

M^a Amor Martín Fernández, Eloisa Reche Urbano y M^a Josefa Vilches Vilela

edmetic

Revista de Educación Mediática y TIC



Flash Mob en el escenario docente. Comunicación y medios
Flash Mob on the teaching scene. Communication and media

Fecha de recepción: 10/09/2013

Fecha de revisión: 01/11/2013

Fecha de aceptación: 01/06/2014

Flash Mob en el escenario docente. Comunicación y medios.

Flash Mob on the teaching scene. Communication and media.

M^a Amor Martín Fernández¹, Eloisa Reche Urbano², M^a Josefa Vilches Vilela³,

Resumen:

El presente artículo plantea la apropiación de las acciones colectivas, concretamente del flash mob, como método de enseñanza-aprendizaje enmarcado en los actuales acontecimiento/retos sociales y que permite, por un lado, la formación integral del alumnado universitario y, en segundo lugar, la adquisición de un amplio paquete competencial que define el perfil profesional del maestro y maestra de Educación Primaria en la Sociedad del Conocimiento. En él se expone la dinámica llevada a cabo para su integración en el escenario docente, así como, las pautas necesarias para planificar y diseñar una metodología activa que trabaje con diversos agrupamientos del alumnado.

Palabras clave: flash mob, comunicación, innovación pedagógica, metodología activa.

Abstract:

This article describes the appropriation of the collective actions, concretely of the flash mob, as teaching-learning method framed in current social challenges and, that allow on the hand, the integral formation of university students, and on the other hand, the acquisition of a wide package skills that defines the professional profile of the Primary Education teacher in the Knowledge Society. In this, it is exposed the dynamic conducted for its integration into the educational scenario and the necessary guidelines to plan and to design an active methodology that works with different groupings of the students.

Key words: flash mob, communication, pedagogical innovation, active methodology.

¹ Universidad de Córdoba. m.martin@magisteriosc.es

² Universidad de Córdoba. e.reche@magisteriosc.es

³ Universidad de Córdoba. m.vilches@magisteriosc.es

1. Introducción

El panorama que ofrece la sociedad digitalizada contemporánea, pone en evidencia el potencial que esta tiene como nuevo escenario comunicativo y de transformación social, teniendo en cuenta que *“la comunicación es la clave de la actividad humana y de todo proceso de desarrollo”* (Pascual, Parra y Sancho, 2008: 190). Este hecho, conlleva en todo ciudadano, el conocer, entender y participar, como receptor crítico o de manera activa, de las posibilidades de aquella.

La ciudadanía se ha convertido en miembro participativo en la generación de información-noticias y difusión de las mismas, con el apoyo de las herramientas que han emergido de la mano del desarrollo tecnológico. Youtube, redes sociales, WhatsApp, sms, etc., a través de estas aplicaciones pertenecientes a la web social, su voz se oye y su perspectiva se expone, estando presente, cada vez más, en los medios de difusión.

En la última década, la red Internet, por medio de las comunidades online y los dispositivos móviles, ha servido como soporte para la creación de nuevos referentes expresivos con finalidades o ejes temáticos diversos, tales como movilización de recursos, denuncias sociales, reclamos o posicionamientos políticos, ocio y entretenimiento, proclamación de valores, así como, estrategias de marketing u homenajes musicales, etc. Se habla de los movimientos sociales (smartmob, flash mob, absurdmob, etc.) suscitados desde las vías de comunicación actuales y que se posicionan como fuerzas sociales transformadoras.

Estos movimientos, en su mayoría, surgidos de las redes sociales propician una forma diferente de organización, participación, movilización y colaboración de masas, donde cada ciudadano puede actuar e interactuar de manera colectiva y potenciar la creación en red (Cobo, 2010).

2. Comunicación, Lenguaje y TIC

El ser humano es un ser social que manifiesta continuamente una necesidad ineludible de comunicación a través, fundamentalmente, del lenguaje. La relación con los demás le permite el desarrollo personal en todos los ámbitos y es razón misma de su propia humanidad. Por su parte, la búsqueda continua

de medios para lograr la necesaria comunicación se ha constituido en motor cultural y de progreso científico y tecnológico para responder en cada momento histórico a los nuevos retos que se plantean.

