

INVESTIGACIÓN <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2018.46.77-92>
Recibido: 28/11/2017 --- **Aceptado:** 11/01/2018 --- **Publicado:** 15/07/2018

LA METODOLOGÍA FLIPPED CLASSROOM EN EDUCACIÓN SUPERIOR. RESULTADOS DE USO DE LYNDA COMO RECURSO PARA LAS PRE-CLASES

APPLICATION OF LYNDA AS A TEACHING RESOURCE IN THE PROJECT OF EDUCATIONAL INNOVATION IN THE EXCELLENCE OF TEACHING

Laura Melendo Rodríguez- Carmona: Universidad Camilo José Cela. España.
lmelendo@ucjc.edu

África Presol Herrero: Universidad Camilo José Cela. España.
apresol@ucjc.edu

RESUMEN

Siguiendo el espíritu que trasciende la filosofía enmarcada en el nuevo EEES, y en línea con estos nuevos enfoques de la docencia, este trabajo plantea nuevos recursos pedagógicos que den mayor protagonismo al alumno en el proceso de aprendizaje. Huyendo así de las tradicionales clases magistrales y los trabajos escritos, plantearon esta iniciativa basada en la metodología flipped classroom y las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías al alumno. El término flipped classroom ha sido traducido literalmente como clase al revés o clase invertida. Este modelo pedagógico transfiere el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula, dedicando el tiempo de clase a trabajar los aspectos en que es necesaria la ayuda y experiencia del docente. En este texto se presentan dos proyectos de metodología de aula invertida. Ambos casos partían con el objetivo general de implantar la plataforma educativa Lynda como recurso de formación en la docencia universitaria. En ellos se proponía al alumno realizar formación previa a las sesiones con el docente. Para ello debían emplear la plataforma Lynda y visionar videos de cursos relacionados con las materias. Cada uno tenía objetivos y criterios de evaluación diferentes, pero compartían metodología.

Los resultados obtenidos en ambos hacen reflexionar sobre la necesidad de motivar al alumno para invertir tiempo previo a la sesión con el docente.

PALABRAS CLAVE: Aula invertida; flipped classroom; tecnología educativa; comunicación; Lynda

ABSTRACT

This essay mainly represents the spirit that transcends philosophy framed in the new EEES, and in line with these new approaches to teaching, this paper raises new pedagogical resources that give greater prominence to the student in the learning process. Running away from the traditional lectures and written works, they raised this initiative based on the flipped classroom methodology and advantages offered TICS to the student. This pedagogical model transfers the work of processes of

learning outside the classroom, devoting class time to work the aspects in which it is required the teacher's support and experience. This text presents two projects of flipped classroom methodology. Both cases had started with the objective of implementing the educational platform Lynda as training in university teaching resource. They proposed to the student conduct training sessions with the teacher. So they had to employ Lynda platform and viewing videos of courses related to the materials. Each one had goals and different evaluation criteria, but they shared the same methodology. The results obtained make to think about need to motivate the student to invest time before the session with the teacher.

KEY WORDS: Flipped Classroom; design thinking; educative technology; communication; Lynda

A METODOLOGIA FLIPPED CLASSROOM NA EDUCAÇÃO SUPERIOR. RESULTADOS DO USO DE LYNDA COMO RECURSO PARA AS PRÉ- CLASSES.

RESUME

Seguindo o espírito que transcende a filosofia moldurada no novo EEES, e em linha com estes novos enfoques da docência, este trabalho expõe novos recursos pedagógicos que deem maior protagonismo ao aluno no processo de aprendizagem. Saindo assim das tradicionais aulas magistrais e dos trabalhos escritos, expuseram esta iniciativa baseada na metodologia flipped classroom e as vantagens que oferece as novas tecnologias ao aluno. O termino flipped classroom foi traduzido literalmente como classe ao contrario ou classe invertida. Este modelo pedagógico transfere o trabalho de determinados processos de aprendizagem fora da aula, dedicando o tempo de aula para trabalhar os aspectos que são necessárias a ajuda e a experiência do docente. Neste texto se apresenta dois projetos de metodologia de aula invertida. Ambos casos partiam com o objetivo geral de implantar a plataforma educativa LYNDA como recurso de formação na docência universitária. Neles se propunha ao realizar formação na docência previa as sessões com o docente. Para isso deveriam empregar a plataforma LYNDA e visionar vídeos de cursos relacionados com as matérias. Cada um tinha objetivos e critérios de valoração diferentes, mas compartiam metodologia. Os resultados obtidos em ambos, faz reflexionar sobre a necessidade de motivar ao aluno para investir tempo prévio a sessão com o docente.

PALAVRAS CHAVE: Aula invertida; Flipped classroom; Tecnologia educativa; Comunicação; LYNDA

Cómo citar el artículo

Melendro Rodríguez-Carmona, L.; Presol Herrero, A. (2018). La metodología flipped classroom en educación superior. Resultados de uso de LYNDAs como recurso para las pre-clases. [Application of LYNDAs as a teaching resource in the project of educational innovation in the excellence of teaching]. Revista de Comunicación de la SEECI, 46, 77-92. doi: <http://doi.org/10.15198/seeci.2018.46.77-92>. Recuperado de <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/514>

1. INTRODUCCIÓN

Los alumnos que se encuentran actualmente dentro de las aulas universitarias pertenecen a la denominada Generación Y o millennials. Ésta se define como la primera generación que ha nacido y se ha desarrollado enteramente dentro del mundo digital. Nacieron entre el año 1981 y 1995, y su principal característica es su especial relación con la tecnología. Este trabajo se sitúa en medio de esta relación entre esta generación y el uso de la tecnología asociado a su proceso de aprendizaje.

