

Práctica 1: Proyecto de experimentación

Objetivos marcados

- Conseguir que los alumnos adquieran y consoliden su competencia digital.
- Poner en marcha una web de aula que me permita centralizar la comunicación digital con los alumnos.
- Favorecer la autonomía de alumnado frente a tecnologías futuras. Todos los alumnos deberán realizar sus prácticas en diversos entornos desconocidos.
- Dotar a los alumnos de herramientas para el autoempleo.
- Fomentar la investigación en las técnicas y tendencias de mercado de su profesión.
- Lograr que después de terminar la práctica su resultado sea una herramienta de promoción real que puedan empezar a utilizar.

Unidad didáctica a trabajar

Se trabajará la unidad de trabajo de Comunicación y Difusión, del módulo Medios y Lenguajes de Comunicación Visual. Ya estaba contemplado desde el principio en la programación, los contenidos y los objetivos de los alumnos no variarán, pero sí la forma en que los contenidos les serán facilitados.

Grupo de alumnos

Son estudiantes de primer curso del Ciclo Superior de Formación Profesional en Imagen. Son alumnos entre 18 y 35 años, fundamentalmente vocacionales, apasionados por la fotografía, la iluminación o el cine. Ya han realizado un [blog](#) conjunto en el que se les pedía que realizaran entre todos un trabajo sobre la historia del cine, de modo que algunos ya han experimentado con nuevas tecnologías.

Fechas de la experimentación

Los contenidos puramente teóricos se empezarán a impartir a partir del 12 de marzo y la plataforma se empezará a usar tan pronto como esté lista, pero la experimentación por parte de los alumnos será a partir del 10 de Abril. Resulta imposible que ellos experimenten antes la creación de contenidos debido a que se cuenta con un aula que estarán empleando los alumnos de segundo curso hasta que se marchen a su periodo de FCT (Formación en Centros de Trabajo), el 22 de marzo, fecha en la que los alumnos de primer curso comienzan una actividad intercíclica (con Producción, Realización y Sonido) que dura hasta las vacaciones de Semana Santa.

Durante el periodo en el que se impartan los contenidos teóricos, los alumnos deberán realizar una investigación por su propia cuenta de las estrategias de comunicación de los profesionales de su sector y extraerán conclusiones de las

formas de comunicación más exitosas. Durante las sesiones prácticas, en consonancia con las conclusiones extraídas implementarán su propia estrategia de comunicación.

Enfoque metodológico

Los contenidos serán explicados primero de forma teórica en el aula, a través de los medios habituales, presentándoles los contenidos a través de las fuentes de donde se han adquirido, fomentando así las buenas prácticas en la investigación y mostrándoles el uso de herramientas para seguir formándose en el futuro de forma autónoma. En estas sesiones se les impartirán contenidos básicos de teoría de la comunicación y derechos de propiedad intelectual y de imagen. Los contenidos serán colgados en la web que se creará para ello. Así podrán acceder a los mismos una vez conectados.

Por su parte ellos deberán realizar un estudio de las estrategias de comunicación de profesionales del sector en activo (webs fotográficas, especialización en diferentes tipos de fotografía, gestión de portafolio, descartes y selección de fotografías, uso de las redes sociales especializadas, etc.). De esta forma trazarán su estrategia de comunicación.

Llegada la fecha, pondrán en práctica la estrategia de comunicación desarrollada, creando un perfil profesional en las diferentes redes sociales especializadas en fotografía y creando una web propia que deberán gestionar y promocionar mediante técnicas de SEO (Search Engine Optimization). Esta última parte de SEO y el perfeccionamiento de la web seguramente la realizarán una vez terminado el curso que recibimos los profesores.