El concepto de comunicación ha sido definido por las más variadas disciplinas, desde múltiples puntos de vista y no siempre con un significado unívoco. Interesa aquí, de manera especial, la dimensión social e interpersonal de la comunicación, por varios motivos. En primer lugar, porque la reflexión sobre la comunicación y sus posibilidades se ha de insertar en el nuevo contexto social, caracterizado por el fenómeno de la globalización y por la presencia e impacto de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC). Ambos factores, para Guarro Pallás (2005), están íntimamente relacionados ya que las TIC han proporcionado la infraestructura de la dinámica global y han permitido operar en tiempo real en todo el mundo, lo que hasta su aparición era algo impensable. Consecuencias inmediatas son, por tanto, la mundialización de la información, la desaparición de los límites espaciales de los intercambios comunicativos, la aparición de nuevos códigos, novedosas formas de relación interpersonal, entre otras, todas ellas auspiciadas por la mediación de las TIC. En segundo lugar, porque hablamos del ámbito educativo y, en él, el proceso de enseñanza-aprendizaje es "per se" un acto de comunicación, que se ve influido por el escenario social descrito.

Sorice (2000), descubre que entre las plurisignificaciones más relevantes, la comunicación es contacto, fundamentalmente entre personas, aunque no exclusivamente, y es influjo, entendido como ejercicio de poder, del que es ejemplo claro la influencia de los medios de comunicación y la recepción pasiva de sus mensajes. La comunicación es también transmisión de información que un emisor envía a un receptor y es un acto social de participación en la construcción común de la percepción de la realidad. De esta forma, se convierte en factor de integración que conduce de la individualidad -el monólogo interior es también comunicación-, a la relación social para el planteamiento de finalidades y acciones en común, a través, fundamentalmente, del lenguaje y de otros medios de comunicación,

En este marco, el lenguaje humano se constituye en el medio de

comunicación por excelencia. Jesús Tusón (2003), lo define como “un sistema de comunicación y de autoexpresión, de base vocal y auditiva, propio y exclusivo de los seres humanos” (p. 23). Para este autor, el lenguaje es el medio que provoca, realiza y hace posible la expresión de la conciencia de sí mismo. Pero además es instrumento para la autoexpresión libre, de tal manera que el lenguaje se constituye en soporte del pensamiento. Este pensamiento necesita comprender el mundo y lo hace por medio del lenguaje, modelo taxonómico, es decir herramienta simbólica para la clasificación, comprensión e interpretación de la realidad. La percepción del mundo se organiza, así, de acuerdo al modelo lingüístico, lo que implica la consideración de la lengua como instrumento cognitivo. De ahí la importancia, para el ámbito educativo, de lograr un adecuado desarrollo lingüístico del alumnado, porque el lenguaje no es solo una capacidad biológica humana, sino también un producto cultural. Es más, el lenguaje cuando se hace lengua se convierte en transmisor y depositario de cultura (Paulín, 2006).

El objetivo esencial de la educación lingüística ha sido tradicionalmente, y debe seguir siéndolo, contribuir a la adquisición y al dominio de las destrezas comunicativas: hablar, escuchar, leer y escribir. Se trata de hacer que se adquieran y se desarrollen los conocimientos, las capacidades, las habilidades y las actitudes que permiten al individuo desenvolverse de una manera adecuada y competente en las diversas situaciones y contextos comunicativos.

El lenguaje es un medio excepcional que hace posible la transmisión de información y la relación entre los miembros de una sociedad determinada, sistema base, también, de las comunicaciones mediadas por las TIC. Pero, por su parte, las innovaciones tecnológicas han creado y continuarán creando nuevas formas de comunicación, nuevos formatos de almacenamiento, reproducción y transmisión de la producción cultural, que configuran a la sociedad misma. Por tanto, es necesario recuperar y poner en valor la noción de competencia comunicativa que, introducida por Gumperz y Hymes (1972), fue muy desarrollada posteriormente y que permite una interpretación conjunta de viejas y nuevas formas de comunicación.

Canale (1995), estableció un marco teórico para la competencia comunicativa que incluye cuatro grandes áreas de conocimientos y de

habilidades: a) La competencia gramatical, referida a la capacidad innata para hablar una lengua y el conocimiento del código lingüístico; b) la competencia sociolingüística que capacita para el conocimiento de las normas socioculturales que condicionan el comportamiento comunicativo en los diferentes ámbitos del uso lingüístico; c) la competencia discursiva o textual, relacionada con los conocimientos y habilidades para comprender y producir diversos tipos de textos con cohesión y coherencia; y d) la competencia estratégica, que se refiere al conjunto de recursos de comunicación verbal y no verbal para reparar los diversos problemas que se pueden producir en el intercambio comunicativo, con la finalidad de hacer efectiva la comunicación.