Las aportaciones del estudio de Alonso Mosquera, González Vallés y Muñoz de Luna (2016) sobre su relación con los dispositivos electrónicos puede ayudar a entender el fuerte vínculo existente entre ellos: el 57% de los estudiantes siempre usa algún dispositivo electrónico en el aula (portátil, tableta o similar). Este estudio también arroja datos sobre los riesgos que esto supone: la distracción sobre la actividad realizada en el aula. En los resultados del estudio se leen las razones: lo usan para revisar el correo, sus redes sociales, documentos online, leer la prensa online y hasta realizar compras online. Esta estrecha relación de nuestros alumnos con la tecnología hacía pensar que la propuesta de formación con plataformas de cursos online resultaría atractiva para este grupo tan dependiente de ella.

Por otra parte, se contaba con que esta generación que se ha formado en un entorno en el que la imagen tiene un gran poder de atracción, aprender con una herramienta como el video aseguraría captar su atención e interés. La experiencia del profesor Álvarez Álvarez (2016) con el uso de documentos en vídeo también hacía presagiar un éxito de la propuesta de innovación que este texto recoge.

Actualmente conviven tres enfoques en función del papel que tiene la (como se cita en García, Melendo y Presol, 2013). El primer modelo, el más tradicional, está centrado en el profesor, que es una fuente de conocimiento y al alumno un receptor donde la tecnología sirve de apoyo a la presentación de los contenidos y a la realización de ejercicios para su aplicación. El segundo enfoque, centrado en el alumno, considera que se aprende a través de actividades e interrogantes generados desde el alumno y no desde el profesor, quien es un guía que ha de facilitar y apoyar al alumno durante su formación. La tecnología aquí un medio para ayudar a explorar el conocimiento, una herramienta vital en la búsqueda de información y elaboración de tareas. Por último, el enfoque centrado en la conectividad, se fundamenta en que el aprendizaje no solo tiene una dimensión individual, sino también social. La formación implica aprender en comunidad y ser capaz de contribuir a la construcción del conocimiento. El profesor es un diseñador de espacios de aprendizaje, y la tecnología juega un papel de mediadora en la construcción del conocimiento y la interacción social.

Las autoras de este artículo, siguiendo el espíritu que trasciende la filosofía enmarcada en el nuevo EEES, y en línea con estos nuevos enfoques de la docencia, están empeñadas en usar nuevos recursos pedagógicos que den mayor protagonismo al alumno en el proceso de aprendizaje. Huyendo así de las tradicionales clases magistrales y los trabajos escritos, plantearon esta iniciativa basada en las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías al alumno.

En este tercer enfoque se encuentra esta experiencia, que también podría ubicarse en el Tercer Entorno donde Echeverría (1999), autor de numerosas obras de referencia sobre tecnología y filosofía, sitúa las acciones realizadas con la tecnología. Este autor emplea este término de tercer entorno para describir esta nueva ciudad global creada por las nuevas tecnologías de la información y la telecomunicación.

1.1. El aprendizaje invertido

El término flipped classroom ha sido traducido literalmente como clase al revés o clase invertida. Fue acuñado por los profesores Bergmann y Sams en 2012. Estos docentes empezaron a grabar sus clases para que los alumnos ausentes pudieran visionarla y no perdersela. De esta manera, pudieron tener más tiempo para atender a los estudiantes y resolver sus dudas (Bergmann y Sams, 2012)

Este modelo pedagógico transfiere el trabajo de determinados procesos de aprendizaje fuera del aula, dedicando el tiempo de clase a trabajar los aspectos en que es necesaria la ayuda y experiencia del docente. (Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey, 2014)

El aprendizaje invertido por lo tanto puede definirse como "un modelo pedagógico que transforma ciertos procesos que de forma habitual estaban vinculados exclusivamente al aula, transfiriéndolos al contexto extraescolar. Es decir, invierte la forma tradicional de entender una clase: aquellas actividades ligadas principalmente a la exposición y explicación de contenidos pasan a ofrecerse fuera del aula, por medio de herramientas tecnológicas como puede ser el vídeo o el podcast, o sencillamente Internet" (García-Barrera, 2013, p. 2). Esta metodología está basada en cuatro pilares básicos. El primero es que debe haber un entorno flexible, en el cual el alumno pueda escoger cuándo y dónde aprender. Si bien se entiende que se han de poner plazos en el tiempo. En segundo lugar, el aprendizaje invertido implica alejarse del modelo centrado en el profesor, comentado líneas antes. El profesor dirige el aprendizaje proponiendo la hoja de ruta al alumno. El tercer pilar son los contenidos accesibles y relevantes que el profesor pone a disposición del alumno. Y en último lugar está el papel del docente, mucho más importante que nunca ya que se torna activo, accesible, instructor, así como observador de la evolución del aprendizaje del alumno (Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey, 2014).