Práctica 2: Preparación de Materiales

Planificación del proceso de enseñanza/aprendizaje

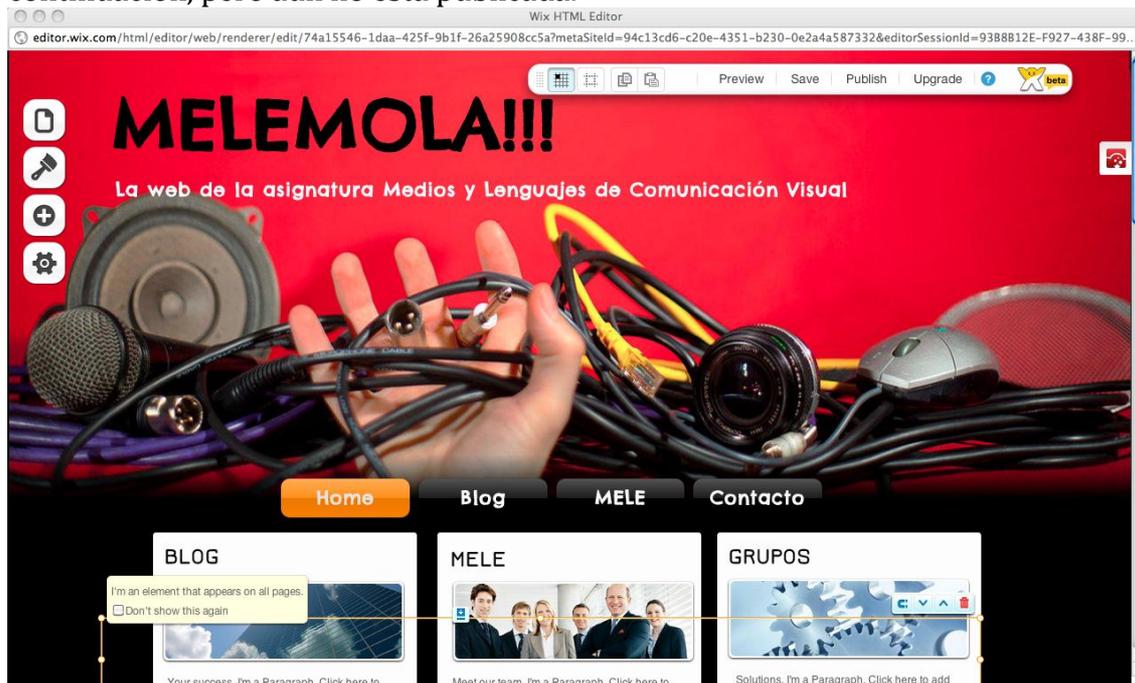
Recursos de la red usados

La mayor parte de los recursos empleados son los propios tutoriales que tienen webs como Tumblr, Wordpress o WIX. Para la elaboración de contenidos se han empleado principalmente algunas de las guías gratuitas de marketing fotográfico de la web especializada [Photoshelter](#), así como algunas publicaciones específicas de [Xatakafoto](#) o [DPS](#).

Soporte donde se montarán los recursos

En primer lugar me decanté por Tumblr por la sencillez con la que pueden realizar grupos, pero después me di cuenta de que estaba pidiendo a mis alumnos realizar un proyecto en el que generaran una web en la que mostrar un portafolio digital de su trabajo, por lo que emplear Tumblr resultaba muy limitado en diseño. Con Wordpress (opción que he usado para colgar finalmente los apuntes) pasaba algo parecido, así que decidí decantarme por [WIX](#), que permite mucha más libertad de diseño sin necesidad de entrar a modificar código CSS.

Los contenidos teóricos has sido explicados en clase y el documento con los apuntes enviado en pdf a los alumnos. La intención es integrar dichos contenidos en la web de WIX, pero en este momento me encuentro modificando código HTML5 para que el acceso a dichos contenidos, la zona de entrega de prácticas (la idea es que ellos puedan subir enlaces en una zona que pueden editar) y la consulta de notas sea privada. La apariencia de la web es como se muestra a continuación, pero aún no está publicada.



Los apuntes que se les proporcionan a los alumnos están estructurados en los siguientes puntos:

1. Introducción y necesidad de las campañas de comunicación (motivación de la práctica)
2. Pasos para iniciar un negocio fotográfico (selección de géneros de especialización y descartes de fotos, análisis de la situación de mercado de dicha especialidad fotográfica y previsión de negocio)
3. Personal Branding (firma, marca de agua, selección de tipografías, avatar y colores de la web, tarjetas de visita y empaquetados de entrega)
4. Campaña de comunicación y marketing (websites, portafolios digitales, blog como complemento de valor añadido, uso profesional de las redes sociales, combinación de herramientas, estrategias y periodicidad de publicaciones)
5. Análisis de los flujos de tráfico de nuestra web.