Lomas (1999), cree adecuado añadir a estas competencias otros dos tipos específicos de competencias: e) la competencia literaria, que incluye los conocimientos, las habilidades y los hábitos que hacen posible el uso y disfrute de los textos literarios y f) la competencia semiológica que incluye los conocimientos, las habilidades y las actitudes que favorecen una interpretación crítica de los usos y formas de nuestros usos lingüísticos y de los medios de comunicación de masas y de la publicidad.

Nadie duda ya que la mediación tecnológica de la comunicación ha revolucionado los propios límites de la comunicación. Ello implica, en consecuencia, la ampliación conceptual de la competencia comunicativa. Numerosos autores, Pérez Tornero (1997), Andrea (2000) y Rodríguez Illera (2008), entre otros, han expresado la necesidad de ampliar el contenido de esta competencia. Prado (2001), afirma que la comunicación en el entorno tecnológico *entraña un complejo proceso en el que los códigos verbales estrictamente lingüísticos han dejado de desempeñar el papel exclusivo en el discurso y comparten su valor en la construcción del sentido con otros códigos no verbales, especialmente icónicos y multimedia, que precisan de los hablantes estrategias específicas para su uso adecuado e interpretación sémica* (p.22).

La alfabetización en la sociedad del conocimiento debe ir encaminada a la adquisición de competencias comunicativas y sociales que, además, consideren “el contexto de comunicación, cultural e interpersonal en el que se

producen" (Rodríguez Illeras, 2004: 432).

En estos momentos, la lapidaria afirmación de Watzlawick (1971), de que "en interacción es imposible no comunicar" (p. 49), se percibe hoy como premonitoria. La comunicación interpersonal se da siempre. Existe cuando nos comunicamos mediante las palabras, a través de la información que transmiten sus significados precisos, y más allá de ellas mismas, en el rico lenguaje de los gestos que la acompañan. Existe aun cuando no se desea comunicar, incluso cuando cesa la palabra y se impone el silencio, y la conducta en sí misma se hace mensaje. Y existe, como nunca lo ha sido en la historia de la humanidad, en la constante, universal e ilimitada extensión de las posibilidades de las nuevas formas y redes de comunicación. En todos estos casos la interacción provoca una reacción, una respuesta en quienes participan en ella.

Corresponde a los docentes guiar el aprendizaje de los nuevos usos comunicativos, a fin de superar el autodidactismo y el divorcio reinante entre el contexto social y el académico.

3. Redes sociales y movimientos sociales

El mensaje (información) y la participación ciudadana han signado desde hace tiempo la política, la economía, el arte, la motivación, la conducta, etc., generando nuevas formas de construcción del conocimiento compartido y un nuevo orden social. Como se ha descrito, la necesidad humana de comunicar y expresar la opinión, ha generado una continua búsqueda del modelo de interacción entre la comunidad que rompiera con la estructura vertical de la sociedad. La aparición de las redes sociales lo han hecho posible, generando un mundo virtual paralelo al mundo físico que permite la interacción entre ambos. Las personas conectan, comparten, expresan, motivan, realizando un acto de comunicación horizontal y mediando, en muchas ocasiones, el lenguaje y los modos de actuación.

Este modelo social participativo y el desarrollo tecnológico, a través de las redes sociales de Internet y las vías de comunicación que proporcionan los dispositivos móviles, conforman una perfecta simbiosis que derivan en filosofías como la inteligencia colectiva, planteada por Lèvy (2004), de la mano de la

tecnología web 2.0, el cual esboza una nueva dimensión de la comunicación que va más allá del lenguaje individual. Defiende que, a raíz de la apropiación que el ciudadano hace de la tecnología, convirtiéndose en accionista de información-conocimiento, este la distribuye y coordina por todas partes, integrándola de manera natural en todas las actividades humanas y, de manera renovada, regresa a las manos de todos. En definitiva, permite “poner en común nuestros conocimientos y mostrárnoslos recíprocamente” (p.12) (ver figura 1).

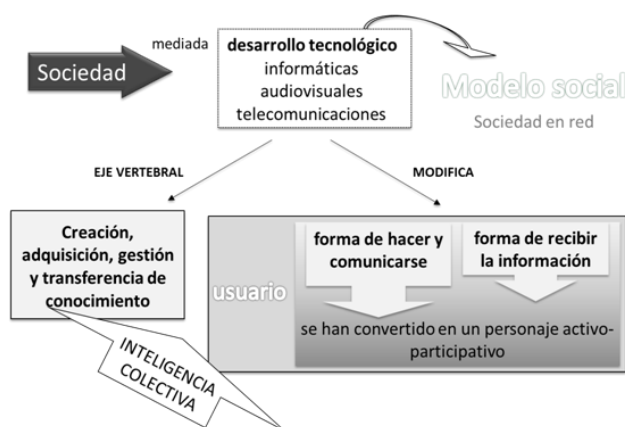


Figura 1. Modelo social derivado del desarrollo tecnológico.