Según Raúl Santiago (Santiago, 2014) invertir una clase es mucho más que la edición y distribución de un vídeo. Se trata de un enfoque integral que combina la instrucción directa con métodos constructivistas, actuaciones de compromiso e implicación de los estudiantes con el contenido del curso y la mejora de su comprensión conceptual. Se trata de un enfoque integral que, cuando se aplica con éxito, apoyará todas las fases de un ciclo de aprendizaje como el que sugiere la

propia Taxonomía de Bloom. Este profesor de didáctica de la Universidad de La Rioja es considerado el principal impulsor de Flipped Classroom en España. En 2012, puso en marcha un proyecto de investigación para encontrar fórmulas que mejorasen el aprendizaje de sus alumnos de Magisterio y dio con este método. Es el autor de la web theflippedclassroom.es en la que casi un centenar de profesores españoles (de todos los niveles de enseñanza) han publicado miles de artículos contando sus experiencias en sus clases, junto con consejos y herramientas de utilidad (El País, 2016).

1.2. Descripción del proyecto de innovación

Con el fin de ayudar a mejorar y desarrollar las capacidades creativas a través de las nuevas tecnologías de forma rápida y por objetivos, desde la universidad Camilo José Cela se propone la implantación de la plataforma de aprendizaje online Lynda.com

Lynda.com forma parte de LinkedIn desde 2015 y la UCJC se convierte en la primera universidad española en ofrecer sus cursos a sus alumnos como un recurso académico más de cada materia. Los profesores de manera voluntaria disponen de la capacidad de decidir los videos que se adecuen a las necesidades específicas de las materias que imparten y difundirlos a través del Campus Virtual. En el caso de este proyecto de innovación, el video no era preparado por el docente, tal y como recomiendan algunos autores (Carrillo García y Cascales Martínez, 2016, p. 65), si no se empleaban los cursos que esta plataforma ofrece.

Así, en diciembre de 2016 desde Vicerrectorado se puso en marcha el proyecto de Innovación educativa "The Flipped Classroom" que tendría fecha de comienzo a partir de enero del 2017. Se invitó a los profesores a presentar una propuesta de práctica docente para implantar Lynda en las aulas mediante esta metodología.

Todos aquellos investigadores que presentasen como IP alguna práctica docente asociada al proyecto, recibirían la credencial acreditativa para su presentación en los organismos docentes.

Las propuestas de una manera sencilla debían contener la definición del proyecto, la metodología que se implantaría, para que grado/asignatura/ y número de alumnos se llevaría a cabo. Además de un resumen de los indicadores de éxito y calidad que se medirían.

En este texto se presentan los resultados de dos de las propuestas realizadas en la Facultad de Comunicación. En primer lugar, la realizada por la profesora doctora Laura Melendo Rodríguez-Carmona para el uso en el grado en Comunicación en el marco de la asignatura Habilidades Digitales para el S. XXI. En segundo lugar, el uso en la materia de Creatividad del grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la profesora doctora África Presol Herrero.

2. OBJETIVOS

El objetivo general del proyecto de innovación educativa consistía en implantar en el grado en comunicación y en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas el uso de la plataforma Lynda como recurso educativo. Sin embargo, cada una de las dos profesoras enfocaron el proyecto de maneras diferentes.

Con el fin de entender su desarrollo, se presentan a continuación los objetivos específicos de las dos materias participantes en el proyecto.

En primer lugar se analizan los objetivos de la materia de Habilidades Digitales. La propuesta de proyecto fue implementar una práctica de flipped classroom en el Taller de Marca personal de la asignatura. Ello permitiría tener tiempo para trabajar de manera más cercana y personal con el alumno en el aula. La asignatura tenía veintidós alumnos y era necesario tener tiempo para atender a cada uno de manera individual.

Lo que se proponía al alumno era realizar una pre-clase, que consistía en el visionado de un vídeo asincrónico con un curso relacionado con los contenidos que se querían trabajar en el aula. El propósito era que el alumno acudiera a la primera sesión con el concepto de marca personal asimilado, y de ese modo se podría dedicar tiempo en el aula a realizar ejercicios y revisar el avance de cada alumno.

Respecto a la segunda materia, creatividad, además de perseguir la motivación, la propuesta trataba de medir la capacidad del trabajo autónomo del alumno, más allá del interés por implantar una práctica de flipped classroom en la materia, puesto que la forma como está planteada la materia eminentemente práctica, ya hace al alumno participe en todas las dinámicas y protagonista de su propio aprendizaje.

Se planteó como una propuesta abierta de carácter no obligatorio sobre veintisiete alumnos matriculados en la materia de creatividad, afectando a aquellos aspectos que quizás por temas de currículo, se consideró necesario reforzar. Con una propuesta abierta y voluntaria, se pretendía analizar el interés y la actitud individual de cada alumno, principalmente fuera del aula, además de utilizar un recurso didáctico que no repercutiría directamente sobre la calificación final de la materia, sino en la formación individual de cada alumno.