Material complementario

Para que los alumnos trabajen en el punto 4 se les remite a las guías de ayuda y colecciones de plantillas de los diferentes portales de microblogging. Para el manejo específico de redes sociales se les enlaza una [guía](#) (en 2 partes) de Photoshelter que detalla la estrategia a seguir en cada red social específica. Además se les proporcionan una buena [colección](#) de enlaces a recursos relacionados con el tema.

Planificación del trabajo que presentarán los alumnos

Los alumnos deberán presentar los siguientes enlaces:

- A. Enlace a un Google docs donde expliquen su elección de género fotográfico y las previsiones de negocio.
- B. Enlaces a sus perfiles de las diferentes redes sociales.

Temporalización de las sesiones

Hay una serie de contenidos teóricos que se impartirán anteriormente a la puesta en práctica de las actividades por parte de los alumnos:

- 12 de marzo: Explicación teórica en clase del funcionamiento básico de las tecnologías de comunicación actuales (radio e IP), así como de los modelos de comunicación social a través de redes de comunicación.
- 16 de marzo: Explicación de la práctica que deberán realizar. El contenido teórico explicado se encuentra [aquí](#), dicho contenido se les facilitó en pdf antes de colgarlo en la web.
- Del 20 al 29 de marzo no hay clases debido a que los alumnos se encuentran realizando la actividad intercíclica “enCorto” y del 30 de marzo al 9 de abril son vacaciones de Semana Santa. Durante este periodo los alumnos deberán investigar las webs de otros profesionales de la fotografía y suscribirse o hacerse seguidor de alguno de dichos profesionales para observar el modo en que trabajan y difunden su trabajo.

Además se les indican unas fechas orientativas para que no se dejen trabajo acumulado:

- 13, 16 y 20 de abril: selección del género fotográfico y las fotos del portafolio, así como investigación de mercado de dichos géneros (coste de material, tarifas habituales, estimación de la demanda y cálculo de posibles beneficios).

- 23 y 27 de abril: creación de los perfiles en las redes sociales elegidas y configuración de aspecto.

Instrumentos de evaluación

La evaluación será continua y formativa. El profesor se suscribirá a las alertas de las redes sociales y RSSs de sus alumnos de manera que pueda observar toda la actividad de promoción que están realizando como cliente potencial. Y durante sus sesiones de trabajo me pasaré por los puestos correspondientes (o a través de G+ Hangouts, ya que les permito trabajar en remoto) para que me expliquen el porqué de su estrategia de comunicación y corregir errores, así como dar indicaciones.

La calificación de la práctica se realizará de la siguiente manera:

- Justificación del género fotográfico elegido y previsiones de negocio (4 puntos). Los alumnos entregarán un archivo en forma de enlace a Google Docs, que aparecerá publicado [aquí](#).
- Estrategia y resultados de la campaña de comunicación (6 puntos). Se dividirá en 5 puntos del trabajo realizado para la promoción en redes sociales y la justificación de dicha estrategia de entre todas las posibles y 1 punto en función del número de seguidores obtenido. Los alumnos deberán enviar los enlaces a los perfiles de dichas redes sociales para poder evaluar la práctica. Además justificarán su elección en otro apartado del documento de Google Docs.

La calificación obtenida supondrá aproximadamente una tercera parte del valor total de una práctica más completa en el mismo sentido. Ya que se pretende llevar más allá esta experiencia educativa.

Práctica 3: Experimentación en el aula

Resumen del diario de experimentación

Clase teórica previa (12 de marzo)

En las primeras clases se les introdujo a los contenidos básicos de las Tecnologías de la Información y de las comunicaciones. Se hizo un repaso a las tecnologías de radio y televisión por satélite, terrestre, fibra óptica, etc. y posteriormente se hizo especial hincapié en las Nuevas Tecnologías.