Todo ello, provoca el fenómeno social que varios autores, entre ellos, Melucci (2002), definen como acciones colectivas. Estas se caracterizan por romper la identidad de clases y su preocupación por temas globales, están estrechamente vinculadas a los denominados movimientos sociales, siendo capaces de movilizar a una sociedad en red. A su vez, Rheingold (2004), reflexiona sobre la contextualización de estos movimientos, también conocidos como multitudes inteligentes, considerándolos como “un grupo de personas capaces de actuar conjuntamente aunque no se conozcan” (p.18), y que se caracterizan por la apropiación que hacen de los dispositivos actuales de comunicación para hacer un llamamiento o convocatoria popular.

Por su parte, Cobo y Pardo (2007), complementan este concepto, aludiendo a la “capacidad que tiene un grupo de personas de colaborar para decidir sobre su propio futuro, así como la posibilidad de alcanzar colectivamente sus metas en un contexto de alta complejidad” (p.45). En virtud de ello, los medios actuales de comunicación son por sus características,

el ámbito o escenario idóneo para desarrollar estas interacciones sociales, en cualquiera de los dispositivos digitales desde los que se pueda acceder.

Al hablar de movimientos sociales contemporáneos, se hace referencia a manifestaciones expresivas, articuladas mediante las tecnologías de la información y la comunicación, que en su mayoría, son consideradas como fenómenos sociales de *“agrupaciones de personas organizadas a través de dispositivos digitales se le ha llamado movilizaciones instantáneas”* (Cobo, 2010, p.3).

Retrospectivamente, las primeras manifestaciones o acciones sociales operaban desde una perspectiva ideológica y constituían *“una crítica al orden social y a la democracia representativa, desafiando las formas convencionales de hacer política”* (Chihu, 2007: 81). Por otro lado, surgen los movimientos como disciplinas artísticas, donde se plantean una redefinición del espacio público, la obra artística y la participación ciudadana. Entre las más significativas, se encuentran el happening y el fluxus.

Aproximadamente en la década de los 60, se comenzó a hablar de la performance como un arte que presentaba una acción, o acciones simultáneas, desarrolladas en lugares abiertos, con la idea de romper la cotidianeidad de la sociedad en general, causando un impacto en el espectador y provocando, en ocasiones, la participación del público en la misma obra. En la actualidad, se encuentran trabajos como los que realiza el fotógrafo Spencer Tunick, a caballo entre las pretensiones de esta disciplina y las potencialidades de la tecnología, al servir esta de vía para el llamamiento y la participación ciudadana. La performance art tuvo su máximo apogeo en los años 80, concibiéndose como la antesala de los movimientos actuales, conocidos como smartmob, absurdmob y flash mob.

Se entiende por smartmob aquellas *“acciones colectivas donde individuos, grupos, dispositivos móviles, y también ordenadores conectados vía internet, forman una masa híbrida politizada y difunden informaciones ausentes de los medios de comunicación de masas”* (Lasén y Martínez de Albeniz, 2008: 3). Por otro lado, González y Martínez (2010), definen el *“absurdmob como actos colectivos de invasión en el orden social a través de llevar a cabo un gesto absurdo multitudinario”* (p.14). El fenómeno más extendido en la sociedad en red es el flash mob, definido por Cobo (2010),

como *“un grupo de personas que se reúne simultánea, transitoria y voluntariamente, sin que sea necesario que se conozcan con anterioridad, en un lugar público para realizar algo inusual o notable (suelen ser acciones simbólicas) para luego desaparecer de improvisto. Usualmente están organizados a través de Internet u otro sistema de comunicación digital”* (p.4).

En la mayoría de los casos, se trata de individuos que basándose en las redes sociales difunden mensajes a sus contactos o conocidos, los cuales, a su vez, hacen lo mismo hasta construir una gran cadena de comunicación, que es capaz de movilizar a miles de personas. *“Gracias a Internet y las redes sociales -que son el vivo ejemplo de la interactividad- se puede modificar una conducta, crear nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto”* (Caldevilla, 2010: 55).

