC. (Tecnologías de la Información y la Comunicación) y las TAC (Tecnologías para el Aprendizaje y el Conocimiento). No cabe duda de cómo las TT.II.CC. y las TAC pueden favorecer y potenciar, tanto en docentes como en alumnado, la construcción del conocimiento entre ambos y constituir entornos de aprendizaje más flexibles. Ahora bien, sí es un reto cuándo, dónde y cómo pueden ser utilizadas con vistas a una mayor efectividad en el cumplimiento de los objetivos y en la constitución de vínculos más cooperativos y comunitarios.

El uso de una herramienta compleja y útil como la web 2.0 no garantiza la consecución de objetivos por el mero uso, sino que docentes y alumnado

nos encontramos ante una responsabilidad académica y social. Esta responsabilidad quizá deba fijar la atención fundamentalmente en que el modo como se 'construyen' los aprendizajes y conocimientos contribuyen sobremedida a constituir espacios mentales y esquemas culturales. Los esquemas culturales son básicamente estructuras cognitivas (García García, 2000: 96) 'en' y 'a través' de las cuales los seres humanos configuran sus cosmovisiones.

Para nuestra Área de Antropología Social, en la tarea educativa, son fundamentales el desarrollo de capacidades cognitivas como el razonamiento y la reflexión, capacidades deliberativas como dirimir, discernir, diagnosticar, argumentar y capacidades de toma de decisiones.

En esta propuesta presentamos, como ejemplo, un documento para utilizar en las sesiones de clase de nuestra disciplina. Y más concretamente, el correspondiente a un apartado del Bloque temático "Antropología y Género". Este documento está diseñado también para ser colgado en la Plataforma Moodle e interactuar docentes y alumnado desde dicha Plataforma.

Esta presentación tiene las limitaciones del formato escrito para un documento digital interactivo. Sin embargo, creemos que aún con estas limitaciones puede mostrarse nuestra humilde propuesta de cómo la 2.0 puede establecer cauces que posibiliten la reflexión y el consenso, así como procesos educativos y de aprendizaje dentro y fuera del aula que favorezcan el flujo, la interacción e interactividad de la información y el conocimiento.

Presentamos sólo algunos rotafolios del documento preparado para PDI (Pizarra Digital) en cualquiera de sus formatos (Prometheam, Smart, Hitachi). Nos resistimos a convertir el formato digital en un texto escrito con imágenes al que el alumnado puede acceder (este y otros eran más bien los objetivos de la web 1.0). Nuestra disciplina exige adentrarse en la lectura crítica y reflexiva de fuentes, por ello, nuestro formato atiende a poco texto, pocas imágenes, pero sugerentes, y que den pie pedagógicamente a la llamada de atención. Así como enlaces que conecten con los textos y documentos directamente, cuando sea posible, y con Guías Didácticas y actividades interactivas y no interactivas.

Fijamos la atención, por la falta de espacio, en una de las páginas que presentamos y, a modo de ejemplo, proponemos materiales elaborados desde el Área de Antropología de la Universidad de Málaga para dicha página, a modo de ejemplo. Los documentos a los que se refieren dichos materiales no podemos incluirlos aquí, pero aparecen las referencias.

Las PDI permiten no sólo presentar documentos y materiales elaborados previamente, sino que posibilitan guardar lo que se vaya escribiendo, anotando, señalando... en el documento en uso. Se puede guardar, imprimir, enviar por correo electrónico, exportar a otro formato,... lo que nos ofrece grandes posibilidades dentro y fuera de las sesiones en el aula. Además, en el Área iniciamos incursiones de estos y otros documentos fuera del propio espacio del Grado en el que impartimos clase y pretendemos conexionalo con otros Grados, especialidades e, incluso, llevarlo fuera del espacio académico.