Se explicó a grandes rasgos cómo funcionan los protocolos de comunicación TCP/IP y sobre qué se fundamentan. Posteriormente se les dieron indicaciones para que entendieran conceptos indispensables para montar una web. Contratación de servidores y dominios, vinculación y camino de los datos.

Finalmente se explicó el funcionamiento de las redes sociales, empleando facebook como ejemplo. Muchos que creían tenerlo dominado se llevaron una sorpresa al ver cómo lo emplean los profesionales y los resultados que se pueden obtener.

En estas sesiones hubo bastantes caras de desconcierto y me costó un poco arrancarles las dudas, pero finalmente todos parecieron entenderlo. Tuve la sensación de que les avergonzaba preguntar sobre temas que ellos debían creer que tenían controlados o debían pensar que era su deber controlarlos. Para despejar cualquier tipo de dudas me dediqué a preguntar a los que no parecían haberse enterado, de manera que al no saber responderme iba detectando las debilidades.

Las explicaciones se dieron mediante pizarra y recursos electrónicos: un power point para la teoría y una serie de ejemplos en la web con el proyector.

Explicación de la práctica (16 de marzo)

Este día se les explicó que ellos debían implementar una infraestructura de redes sociales para la promoción profesional de su trabajo de forma similar a los ejemplos vistos en la clase anterior.

Se les explicó cómo se debe llevar a cabo una estrategia de comunicación en redes sociales y todo lo que las rodea, cómo deben generar contenidos, cómo tener un patrón de periodicidad y qué ofrecer para tener una buena cantidad de seguidores fieles. Además se les guía a través de una serie de pasos que deben llevar a cabo de forma ordenada para obtener un resultado coherente sin perder el tiempo. Cada uno de esos pasos está justificado para conseguir la complicidad y motivación del estudiante. Todos los contenidos impartidos ese día han sido colgados posteriormente [aquí](#)

Posteriormente se les explicó qué era lo que debían hacer ellos en concreto y qué debían entregar. Para que quedara constancia de todas las tareas que tenían que realizar se han colgado [aquí](#). En concreto lo que está colgado va más allá del cometido de este curso. Pero la tarea que deben realizar para este curso en concreto está acotada por separado.

Se les colgaron un par de guías en inglés acerca de la promoción del trabajo fotográfico en redes sociales, y se les proporcionaron una buena cantidad de enlaces, pero no se les dieron instrucciones específicas paso a paso ni se les acotó el número de redes sociales en las que estar presente. Se les dejó libertad para actuar como ellos pensaran que era conveniente, siempre y cuando lo justificaran en un documento de Google Docs.

Algún estudiante manifestó disconformidad con esta metodología docente porque según él se le dejaba abandonado a su suerte sin indicaciones concretas. Se resolvió explicando al estudiante que cada día surgen nuevas herramientas web y que por lo tanto no puede pretender que alguien esté detrás explicándoselas cuando aparezcan, que él debía desarrollar espíritu crítico para discriminar las que más le convenían de las que no, además de habilidades digitales para enfrentarse él solo a las futuras herramientas. Lo entendió rápidamente y aceptó estar de acuerdo.

Selección de la especialización y estudio de mercado (13, 16 y 20 de abril)

En este periodo los alumnos deben ir al aula de Multimedia, donde hay 15 ordenadores (se les ha pedido previamente que los que puedan traigan su portátil para poder trabajar a gusto, al final sobraron 5 puestos de dicha sala). En dicho aula se conectan a internet para consultar las tarifas que tienen los profesionales del sector que ellos pretenden abordar. Disponen también de un auricular con micrófono integrado para poder realizar las llamadas que consideren oportunas a través de Skype.

También deben investigar acerca de los costes del material, echar cuentas de costes derivados del trabajo que pretenden realizar (gasolina, comida...), realizar un cálculo aproximado de los impuestos que deberán pagar y poner precio a su trabajo.

Muchos alumnos se llevaron una decepción al comprobar los costes de todo el equipo que pretendían comprar y casi todos tuvieron que reorientarse hacia un comienzo humilde seguido de una estrategia expansionista.