Se trataba de una apuesta por el interés y motivación individual, que como fue explicado en el aula, además de facilitar el acceso a una formación gratuita, mejoraría la asimilación de contenidos coherentes con la materia, además de la certificación propia del Lynda como plataforma eLearning de educación online para universidades, empresas y estudiantes.

El sistema de evaluación era por objetivos, más allá de medir la asistencia, participación, tasa de éxito o rendimiento, trataba de medir el interés y voluntad por la formación del alumno.

Entre las aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura se persigue formar a los alumnos para que dominasen el trabajo creativo a nivel profesional. Se busca ofrecer una visión actualizada de la creatividad publicitaria, transmitir a los alumnos los conocimientos necesarios en el proceso de definición del concepto además de aplicar los contenidos en la elaboración de mensajes como parte del proceso estratégico, aprendiendo técnicas de creatividad para la generación, estimulación de ideas y la realización de los objetivos de la estrategia creativa.

3. METODOLOGÍA

3.1. Diseño

Para el estudio se ha utilizado un diseño de investigación evaluativa a través de los resultados recogidos de la plataforma Blackboard. Se ha aplicado la metodología

de Flipped Classroom a dos grupos de estudiantes y posteriormente se ha analizado y evaluado el uso e influencia en los resultados de aprendizaje a través del uso de esta metodología.

3.2. Muestra

El conjunto de sujetos empleados para este estudio fue de veintidós y veintisiete hombres y mujeres de edades comprendidas entre dieciocho y veinte años estudiantes universitarios de la Universidad Camilo José Cela las titulaciones Comunicación y Publicidad y Relaciones Públicas, respectivamente.

La elección de la muestra se debió principalmente al objetivo del proyecto de innovación educativa, aplicando la herramienta Lynda a los alumnos matriculados en ambas materias en ambos casos en modalidad presencial.

La fecha de trabajo de campo fue el segundo semestre de 2016, periodo en el que se impartieron ambas asignaturas.

3.3. Método

En primer lugar, se seleccionaron las clases sobre las que se suponía podrían aprovechar la herramienta, se preparó la planificación de la metodología sobre las actividades y el cronograma. En relación a las actividades realizadas antes del inicio de la aplicación de la metodología, se realizaron actividades previas en las que los profesores presentaron la nueva metodología a través de la plataforma BlackBoard en relación de las materias de Habilidades Digitales y Creatividad.

En la plataforma, y en cada materia, se facilita al alumno diferentes materiales como videos explicativos, documentos de lectura, sobre contenidos específicos relativos a diferentes unidades dentro de los programas de cada materia. Todos los materiales se pusieron a disposición del alumno, con la antelación suficiente como para que el alumno pudiera disfrutar de los materiales, antes del inicio de las unidades.

Los profesores de ambas materias, explicaban los contenidos teóricos, haciendo prácticas previas antes de sugerir al alumno la revisión de los ejercicios y la realización de las actividades planificadas para lograr los resultados del aprendizaje guiado.

Al finalizar las unidades, se realizaba una revisión de los temas desarrollados, profundizando en temas de interés y analizando los trabajos elaborados por los estudiantes.

4. DISCUSIÓN

4.1. Descripción del proyecto en la asignatura Habilidades Digitales para el S. XXI

Marca personal es un tema de la asignatura Habilidades digitales para el S. XXI. Se trabaja desde dos perspectivas: el fondo y la forma en una actividad denominada Taller de Marca personal con una duración de tres semanas aproximadamente.

Además de las prácticas específicas de cada unidad, los alumnos como proyecto final tienen que dar forma a su marca personal mediante un vídeo de presentación

de sí mismos, trabajando la propia identidad, con ayuda de los profesores de MediaLab, que es un laboratorio profesional-académico dirigido y coordinado por profesores y alumnos de la universidad.

El papel del profesor en la asignatura es trabajar, previamente a la grabación del vídeo, el concepto de marca que van a plasmar en él. Pero para ello, el profesor dispone sólo de cinco sesiones de clase. Al ser el trabajo de marca personal un proceso que requiere madurez por parte del alumno y mucho trabajo de introspección, este proyecto despertó interés en el docente. Es importante dejar tiempo al alumno para la reflexión pero también se le han de dar herramientas y pautas para que sea capaz de definir y verbalizar su marca para luego darle forma.

Al alumno se le informa un mes antes del proyecto en el aula. Se les indica cómo instalar el acceso desde Blackboard, específicamente desde el link de la materia dentro de la plataforma, se les indica la fecha recomendada de realización y la estructura de las sesiones del taller de marca personal.

A continuación, se procede a la descripción detallada de las sesiones de la materia con Lynda:

Sesión 0: antes de la primera sesión el alumno habrá tenido que realizar el curso de Lynda. El curso que se eligió fue: La construcción de su marca antes de graduarse.

Sesión 1:

- Aclaración de dudas sobre el concepto de marca personal y debate sobre la necesidad de tener una propia
- Visionado de La importancia del Branding Personal - Hazte Imprescindible por Risto Mejide
- Ejercicio punto de partida en el que el alumno se defina

Sesión 2: Se hará en clase un ejercicio de DAFO personal dirigido, en el que el alumno deberá localizar sus debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.