## 2. A modo de ejemplo

# SEXO, GÉNERO Y CULTURA

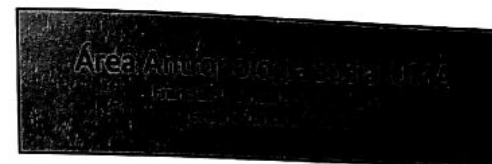


Figura 1. Portada

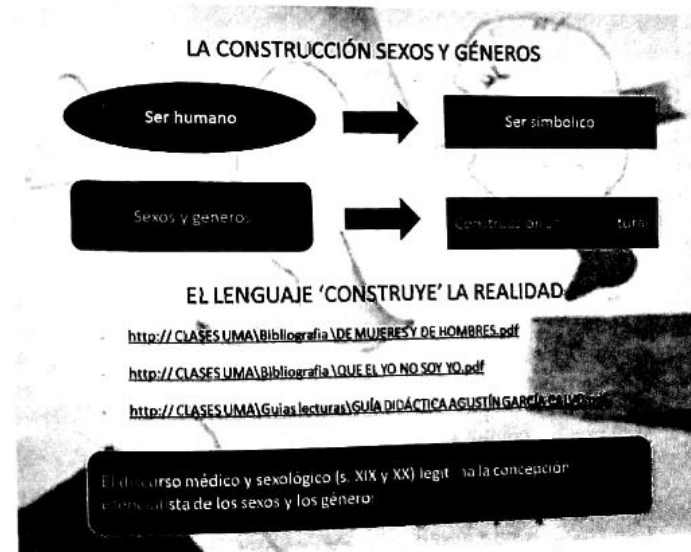


Figura 2. Construcción de los sexos y los géneros

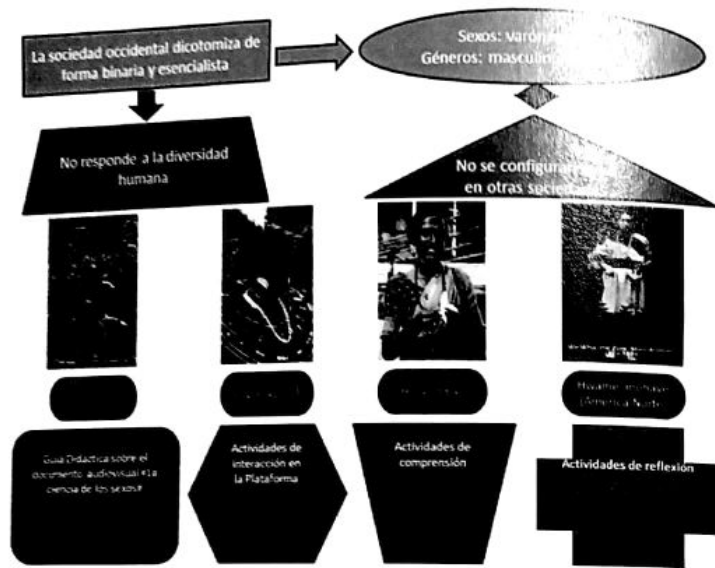


Figura 3. En la sociedad occidental y en otras sociedades

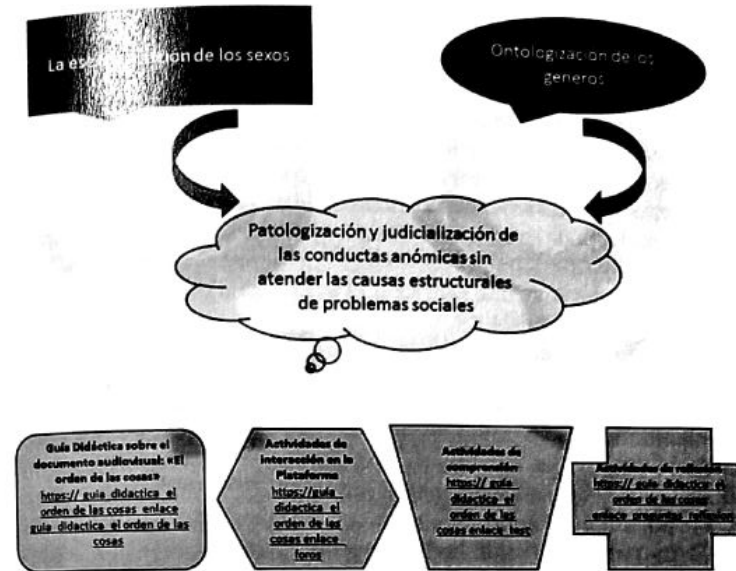


Figura 5. Consecuencias (II)