En esta línea, el flash mob, aunque en sus orígenes fue concebido como vía de reivindicación o para el ocio y entrenamiento, se ha convertido ya en una herramienta muy poderosa para la sensibilización sobre diversas causas sociales y comerciales. De acuerdo con González y Martínez (2010), este tipo de representaciones puede conseguir mayor sensibilidad en las personas que otros medios de difusión, *más aún cuando esa persona es protagonista, participa de lleno en la movilización y se divierte* (p.21).

3.1 El Flash Mob

Cronológicamente, la primera referencia al flash mob es de 2002, cuando se crea una página web en la que, por primera vez, los mobbers empiezan a planear sus reuniones. Posteriormente, ese mismo año, Bill Wasik, editor junior de Harper's Magazine, organizó en Manhattan el primero de ellos, siendo un fracaso al revelarse lo que iba a pasar, e intentándolo más tarde, con la convocatoria de numerosas personas en el departamento de ventas del gran almacén Macy's (Chauca, 2012).

Desde entonces, son numerosas las movilizaciones realizadas, independientemente del carácter o finalidad. Entre ellas, se pueden citar la campaña publicitaria que una compañía de telecomunicaciones realizó en una estación de metro londinense, sorprendiendo a los transeúntes e involucrándolos en la movida al sacar sus móviles para grabarlo, contarlos o

mandarlo, demostrando así que el ser humano tiene la necesidad de compartir sus vivencias, sobre todo si estas son un acontecimiento espontáneo; los diversos tributos a Michel Jackson que llevan realizándose desde su desaparición en diversos países, representando en el flash mob sus coreografías, y las movilizaciones reivindicativas o de protestas por los acontecimientos cruentos ocurridos en Siria o, más recientemente, las celebradas en Barcelona por temas como los desahucios, en el marco del Día Mundial de las Personas Sin Techo.

Para la planificación de un flash mob se deben considerar diversos aspectos como el diseño del reclamo, la difusión del evento, la ejecución del mismo y su publicación posterior. Con respecto al diseño del reclamo, es preciso captar la atención de la gente-transeúntes-espectadores y este puede constar de un texto, imágenes e incluso vídeos. Para la difusión del evento, se suelen utilizar vías de comunicación tipo redes sociales u otros medios de interacción social. Se lleva a cabo por el "efecto bola de nieve" y se informa del lugar, el día y la hora del evento, algunas veces se incluye también la finalidad del mismo (dependiendo del impacto que se quiera generar o de las condiciones del evento). Para su ejecución, se acuerda en qué momento empieza y la manera de invadir el espacio, siendo imprescindible que una vez finalizado, los participantes vuelvan a sus quehaceres iniciales, como si nada hubiera pasado, haciendo honor al significado de flash mob.

Otro de los aspectos relevantes de este tipo de evento, es la publicación posterior del mismo, con el objetivo de conseguir el mayor impacto a nivel social. Suele hacerse a través de redes sociales, aplicaciones o herramientas de divulgación masiva, que permita la emisión de vídeo.

En esta línea, el flash mob atiende, entre otras, a las siguientes características:

- Las TIC median la comunicación, estableciéndose a través de la sociedad en red (Internet -redes sociales- y dispositivos móviles).
- Permite comunicar valiéndose de la diversidad del lenguaje (verbal, corporal y audiovisual).
- No requiere la relación social previa entre los actores, propiciando la diversidad social (ideológica, género, generacional, etc.).
- Está condicionada por la capacidad de convocatoria.

- Posee la capacidad para sorprender, siendo aspectos importantes la posibilidad de involucrar a los espectadores y la espontaneidad, considerándose por ello como movilizaciones instantáneas, (también conocidas como movilizaciones colectivas o movilizaciones inteligentes).
- Facilita la cooperación rompiendo las barreras espaciales.
- No requiere de conocimientos previos, sino la capacidad de emprendimiento y participación.
- Se desarrollan en espacios públicos asegurando la vinculación entre el espacio y la intencionalidad.

3. El Flash Mob en el escenario docente

El cambio de paradigma educativo, como respuesta a las exigencias del actual panorama social, ha dado un salto cualitativo desde la formación en conocimientos a la formación en competencias del alumnado.

Los Principios Europeos Comunes para las Competencias y Cualificaciones de los Maestros (Common European Principles for Teacher Competences and Qualifications), emitidos por la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea (versión de 2005), señalan que los maestros y maestras deberían de ser capaces de trabajar de manera eficaz en tres dominios estrechamente ligados: trabajar la información, la tecnología y el conocimiento; trabajar con sus congéneres: estudiantes, colegas y otros compañeros del campo de la educación, y trabajar con y en el seno de la sociedad a nivel local, regional, nacional, europeo y mundial.