Sesión 3: Ejercicios dirigidos enfocados a profundizar en la definición de la marca personal.

Sesión 4: Trabajo supervisado en el aula resolviendo dudas.

Sesión 5: Trabajo supervisado en el aula resolviendo dudas.

Sesión 6: Presentación del concepto de marca personal de cada alumno.

Previamente a las sesiones, se le informó al alumno del sistema de evaluación del mismo. Para evaluar el Taller de Marca personal se emplearía una rúbrica, en la cual a los alumnos se les otorgaría hasta dos puntos en la nota final del taller de Marca personal. En concreto:

1. Curso Lynda (hasta 20% de la nota):
 - 0 puntos (0%) El alumno no ha hecho el curso de Lynda o ha hecho menos del 40%
 - 1 punto (10%) El alumno no ha terminado el curso entero o lo hace fuera de plazo

- 2 puntos (20%) El alumno ha hecho el curso completo en plazo
- 2. Asistencia al taller (hasta 40% de la nota):
 - 0 punto (0%) El alumno asiste a 1 ó menos sesiones
 - 1 punto (10%) El alumno asiste entre 2 y 4 sesiones
 - 2 puntos (20%) El alumno asiste a todas las sesiones del taller
- 3. Ejercicio Marca Personal (hasta 40% de la nota):
 - 0 puntos (0%) El alumno no entrega la marca personal
 - 4 puntos (40%) El alumno entrega la marca personal con alguna deficiencia o fuera de plazo
 - 6 puntos (60%) El alumno entrega la marca personal completa en plazo

Previamente al desarrollo de las sesiones, se establecieron los indicadores a medir. En concreto se medirían tres indicadores: la tasa de éxito, la de rendimiento y el análisis de la rúbrica. A saber:

- Tasa de éxito: número de alumnos que finalizan el curso sobre el total alumnos matriculados
- Tasa de rendimiento: número de alumnos que finalizan el curso antes de la fecha señalada sobre el total alumnos que lo realiza
- Análisis de la rúbrica: Rendimiento de la Evaluación: puntos reales conseguidos sobre puntos posibles

Los recursos empleados en Habilidades Digitales fueron:

1. Clase presencial que el Departamento de Tecnología Educativa impartió de flipped classroom
2. Curso en Blackboard UCJC_FLIPPED_CLASSROOM_USING_LYNDA.COM: FLIPPED CLASSROOM con siguiente recursos:
 - a. Autoevaluación inicial
 - b. Guía de trabajo Aula Invertida de la profesora Ángeles Bueno con información, tareas y casos prácticos
 - c. Learning Hub con documentos, vídeos y enlaces web a casos reales de Proyectos de Aula Inversa
 - d. Un Blog para preguntas y aclaraciones
3. Guía de uso de Lynda.com para profesores en Blackboard para activar y añadirla en Blackboard
4. Guía de uso de Lynda.com para alumnos en Blackboard para darse de alta
5. Centro de calificaciones de Blackboard de la asignatura 2016-17_60011_95353_P1.1: HABILIDADES DIGITALES PARA EL SIGLO XXI (I) - P1.1 MADRID-VILLAFRANCA MAÑANA
6. Clase presencial que el Departamento de Tecnología Educativa impartió de flipped classroom
7. Curso en Blackboard UCJC_FLIPPED_CLASSROOM_USING_LYNDA.COM: FLIPPED CLASSROOM con siguiente recursos:
 - a. Autoevaluación inicial

- b. Guía de trabajo Aula Invertida de la profesora Ángeles Bueno con información, tareas y casos prácticos
 - c. Learning Hub con documentos, vídeos y enlaces web a casos reales de Proyectos de Aula Inversa
 - d. Un blog para preguntas y aclaraciones
8. Guía de uso de Lynda.com para profesores en Blackboard para activar y añadirla en Blackboard
 9. Guía de uso de Lynda.com para alumnos en Blackboard para darse de alta
 10. Centro de calificaciones de Blackboard de la asignatura 2016-17_60011_95353_P1.1: HABILIDADES DIGITALES PARA EL SIGLO XXI (I) - P1.1 MADRID-VILLAFRANCA MAÑANA

4.2. Descripción del proyecto en la asignatura Creatividad

Por su parte, en la materia de Creatividad, el proyecto Lynda se planteó como una plataforma de aprendizaje online en la que el propio alumno escoge el momento de aprendizaje, con el interés de reforzar contenidos de la materia, en la modalidad organizativa de tutorías de seguimiento y orientación a través de la plataforma digital programadas por el profesor, en un método de enseñanza de contrato de aprendizaje, además del trabajo autónomo en aprendizaje orientado.

Para ello, una vez explicado al alumno, se determina que el momento óptimo para el inicio del proyecto, se hará coincidir con la tercera unidad didáctica de la materia, donde se analiza la idea creativa desde la identificación del concepto hasta el desarrollo de la estrategia, principios y técnicas de creatividad.

Así, se propone como herramienta de trabajo a una práctica de flipped classroom con Lynda, en la que se trata de llegar al alumno de manera individual y personalizada dentro y fuera del aula, favoreciendo durante el curso, el trabajo cooperativo- colaborativo, optimizando al máximo los recursos individuales y colectivos de cada grupo.

