

Adaptación de las guías docentes a las tendencias de consumo de contenidos entre estudiantes de Universidad: el vídeo social

AUTORES

Carmen del Rocío Monedero Morales, Antonio Castro Higuera y Luis Navarro Ardoy
Universidad de Málaga y Universidad Pablo Olavide
roi@uma.es; acastro@uma.es y luisnavard@gmail.com

El presente texto nace en el marco del Proyecto de Innovación Educativa, PIE 19-175 Video-guías docentes: propuesta de un modelo atractivo para estudiantes de Ciencias Sociales, Universidad de Málaga

Tal y como reflejan los resultados de un cuestionario distribuido entre estudiantes de las universidades de Málaga y Pablo Olavide (Sevilla), existe un desconocimiento generalizado de las guías docentes de las asignaturas, perdiendo así su razón de ser debido al escaso seguimiento y lectura que de éstas se realizan.

Las universidades públicas, como ya lo hicieran las privadas, tienen que ser capaces de conectar con su alumnado de una manera rápida, directa e incluso “emocional”. Todos los indicadores apuntan a que el vídeo es una de las tendencias clave desde hace algunos años y que sigue teniendo un gran potencial de cara al futuro. De hecho, según el Informe de tendencias de redes sociales y recursos de 2019 de *Hootsuite*, una plataforma web y móvil para gestionar redes sociales, el consumo de vídeo no para de crecer: en la actualidad, el usuario medio consume 40 minutos de vídeos en *YouTube* desde su móvil (esto supone un incremento del 50 % respecto al año 2018); además, se estima que en el año 2021 el tráfico de datos de móvil se multiplicará por 7 gracias a los vídeos.

Según el mencionado informe, los internautas tienden a consumir vídeos en la pantalla del móvil, hasta tal punto que más de la mitad de las reproducciones de vídeos proceden de móviles, porcentaje que se incrementa hasta el 93% en el caso de *Twitter*. El consumo audiovisual ya no entiende de redes, sino que se amplía y diversifica a través de canales muy diversos: en *Facebook* se ven 100 millones de horas de vídeo al día; a esta tendencia se suma el crecimiento de Snapchat, que cuenta ya con más de 255 millones de usuarios activos (más del 40% de la población estadounidense entre 13 y 34 años usa esta red a diario).

Por lo tanto, y con base a las consideraciones anteriores, el objetivo del trabajo presentado es aportar evidencias para la confección de un modelo de vídeo-guía docente que siga las tendencias de los vídeos sociales. Un *social video* es una pieza audiovisual diseñada especialmente para ser difundida a través de las redes sociales y optimizadas para las particulares de cada red social.

Para ello, se pondrán en marcha metodologías activas tales como el aprendizaje cooperativo y el aprendizaje basado en proyectos. Del mismo se emplearán recursos TIC como los repositorios visuales (*Pinterest*) a modo de espacio de participación y colaboración entre estudiantado y docentes. El resultado de la primera fase será un listado de las guías docentes de las asignaturas incluidas en el proyecto y un análisis de cada una de ellas a partir de indicadores de formato, extensión, lenguaje utilizado y claridad de contenidos. En la segunda fase se pondrán en común los resultados obtenidos con base a la identificación de las principales debilidades y a la posterior concreción de propuesta de mejoras. La tercera fase, como objetivo final de la propuesta consistirá en la creación de un modelo de vídeo-guía docente válido y extrapolable a todas las materias que componen los distintos títulos integrados en las Ciencias Sociales. A nivel práctico, el resultado final se concretará en un proyecto o plantilla fácilmente personalizable por los distintos departamentos.

Palabras Clave: Guías docentes – Vídeos sociales – Aprendizaje cooperativo - Aprendizaje basado en proyectos – Innovación educativa