Por otra parte, la accesibilidad a las TIC y el avance tecnológico ha suscitado la necesidad de formar ciudadanos con un mínimo de cualidades que les permitan apropiarse de ellas y adaptarse, de modo flexible, a los cambios continuos que se producen, por lo que, en su función educativa-socializadora, la integración de las TIC en el ámbito docente se ha convertido en una prioridad, poniendo especial énfasis en la alfabetización del alumnado. Se hace referencia a la llamada educación mediática que engloba, la alfabetización mediática, informacional, audiovisual y digital, sin dejar de lado, la estrecha vinculación que estas tienen con la competencia en comunicación lingüística y con la competencia social y ciudadana.

Según la UNESCO (2011), la alfabetización mediática e informacional, en el mundo contemporáneo, debe ir orientada a facilitar a la persona las competencias necesarias para poder ejercer su derecho a la libertad de expresión, que abarca el uso ético de las informaciones que se reciben, la posibilidad de generar las propias, así como, la difusión de ellas, a través de cualquier medio de comunicación. En esta línea, la educación mediática, en los centros escolares, tiene como objetivo *“modular la cultura de interacción con los medios, el desarrollo de habilidades creativas y comunicativas, el pensamiento crítico, la percepción, interpretación, análisis y evaluación de material mediático y la enseñanza de distintas formas de expresión personal con el uso de la tecnología mediática”* (Fedorov, 2011: 8).

Por su parte, la alfabetización audiovisual se centra en los conocimientos, habilidades y actitudes relacionadas con los medios de comunicación de masa y el lenguaje audiovisual (Pérez y Delgado, 2012), y la alfabetización digital hace referencia, al conocimiento y apropiación de las herramientas, aplicaciones y dispositivos tecnológicos, teniendo en cuenta la obsolescencia o caducidad de los mismos (Area, 2008).

La competencia en comunicación lingüística “se refiere a la utilización del lenguaje como instrumento de comunicación oral y escrita, de representación, interpretación y comprensión de la realidad, de construcción y comunicación del conocimiento y de organización y autorregulación del pensamiento, las emociones y la conducta” (Ministerio de Educación y Ciencia, 2006, p.43058). Los conocimientos, destrezas y actitudes propios de esta competencia permiten expresar pensamientos, emociones, vivencias y opiniones, así como dialogar, formarse un juicio crítico y ético, generar ideas, estructurar el conocimiento, dar coherencia y cohesión al discurso y a las propias acciones y tareas, adoptar decisiones, y disfrutar escuchando, leyendo o expresándose de forma oral y escrita, todo lo cual contribuye además al desarrollo de la autoestima y de la confianza en sí mismo.

Por su parte, la competencia social y ciudadana hace posible comprender la realidad social en que se vive, cooperar, convivir y ejercer la ciudadanía democrática en una sociedad plural, así como comprometerse a contribuir a su mejora, integrando en ella, conocimientos diversos y habilidades complejas que permiten participar, tomar decisiones, elegir cómo comportarse

en determinadas situaciones y responsabilizarse de las elecciones y decisiones adoptadas (Ministerio de Educación y Ciencia, 2006: 43061).

Teniendo en cuenta, las finalidades didácticas, el flash mob, por sus características, facilita la ejecución de estos objetivos, en tanto que permite:

- Analizar la actualidad social.
- Utilizar las potencialidades de comunicación que ofrece la sociedad en red.
- Valerse de la familiaridad de los jóvenes con este tipo de movilizaciones.
- Participar y expresar ideas, creencias, valores, llegando a un público heterogéneo y plural.

3.1 Diseño, planificación y ejecución de un flash mob con fines sociales y pedagógicos

El objetivo de esta actividad académica nace de la necesidad de formar futuros profesionales en competencias como, conocer y aplicar en las aulas las TIC, discernir selectivamente la información audiovisual que contribuya a los aprendizajes, a la formación cívica y a la riqueza cultural, adquirir formación literaria, así como, fomentar la lectura y animar a escribir, promover acciones de educación en valores orientadas a la preparación de una ciudadanía activa y democrática en el marco de los derechos humanos, comprender los principios que contribuyen a la formación cultural, personal y social desde las artes y, adquirir hábitos y destrezas para el aprendizaje autónomo y cooperativo y promoverlo entre los estudiantes, recogidas en el plan de estudios que define el Título de Grado de Educación Primaria, en la Universidad de Córdoba.