A continuación, se procede a la descripción detallada de las sesiones de la materia con Lynda:

Sesión 0: Antes de trabajar sobre la identidad del alumno para construcción de su imagen, el alumno había tenido que realizar el curso de Lynda: Design Thinking.

Sesión 1:

- Resolución de dudas y preguntas.
- Análisis de identidad e imagen corporativas
- Ejercicio para definir la identidad del alumno. Definición de su propio concepto

Sesión 2:

- Curso Lynda para crear identidad a través del diseño de su propio logotipo.
- Logo design: Think simple

Sesión 3: Ejercicios de diseño de piezas para crear su identidad. Creating and Adapting a Logo

Sesión 4: Trabajo tutorizado en el aula

Sesión 5: Trabajo tutorizado en el aula

Sesión 6: Exposición y defensa de su propia identidad e imagen

Para la realización de este proyecto se contaba con una serie de recursos, en concreto, los recursos utilizados en la materia de Creatividad fueron:

1. Clase presencial que el Departamento de Tecnología Educativa impartió de flipped classroom
2. Curso en Blackboard UCJC_FLIPPED_CLASSROOM_USING_LYNDA.COM: FLIPPED CLASSROOM con los siguientes recursos:
 - a. Autoevaluación inicial
 - b. Guía de trabajo Aula Invertida de la profesora Ángeles Bueno con información, tareas y casos prácticos
 - c. Learning Hub con documentos, vídeos y enlaces web a casos reales de Proyectos de Aula Inversa
 - d. Un Blog para preguntas y aclaraciones
3. Guía de uso de Lynda.com para profesores para activar y añadirla en Blackboard.
4. Guía de uso de Lynda.com para alumnos en Blackboard para darse de alta.

5. CONCLUSIONES

A continuación, se presentan los resultados de los dos proyectos, que difieren en indicadores de rendimiento al tener planteamientos distintos.

En primer lugar se presentan los indicadores de rendimiento para la asignatura Habilidades Digitales para el S. XXI:

1. Tasa de éxito: 82%.
2. Tasa de rendimiento:
 - 17% realizan curso y cumplen fecha
 - 71% realizan curso y no cumplen fecha
 - 12% no lo realiza
3. Análisis de la rúbrica:
 - Rendimiento de la Evaluación: 52%. Frente a los 2 puntos posibles, el alumno consiguió 1,04.

Estos resultados muestran que, si bien los alumnos realizaron el curso, dieciocho alumnos matriculados realizaron el curso de Lynda, muy pocos lo hicieron en la fecha indicada por el profesor. Se observa que la tasa de rendimiento refleja poco compromiso del alumno con los plazos indicados para realizarlo. Esto era clave para poder empezar la primera sesión con el concepto de marca personal asimilado.

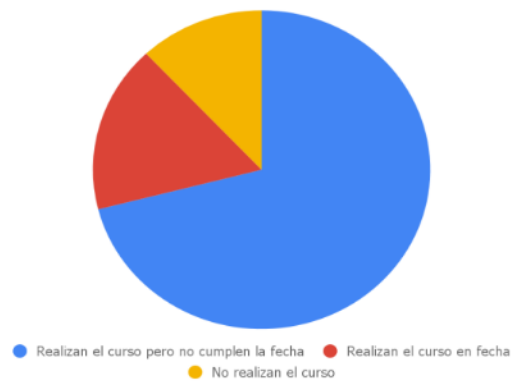


Imagen 1: Tasa de rendimiento en la asignatura Habilidades Digitales para el S. XXI

En cuanto al análisis de la rúbrica, se confirma que a los alumnos no les motiva la posibilidad de mejorar su calificación final haciendo el curso en la fecha establecida. Se puede observar que de media por hacer el curso solo obtuvieron la mitad de la calificación a la que optan. Supera en calificación a este ítem la asistencia, con datos entorno a un 30% superior. En el grueso de la calificación se encontraba el propio trabajo de marca personal, que alcanzó casi la máxima puntuación (5,67 puntos reales frente a los 6 posibles). Esto parece indicar que los alumnos se esfuerzan en las tareas denominadas tradicionales, la realización del ejercicio en sí, pero no se esfuerzan o no les llama la atención mejorar en los otros dos aspectos que podrían haberles supuesto acercarse a la nota máxima, el 10.

Respecto a los resultados obtenidos en la materia de Creatividad, decir que las estadísticas de uso de contenido muestran la falta de acceso a los tres enlaces de curso. Los resultados muestran la falta de actividad en el uso de las herramientas facilitadas.

Respecto a las alegaciones de los alumnos con una tasa de asistencia igual o superior al 75%, destacan la falta de participación por falta de tiempo y la necesidad de dedicarse a las actividades que repercuten sobre las calificaciones del sistema de evaluación, y los alumnos de escasa o nula asistencia, que afirman no haber hecho uso de la herramienta por desconocimiento de los enlaces.

En la siguiente imagen se puede leer el mensaje que se envió a los alumnos.