Una de las experiencias más positivas fue que se plantearan el coste de su trabajo. Al principio todos ponían precios muy bajos, pero conforme iban sumando costes de dietas, cuota de autónomos, transporte y realizaban un cálculo aproximado de la cantidad total de horas que iban a invertir en la edición de las fotografías fueron subiendo el precio. Alguno incluso planteó estrategias de ahorro de costes un tanto extravagantes, como quedarse a dormir en casa del cliente. Se le explicó y ejemplificó que eso resultaba poco profesional y terminó por entenderlo.

Se presentaron problemas como caídas en la conexión, de modo que se planteó la posibilidad de realizar las prácticas desde casa siempre y cuando se manifestara actividad para probar la “asistencia”, aunque fuera virtual. De modo que para poder considerar que se había asistido se podía hacer presencialmente, a través de los “Hangouts” de Google + (recomendando su uso exclusivo para la consulta de dudas) o enviando un correo con los enlaces a las tareas realizadas en dicha sesión. El primer día de seguir esta estrategia resultó un tanto confuso y “faltaron bastantes”, pero tras un toque de atención y un debate los días restantes se ha logrado una asistencia superior al 90% y unos resultados bastante mejores.

Creación de los perfiles en redes sociales (23 y 27 de Abril)

Cada alumno se ha realizado una serie de perfiles en las redes sociales y me ha solicitado seguimiento, amistad, metido en sus círculos, etc. Resulta muy estimulante ser un cliente potencial de tus alumnos y poder ver cómo trabajan en tiempo real, siguiendo sus publicaciones y calificándolas a través de comentarios, como si de un usuario más se tratara.

Supone un trabajo agotador e infinito y obliga a aprender a dosificarse rápidamente, pero es muy estimulante tanto para el docente como para los alumnos, que obtienen un feedback casi inmediato.

Los únicos problemas que han surgido estos días han sido fundamentalmente orientados a corregir su lenguaje y a hacerles ver cómo deben expresarse en un ámbito profesional. También he tenido que hacer ver a algún alumno la importancia de separar sus perfiles personales y profesionales, compartiendo fotos a las que había accedido a través de su supuesto perfil profesional. Todos han aprendido la lección y de paso a proteger su vida privada en las redes.

Los resultados de dicho trabajo se están colgando [aquí](#).

Práctica 4: Evaluación

Resumen de los resultados obtenidos en la evaluación del proceso de aprendizaje del alumnado

En general los resultados obtenidos han sido muy satisfactorios, pese a que al principio a algunos pudiera desagradarles la idea de tener que buscarse los recursos por su cuenta. Por otra parte algunos alumnos aprovecharon la libertad que tenían para no trabajar y procrastinar dicho trabajo, pero debido a la evidencia de trabajo o ausencia del mismo que manifiestan las redes sociales y las herramientas web públicas en general, se les llamó la atención y empezaron a trabajar correctamente.

Salvo un alumno que ha decidido centrarse en el resto de módulos y abandonar temporalmente el que yo imparto, los demás han superado con éxito esta prueba. Es decir, todos los demás han realizado su perfil en redes sociales y han comenzado a publicarlo. De éstos hay 3 que ya cuentan con más de 50 seguidores y una alumna que incluso ha publicado su página web y está trabajando en su blog.

Mientras que en la evaluación anterior hubo 7 personas que no entregaron sus trabajos a tiempo, en esta ha habido únicamente 3, y la demora ha sido de sólo un día lectivo (aunque ha habido un puente de por medio), por lo que interpreto que han sabido valorar la utilidad del mismo.

En general han cumplido los objetivos que se les pedían y han justificado de forma razonable (tras algunas correcciones) sus decisiones. En principio la evaluación de todos (menos del alumno que ha abandonado) es positiva. La concreción de dicha nota se establecerá en los próximos días en función del número final de seguidores que consigan y del desarrollo de su promoción en las redes sociales y ajuste a su plan de comunicación.

Hasta ahora el grado de implicación ha sido superior al esperado, que esperaba que mejorara, pero no tanto. Creo que la actividad ha conseguido hacerles ver la utilidad de lo que hacen y les ha motivado.