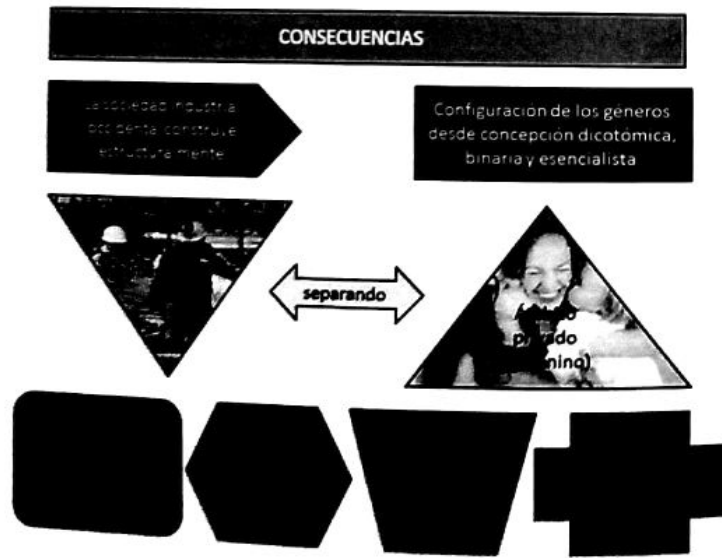


Figura 4. Consecuencias (I)

### 3. A propósito del ejemplo que presentamos

La coordinación del Área y llevar a cabo una línea conjunta de trabajo es fundamental para lograr el éxito en la tarea que nos proponemos.

Los espacios de acción-interacción son las sesiones de clase y la Plataforma Moodle. Las actividades interactivas se llevan a cabo a través de la Plataforma Moodle. La Plataforma no se utiliza de un modo unidireccional sino que se convierte en el vehículo de información-comunicación entre el propio alumnado y entre docentes y alumnado.

El foro sirve como punto de encuentro para discutir y reflexionar sobre cuestiones que se planteen sobre el tema. Estas discusiones-reflexiones forman parte del espacio de aprendizaje y construcción de conocimientos que no será unidireccional docente-alumnado, sino docente-alumnado-alumnado-docente.

Ese espacio se complementa con otros de la Plataforma en las que docentes y alumnado pueden colgar actividades, propuestas, documentos, etc. que pueden ir complementando el espectro que amplíe, diversifique y permita profundizar en la discusión-reflexión sobre los temas propuestos, así como llevar a cabo las Actividades interactivas.

Del documento para PDi que aparece más arriba, presentamos aquí algunos de los documentos que aparecen en el rotafolio correspondiente a la Figura 3. Hay enlaces que llevan a páginas de internet, a documentos audiovisuales y otros elaborados por el propio Área para el trabajo sobre estos documentos.

a) Actividades básicas: se diseñan en forma de test que permiten al alumnado calibrar si ha logrado la comprensión mínima del documento antes de adentrarse

en un trabajo de profundización a través de las Guías Didácticas. Esta actividad está diseñada de modo que el alumnado pueda autoevaluarse. (A modo de ejemplo se presenta la actividad 4.1.)

- b) Guías Didácticas: están pensadas para, inicialmente, orientar el trabajo del alumnado sobre los documentos. Estas Guías tienen varios objetivos: potenciar el autoaprendizaje del alumnado, promover procesos de manejo y análisis de información y de reflexión a través del trabajo con documentos diversos en su origen y formato, facilitar la interacción social en el ámbito académico promoviendo la formación de grupos de trabajo que permitan afrontar con autonomía la formación permanente (Zurita y Llorente, 2014). (A modo de ejemplo se presenta la Guía Didáctica 4.2.)
- c) Actividades interactivas: giran alrededor de temas que se propongan para la discusión-reflexión. Se desarrollarán a través de foros, de espacios que se abrirán para colgar documentos, de tutorías virtuales conjuntas alumnado-docentes-alumnado.
- d) Documentos construidos en clase en PDI: estos documentos se construirán en las sesiones de clase con anotaciones, recreaciones,... que se hayan ido configurando a partir de las aportaciones de docentes y alumnado. Se colgarán en la Plataforma para su difusión, reflexión y discusión (previamente a ser colgados, habrán de ser ordenados, remodelados, etc., buscando mayor claridad y sistematicidad).