Imagen 2: Mensaje escrito por la profesora anunciando la actividad

En relación a los resultados de aprendizaje de las competencias que se desarrollan en la materia, una de las competencias genéricas de la materia, persigue que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la

elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio;

Así los resultados de aprendizaje se miden por la capacidad del alumno de aplicar los conocimientos teóricos y prácticos de la creatividad a problemas de comunicación a través de los mensajes publicitarios. Los cursos Lynda facilitan la herramienta de aprendizaje y desarrollo para la resolución de los problemas.

Por lo tanto, la hipótesis de partida en la que se plantea la implantación de Lynda como recurso educativo demuestra, al menos en el caso de estudio, que su implantación debe tener carácter obligatorio, además de tener repercusión sobre la calificación final de la materia. Aunque se transmitió al alumno la importancia del uso de la herramienta, que como proyecto piloto no tendría coste sobre el mismo, los alumnos decidieron no implicarse alegando falta de tiempo.

Por los resultados obtenidos y la escasa participación, se puede afirmar que la mayoría de los alumnos prefieren la clase tradicional, porque la clase invertida requiere mucho más tiempo, implicación y esfuerzo que la metodología convencional (Bogost, 2013; Schuman, 2014)

Del mismo modo, la implantación de esta metodología supone también un esfuerzo para el docente pues además del evidente cambio de rol, que reestructura la forma esperada de dar clases, donde el profesor se convierte en el guía, orientador del aprendizaje, donde no tiene cabida la clase magistral en la que los estudiantes escuchan al profesor, además tendrán que diseñar los materiales, actividades específicas para cada materia y su evaluación.

Así respecto a futuras aplicaciones consideramos que se deberían realizar sesiones informativas sobre flipped classroom e incluso asistiendo a casos reales, experiencias con las que poder evidenciar los resultados pretendidos con la metodología.

5.1 Recomendaciones

Atendiendo a los resultados obtenidos en el proyecto, desde la materia de Habilidades Digitales, se propone para futuras aplicaciones, incentivar al alumno de una manera más atractiva para incidir en la importancia de realizar el curso en fecha, quizás de manera más específica ejemplificando en el aula los resultados alcanzables.

Por otra parte, en la otra materia, debido a la falta de participación y sólo atendiendo a los resultados, con trasladar al alumno la necesidad de utilizar la herramienta para poder practicar técnicas reales a casos, se propone evaluar de manera activa y directa los resultados en los criterios de evaluación de la materia, además de la revisión en el aula de los resultados individuales y grupales.

Con este nuevo planteamiento, los objetivos de la implantación se ven alterados, puesto que no se medirá la intención y la voluntad de los alumnos, sino la adquisición de nuevas competencias a partir de la herramienta. Más allá de resultados mensurables, intuimos que la disposición y la motivación salvo excepciones, se suele dar en edades superiores con otros objetivos.

Tras estos dos proyectos y a la vista de sus resultados, se plantea ¿Qué es lo que puede aportar el modelo de clases invertidas a la educación superior presencial? A la vista está que el uso de este método requiere un cambio en las formas habituales de

impartir las clases, objetivos, propósitos, experiencias, hábitos, entre otros. Ya que en ninguno de los dos proyectos se logró la motivación del alumno a trabajar fuera del aula.

Esta manera de trabajar, que propone una metodología que desarrolla habilidades tales como la creatividad, la comunicación, el trabajo cooperativo a priori sirve para acortar la brecha entre el mundo académico y profesional al que se enfrentan los alumnos egresados.

Este modelo facilita materiales y un proceso de trabajo que resulta más atractivo para cualquier estudiante, donde se adquieren habilidades que le permiten aprender por sí mismo a partir del material facilitado, y cuyo trabajo podrá ser revisado y supervisado por el profesor en cualquier momento del proceso.

Como se ha podido observar, sería fundamental establecer un vínculo estable entre las tecnologías y las actividades desarrolladas en cada materia para implicar al alumno y alcanzar los resultados deseados, además de dedicar tiempo a mostrar los resultados en el aula como el resto de dinámicas, diferenciando así esta metodología. Las autoras coinciden con Vélez y González (2017, p. 815) en que en educación no existe "El Modelo" que resuelva todos los problemas del aula. No hay un método exclusivo que sea el definitivo. Cada docente es el que debe buscar el equilibrio entre todos los existentes. Lo que sí parece evidente es que las tecnologías de la información y comunicación deben estar presentes siempre. Sin embargo, las autoras difieren con Vélez y González en que este modelo genera un alto nivel de satisfacción y que los profesores que lo han probado repiten. En caso de repetirlo, las autoras se cuestionan si sería más adecuado trasladar este método de trabajo a las enseñanzas en modalidad semipresencial. De esta manera, y en consonancia con Chinchilla y Cañón (2015), se potenciarán las semejanzas entre la clase invertida y la educación virtual. La educación virtual se centra en el estudiante, fomenta su autonomía, se desarrolla en un ambiente flexible, presenta contenidos intencionales, se adapta al ritmo del estudiante, emplea herramientas digitales, realiza tutorías individuales de aprendizaje y fomenta la creatividad y el sentido crítico. Parecen estas semejanzas las que se deseaban potenciar en la experiencia con el uso de Lynda, que no dio los resultados esperados. Para futuras ocasiones, las autoras de este trabajo se proponen realizar el proyecto con grupos de modalidad semipresencial para poder cotejar si los resultados difieren, y se acercan a los parecidos comentados en este último párrafo.