La diversidad temática y expresiva, así como la movilización de competencias que se trabajan con el flash mob, permiten que esta actividad tenga un carácter interdisciplinar, facilitando la coordinación de manera horizontal, con la implicación de cuatro asignaturas que se imparten en el segundo curso del Grado de Educación Primaria, "Convivencia Escolar y Cultura de Paz en Educación Primaria", "Formación Literaria y Literatura Infantil", "Expresión Plástica y Visual" y "Educación Mediática y Aplicaciones Didácticas de la TIC".

Para el desarrollo de esta práctica, se plantea la ejecución del diseño y la planificación de un flash mob, teniendo presente, que desde las diversas asignaturas se trabajan, previamente, un abanico de contenidos perteneciente al currículum de Educación Primaria que le permite al alumnado el diseño temático del mismo.

Por otro lado, como propuesta de innovación para llevarse a cabo con el alumnado de la etapa de Educación Primaria, el flash mob debe estar enmarcado en un proyecto pedagógico, en el cual queden fundamentados los objetivos didácticos que se persiguen, así como las competencias básicas del currículum que se adquieren y se pretende desarrollar.

Las asignaturas de Educación mediática y la de Formación literaria, con esta práctica, trabajan la expresión a través de los medios, implícita en la competencia llamada "Tratamiento de la información y competencia digital", así como, la "Competencia en comunicación lingüística" del currículum de Educación Primaria, abordando la alfabetización mediática, informacional y audiovisual, y las habilidades lingüísticas, socio-lingüísticas, textuales, literarias y semiológicas, respectivamente.

Desde la primera de ellas, se pretende educar ante los medios, trabajando a partir del análisis de la actualidad, en donde las redes sociales, los dispositivos móviles de comunicación y las aplicaciones para la difusión de información, tanto textual como audiovisual, tienen un papel importante. A su vez, se desarrollan actitudes críticas ante sus mensajes, propiciando la cultura de la participación mediante el análisis de la comunicación horizontal que facilitan la reflexión sobre el poder de convocatoria y movilización que tienen. En esta línea, la educación mediática ofrece un escenario propicio para la formación integral y el pensamiento crítico del alumnado, facilita el desarrollo de competencias creativas y comunicativas y, la enseñanza de distintas formas de expresión personal, en el marco de la educación mediática. A su vez, modula la cultura de interacción con los medios a través de experiencias de interacción social de la mano de la tecnología.

Considerada la literatura como un modo privilegiado de comunicación lingüística, desde Formación Literaria se trata de plantear y experimentar el fenómeno literario en el marco del proceso de comunicación: un fenómeno social por el que un emisor transmite un mensaje (idea, sentimiento,

emoción...) a un receptor, utilizando un código conocido tanto por el emisor como por el receptor, en un contexto concreto y a través de un canal determinado. Se busca el desarrollo de la competencia comunicativa a través de la competencia literaria en particular, al intentar que el alumnado asuma en sus intercambios comunicativos, sean del tipo que sean y para cualquier contexto, la características del lenguaje literario: originalidad, voluntad artística, intención comunicativa con una finalidad estética, plurisignificación y predominio de la función poética.

La formación literaria se constituye, también, en el espacio de acercamiento crítico a los diversos discursos para discernir aquellos que contribuyan a la riqueza cultural. Especial interés tiene la aportación de las TIC y de los nuevos géneros literarios nacidos en el ciberespacio. En este ámbito de relación, el flash mob hace posible la coincidencia del contexto propio, característica de los textos literarios, con el escenario real de aprendizaje. En el flash mob los espectadores, como el lector, no conocen el contexto hasta que se encuentran inmersos en su ejecución. Por último, la formación literaria enseña a utilizar la palabra experta de la literatura como transmisora de valores y como mediadora de transformación social.

La puesta en marcha del flash mob, parte de una lluvia de ideas en grupos pequeños dando paso a un casting de ideas, con todo el grupo aula. De él se deriva la elección y concreción de la representación a llevar a cabo. Al ser tres los grupos aula de segundo de Grado de Educación Primaria, cada uno de ellos, sigue la misma dinámica generando, sin embargo, tres productos diferentes. El primer grupo se decanta para su representación por el uso del lenguaje escrito y no verbal auditivo, siendo la música el eje de la representación. El segundo grupo, utiliza el lenguaje corporal y audiovisual, valiéndose de la música como apoyo contextual. El último grupo, decide mediar su representación a través de la creación propia de un discurso oral.