#### 4. Algunos documentos que aparecen como enlaces

##### 4.1 Cuestionario sobre el documental "La ciencia de los sexos"

1. La idea de que se puede enseñar a los sujetos humanos a ser macho/hembra la defiende
  - a) Tiger Toward Devore
  - b) John Money
  - c) Joan Roughgouden
2. Según el documental, la proporción de personas intersexuales en el mundo, a pesar de ser datos pocos fiables, se calcula en
  - a) 200 de cada 1000 personas
  - b) 250 de cada 10000
  - c) 1 de cada 250 personas
3. Señala la respuesta correcta
  - a) las personas intersexuales en la India deben inscribirse en los documentos oficiales como hombre/mujer
  - b) las personas intersexuales en la India pueden inscribirse en los documentos oficiales como tercer sexo
  - c) ninguna de las respuestas anteriores

##### 4. Según el documental, la intersexualidad

- a) es exclusiva de los seres humanos
  - b) se da también en otros animales
  - c) ninguna de las respuestas anteriores
5. Según el documental, la intervención sobre bebés intersexuales suele ser
    - a) quirúrgica para determinar genitales que se ajusten a varón/mujer
    - b) psicológica para conseguir la integración social sin traumas
    - c) no se hace intervención alguna
  6. El documental aborda la intersexualidad, fundamentalmente, desde una perspectiva
    - a) metafísica
    - b) histórica
    - c) biológica
  7. Señala el criterio más usual, según el documental, para decidir el sexo de un bebé intersexual
    - a) el tamaño del pene y clítoris
    - b) manifestaciones conductuales del bebé desde pequeño
    - c) no hay criterio alguno
  8. Lo que transformó el status de los hijras fue
    - a) la colonización y la moralidad victoriana
    - b) decisiones electorales
    - c) adaptación de los hijras a las castas
  9. Según el documental, la intersexualidad
    - a) legitima la concepción binaria de los sexos
    - b) pone en cuestión la concepción binaria de los sexos
    - c) ninguna de las anteriores
  10. La propuesta del psiquiatra Tiger Toward Devore es
    - a) suprimir cirugías de asignación de sexos a bebés
    - b) mantener cirugías de asignación de sexos a bebés
    - c) ninguna de las posibilidades anteriores

##### 4.2 Guía didáctica comprensiva y reflexiva del visionado del documental "La ciencia de los sexos"

###### I. Contextualización del documento.

- a) El documento audiovisual

El documental "La ciencia de los sexos" está producido por National Geographic en 2009 con una duración de 50' 08". En España fue emitido por TV2 en 2011 en el programa La noche temática.

- b) Introducción al documento en sí (qué se pretende en el documento)

Este documental nos introduce en una cuestión poco abordada en documentos textuales y audiovisuales al uso. El denominado tercer sexo, la intersexualidad y la transexualidad han sido abordados por interesantes estudios académicos pero es menos común encontrarlos en documentos de gran difusión.

El documento toca este tema desde el punto de vista biológico, existencial y sociológico, aunque en unos aspectos profundiza más que en otros.

## 2. Ejes del documento.

La intención de este epígrafe no es lograr un resumen del documento, sino invitar al alumnado a abordar un diálogo con él. Por tanto es un ejercicio que va más allá de la mera comprensión del documento.

### a) Conceptos marco (selección de conceptos referenciales para encuadrar el documento).

- Dimorfismo sexual
- Status
- Hombre
- Mujer
- Estructura social
- Rituales

### b) Conceptos del documento (selección de conceptos clave desde los cuales el alumnado debe abordar la comprensión y diálogo con el documento).

- Sexo
- Género
- Intersexual
- Transexual
- Hijra

### c) Caminos para la comprensión.

Este documental debe ser trabajado y concederle la misma importancia que los materiales textuales. Se recomienda, como mínimo, un primer visionado prestando atención no sólo a lo que se afirma, sino a la estructura del documental. Un segundo visionado, más detenido y por partes, en el que afrontar las preguntas y reflexiones de esta Guía de Visionado, tomando nota precisa sobre ellas. Sería muy conveniente un tercer visionado para precisar más la comprensión y afinar la reflexión/interpretación de este documento.

Para entender en toda su profundidad los análisis que aborda este documento, es necesario acercarse a él con una mirada alejada de prejuicios y presupuestos. El contenido de este documental rompe con conceptos y esquemas muy arraigados en nuestra sociedad y cultura acerca de los sexos, los géneros y sus relaciones.

## 4.3 Preguntas sobre el documento.

Proponemos dos tipos de preguntas sobre el texto: de comprensión y de reflexión-interpretación. Además establecemos diferentes niveles de profundización en el texto. El alumnado puede optar por quedarse en el nivel I (se orienta a la comprensión de los conceptos fundamentales) y pasar o no al nivel II (orientado a abordar algunas cuestiones más complejas del texto) y nivel III (orientado a profundizar aún más en los conceptos y cuestiones fundamentales y a estable-

cer relaciones entre los mismos). Este nivel III es el que, fundamentalmente, será abordado en las interacciones virtuales (docente-alumnado) y en los grupos de reflexión y discusión virtuales.