Resultados obtenidos en la encuesta de valoración del alumnado

Se observa que en general les gusta ir al centro, con lo que parten de cierta motivación, además indican que no se les plantean problemas de trabajo en general, y que el aprendizaje con TIC les parece sencillo

Sin embargo me ha sorprendido observar que no les guste trabajar en equipo, esta práctica la tienen que hacer de forma individual, pero han hecho muy buenos trabajos. Me preocupa en especial este punto por aquellos que quieren dedicarse a vídeo y cine, ya que el trabajo en equipo es imprescindible, tendré que investigar acerca de esta respuesta.

Parece haber bastantes quejas del funcionamiento de la red. Trataré de transmitírselo de la mejor forma posible a nuestro coordinador TIC. También he observado muchas respuestas con valoración alta a preguntas que no procedían en nuestro centro (no tienen portátiles facilitados por el centro y aunque tenemos PDIs apenas las empleamos, además muchos ya no viven con sus padres o su familia son directamente sus hijos), así que de alguna manera creo que aprecian el trabajo realizado, lo que siempre es un empujón para seguir adelante en tiempos tan difíciles como éstos.

Valoración personal de la experimentación

En general la experiencia ha sido muy positiva, no solamente he conseguido un mayor grado de implicación por parte de los alumnos, sino que además he aprendido algo de diseño web y una forma mucho más útil de trabajar, colgar las tareas en la web. He descubierto que esto último es de mucha más utilidad que el envío de correos o la comunicación en clase. Si en la web está todo siempre les puedes remitir a la web, lo que elimina problemas del tipo “no sabía que había que hacer esto” o “ese día no vine a clase”.

Las reticencias iniciales de algunos alumnos desaparecieron rápido tras un trabajo de argumentación y diálogo. La ejemplificación de casos de éxito y hacer que se respondan ellos mismos a determinadas preguntas ha sido de enorme utilidad para que ellos solos se dieran cuenta de la importancia de la práctica que iban a realizar y de la necesidad de aprender este tipo de contenidos.

La preparación de este tipo de clases debe ser mucho más minuciosa para no dejar de publicar nada que sea necesario y tener cuidado con ser ambiguo con las explicaciones y requerimientos. Hasta ahora no se me han planteado problemas con esto pero en las muchas revisiones que le di al texto antes de publicarlo on-line se me iban ocurriendo posibles picardías de los alumnos para trabajar menos o realizar un trabajo que requiriese de un menor esfuerzo.

Por otra parte, la corrección de prácticas con esta metodología es casi en tiempo real, pero es extenuante, no acaba prácticamente nunca. Sin embargo se controla todo lo que hacen los alumnos, a qué hora lo hacen y cómo les afecta el feedback de sus seguidores.

La decisión de experimentar la “asistencia virtual” era algo impensable para mí, pero tras hacerse necesaria por condicionantes técnicos, me he dado cuenta de que para este tipo de actividades, en las que el trabajo se puede demostrar en tiempo real, no sólo es perfectamente válida, sino que además garantiza más implicación que en el aula donde pueden estar de enredando con los compañeros o empleando

la conexión a internet para fines menos educativos. Al estar en sus casas se centran en terminar la tarea y entregarla a tiempo.

La programación contemplaba estos contenidos y esta forma de hacerlo, era la unidad de trabajo idónea "Comunicación", pero no esperaba que saliera tan bien y que atrapara tanto a alumnos como a profesor. Para próximos años intentaré actualizar los contenidos a nuevas tendencias de redes sociales y comunicación en general para este módulo. Para el resto de módulos que imparto trataré de exportar el modelo de comunicación con los alumnos, es más laborioso, pero es mucho mejor y elimina problemas.

Todavía deben superar un examen de teoría y no me atrevo a decir que vayan a mejorar sus resultados o que en caso de ser así, sea gracias a esto, pero seguro que han aprendido a realizar tareas de investigación, además han tomado contacto con la realidad del mercado en forma de costes y beneficios. Han obtenido una herramienta de trabajo útil, que les servirá cuando acaben el ciclo de Formación Profesional y además han dado el primer paso para emprender la actividad empresarial viendo los costes de ésta y los posibles beneficios y problemas. Si uno solo de ellos consigue aprovechar este impulso inicial para vivir de su pasión para mí habrá sido más beneficioso que cualquier otra actividad.