6. REFERENCIAS

- Alonso Mosquera ,M. H.; González Vallés, J. E. y Muñoz de Luna, A. B. (2016) Ventajas e inconvenientes del uso de dispositivos electrónicos en el aula: percepción de los estudiantes de grados en comunicación. *Revista de Comunicación de la SEECI. Año XX(41)*, 136-154. doi: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2016.39.1-16>.
- Álvarez Álvarez, A. (2016) Detección de necesidades de aprendizaje mediante el uso de una red social y del vídeo en una clase de francés lengua extranjera. *Revista de Comunicación de la SEECI. Año XX(39)*, 136-154. doi:<https://doi.org/10.15198/seeci.2016.41.136-154>.
- Bergmann, J. y Sams, A. (2012). *Flip Your Classroom: Reach every student in every*

- class every day*. Washington, DC: ISTE.
- Bogost, I. (2013, August 27). The Condensed Classroom. *The Atlantic*. Recuperado de <http://www.theatlantic.com/technology/archive/2013/08/the-condensedclassroom/279013/>
- Carrillo García, M^a E., y Cascales Martínez, A. (2016). Flipped classroom en el Espacio de Educación Superior. De la teoría a la práctica. *Actas del Congreso Virtual Internacional de Educación, Innovación y TIC*, (pp. 60-68). España: REDINE.
- Chinchilla García, P.E. y Cañón Bueno, E. (2016). *Flipped Classroom: Un modelo para la educación virtual. Contribuciones al desarrollo de la virtualidad en la educación superior colombiana*. Colombia: Editorial Universidad Manuela Beltrán
- Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- García-Barrera, A. (2013). El aula inversa: cambiando la respuesta a las necesidades de los estudiantes. *Revista de la Asociación de Inspectores de Educación en España. Avances en Supervisión educativa*, nº 19. Recuperado de <https://avances.adide.org/index.php/ase/article/view/118/115>
- Moreno, R. (2015). Flipped Learning. *Flipped Learning Network (FLN)*. (2014). *The Four Pillars of F--L--I--P*. Recuperado de https://flippedlearning.org/wp-content/uploads/2016/07/FLIP_handout_FNL_Web.pdf
- Observatorio de Innovación Educativa del Tecnológico de Monterrey, (2014). Aprendizaje Invertido. *En Reporte EDU Trends*. Monterrey. Recuperado de <https://observatorio.itesm.mx/edutrendsaprendizajeinvertido/>
- Santiago, R. (2014). *Proyecto Flipped Classroom en España*. Recuperado de www.theflippedclassroom.es
- Schuman, Rebecca. (2014, February 19). The Flipped Classroom. *Slate*. Recuperado de http://www.slate.com/articles/life/education/2014/02/flipped_classrooms_in_college_lectures_online_and_problem_sets_in_the_classroom.html
- Torres Menáguer, M. (7 de noviembre de 2016). Aprender al revés es más efectivo. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/economia/2016/10/28/actualidad/1477665688_677056.html
- Vélez Alonso, F. J., y González Martínez, C. (2017). Flipped classroom en las aulas de ciencias sociales. En R. Roberto García-Morís, C. Rosa García Ruiz (Coord.). *Investigación en didáctica de las ciencias sociales. Retos, preguntas y líneas de investigación*. Córdoba, España: Universidad de Córdoba.

AUTORAS

Laura Melendo Rodríguez-Carmona

Doctora en Ciencias de la Comunicación por la UEM. Experta universitaria en el desarrollo del aprendizaje y el conocimiento en un entorno TIC. Especializada en planificación y gestión de medios publicitarios, estrategia publicitaria, narrativas transmedia, marketing digital, marketing móvil y nuevas tecnologías aplicadas a la educación, imparte docencia en grado y postgrado de la Facultad de Comunicación de la Universidad Camilo José Cela. Ha sido miembro de varios grupos de investigación: Mobile Adserver del Ministerio de Ciencia y Tecnología y en Juventud

Digital: análisis del futuro de las formas de comunicación social, económica y política a través de las experiencias de los adolescentes actuales. Ha realizado numerosas publicaciones, documentos científicos, etc. Tiene más de diez años de experiencia en agencias de medios.

<https://orcid.org/0000-0003-1111-1905>

África Presol Herrero

Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCJC. Licenciada en Ciencias de la Información especializada en Publicidad y Relaciones Públicas por la UCM. CAP por el Instituto de Ciencias de la Educación en la UCM. Premio a las prácticas docentes excelentes por la UCJC. Especialista en Diseño Gráfico y docente en la Facultad de Comunicación y Artes Digitales de la UCJC donde imparte materias como Creatividad, Identidad corporativa, Teoría de la Publicidad, Diseño, y Tecnologías Aplicadas. Ha trabajado para cuentas como Buena Vista International–Disney, Publirama, entre otros. Sus líneas de investigación giran en torno al análisis del mensaje publicitario, marca personal y al desarrollo de técnicas de creatividad, temática desarrollada en publicaciones, congresos y capítulos de libros entre otros.

<https://orcid.org/0000-0003-2236-4131>