### a) Para Comprensión

#### NIVEL I

- ¿Qué determina el sexo de una persona?
- ¿Qué criterios suelen utilizarse para decidir el sexo de un bebé intersexual?
- Diferencias y relaciones entre 'sexo' y 'género'.

#### NIVEL II

- Explicita la perspectiva biológica de los sexos que presenta el documental. Datos que se ofrecen en el documental sobre incidencia de casos de personas intersexuales en algunos países.
- ¿Qué transformó el status de los hijras en la India?

#### NIVEL III

- ¿Cuál la teoría de John Money acerca de los sexos y los géneros?
- ¿Cuáles son las propuestas del terapeuta Tiger Howard Devore acerca de la intersexualidad?
- Aportaciones de la bióloga Joan Roughgarden de la Universidad de Stanford.

### b) Para Reflexión/Interpretación

#### NIVEL I

- Importancia del aspecto en la identidad sexual
- ¿Cómo interpretamos el caso de Yossey?
- Reflexiona sobre la centralidad de la identidad sexual en nuestra cultura (puede ser útil para esta reflexión hacerlo al hilo del caso de Rudy Alani).
- Explicita los rituales de los hijras en India para legitimar su condición intersexual. Reflexiona sobre posibles significados de algunos de esos rituales.

#### NIVEL II

- ¿Qué razones podemos encontrar en la concepción binaria de los sexos en nuestras sociedades?
- ¿Por qué el afán de tratar quirúrgicamente a las personas intersexuales? ¿Por qué el ocultismo en este asunto incluso para las personas implicadas?
- ¿Por qué se podría hacer un paralelismo entre el cambio de cosmovisión que supuso el heliocentrismo y el cambio que supone cuestionar la concepción binaria de los sexos?

#### NIVEL III

- ¿Cómo podrían amortiguarse las existencias problemáticas que afrontan las personas por el esquema binario de los sexos y los géneros?
- Reflexionar sobre la relación entre estructura social y construcción binaria de los sexos y los géneros.
- ¿Qué consecuencias puede traer el cambio de perspectiva que propone el documental en el abordaje de la violencia en la pareja?

## 4.4 Reflexiones sobre su aplicabilidad en Trabajo Social / Criminología / Estudios de Asia Oriental (Corea).

El objetivo de este apartado es que el alumnado reflexione sobre el alcance que pueden tener las propuestas del documental en sus estudios y ejercicios profesionales futuros desde la disciplina en la que se estén formando, concretamente de

una puesta en cuestión de conceptos y representaciones binarias de los sexos y los géneros y las razones estructurales de los mismos.

### Bibliografía

- ADELL, J. (2011), Entrevista a Jordi Adell por Josi Serra. Disponible en: [www.youtube.com/watch?v=PblWWlQbkUQ](http://www.youtube.com/watch?v=PblWWlQbkUQ)
- ADELL, J. (2013), Entrevista a Jordi Adell, [www.youtube.com/watch?v=\\_Yq0BnH\\_ERw](http://www.youtube.com/watch?v=_Yq0BnH_ERw)
- ELISCO, D. (DIR.) (2009): *La ciencia de los sexos* (documental), Producción Nacional Geografic. Disponible en [www.youtube.com/watch?v=immJK3O9bko](http://www.youtube.com/watch?v=immJK3O9bko)
- ESTEBAN ALENDA, C. Y ESTEBAN ALENDA, J. (DIRS.) (2010), *El orden de las cosas* (Cortometraje) Producción Flux Film/Solita Film.
- GARCÍA CALVO, A. (1999), *De mujeres y de hombres*, Lucina, Madrid.
- GARCÍA CALVO, A. (2002), "Que el yo no soy yo" en *Contra la Realidad*. Estudios de lenguas y cosas, Lucina, Madrid.
- GARCÍA GARCÍA, J.L. (2000), "Informar y narrar: el análisis de los discursos en las investigaciones de campo" en *Revista de Antropología Social*, vol 9, Madrid, pp 75-104.
- GIDDENS, A. (1997), *Modernidad e identidad del yo*, Península, Barcelona.
- ILLICH, I. (2008), "El género vernáculo", en *Obras Reunidas*, FCE, México.
- ZURITA, E. Y LLORENTE, F. M. (2014), "Nuevos retos docentes y convergencia digital" en *Nuevas tendencias en innovación educativa superior*, Visión Net, Madrid, pp 473-490.