La planificación atiende a los diversos aspectos que conlleva la ejecución de un evento de este tipo, entre los que se encuentran:

- La localización: lugar-hora dónde se realizará el evento, en función de la concurrencia masiva de personas.
- El reparto de roles: invasores y el atrezo que estos requieren.

- Logística: especificación y realización del material de apoyo necesario, música, imagen y cámaras de vídeo (ubicación, especificación de encuadre, etc.).
- Actos: (fases del evento) cómo comienza, cómo se desarrolla (entrada de los invasores), cómo finaliza, incluida en ella la dispersión.
- Impacto: recogida de información sobre la experiencia (participantes y espectadores).

Para poder dinamizar y propiciar la participación activa del alumnado, se consideran las tareas por asignación de roles, en función de los aspectos comentados anteriormente, por lo que se conforman cuatro grupos de trabajo: localización-estudio de impacto, diseñadores-planificadores, material de apoyo y proyecto de innovación pedagógica. Cada uno de ellos, aborda los apartados que se pueden observar en la siguiente tabla.

Roles	FUNCIONES
Diseño y planificación	Desarrollo de la idea inicial y diseño de los diversos actos. Planificación de la estrategia y pautas para su ejecución (acciones de cada uno de los invasores).
Material de apoyo (Logística)	Adquisición y elaboración del atrezzo necesario para el desarrollo del flash mob. Planificación de la grabación audiovisual (utilización del lenguaje audiovisual). Grabación y montaje del vídeo.
Localización y estudio de impacto	Estudio previo de impacto para determinar el lugar y la hora más adecuada. Elaboración del instrumento de recogida de información sobre las impresiones de la audiencia (entrevista semiestructurada). Análisis y sistematización de la información recogida.
Proyecto de innovación pedagógica	Sistematización y concreción de los objetivos del grupo de innovación docente y especificación de las competencias del currículum de Educación Primaria que se adquieren y desarrollan con la ejecución del flash mob (en el caso de llevarlo a cabo con el alumnado de la etapa). Categorización de las actas semanales del trabajo llevado a cabo en las sesiones grupales y por los roles.

Tabla 1. Roles y funciones a desempeñar

Para la planificación y ejecución del flash mob se cuenta con las horas lectivas de las asignaturas implicadas, a lo largo de seis semanas, además de la movilización de recursos como diversos eventos y chat en las redes sociales, para proporcionar, un espacio de interacción en el cual se puedan comentar las necesidades, sugerencias, etc. La ejecución se realiza en el Centro de Magisterio Sagrado Corazón, teniendo en cuenta la franja horaria que en el estudio de impacto se constata como el momento de máxima afluencia. Los tres se representan el mismo día, de manera consecutiva. Uno de los grupos, además, lo traslada a la calle, previa solicitud de los permisos pertinentes al Ayuntamiento de Córdoba y a la Policía Local, informando también a la prensa. Se consiguieron así, dos objetivos importantes, la implicación de la ciudadanía y la repercusión mediática. Posteriormente, los montajes que realiza el alumnado de cada grupo se suben a la página web del Centro para su difusión, como se puede consultar en

<http://www.uco.es/sagradocorazon/principal/novedades/index.html>.

129

4. Conclusiones

En la implantación de la formación en competencias es ya un hecho el cambio de concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje, la centralidad del alumnado en el mismo, así como la implementación de nuevas metodologías y herramientas de evaluación. Sin embargo, no se han desarrollado con la misma intensidad los necesarios espacios de aprendizaje, a pesar de que es un acuerdo unánime que la formación por competencias estrecha los lazos entre formación universitaria y ámbito profesional. Exceptuando las prácticas externas que pudieran realizar los y las estudiantes, estos no cuentan con las posibilidades que los escenarios reales aportan al desarrollo competencial. La incorporación del flash mob como método de enseñanza aprendizaje es fruto de esta reflexión.

Por otra parte, en la formación inicial universitaria destaca la adquisición, entre todas, de las competencias que el nuevo contexto social y sus continuos cambios exigen. La importancia de la comunicación en la sociedad actual y la accesibilidad a las TIC hacen que el logro de la

competencia comunicativa adquiere singular importancia, la cual considerada en su significación extensa propuesta, albergaría la competencia lingüística y la mediática, pues permite una interpretación conjunta de unas y otras formas de comunicación. El flash mob, por sus características, posibilita el desarrollo de competencias comunicativas y sociales: lingüística, mediática, informacional, audiovisual, digital, social y ciudadana.

La experiencia que se ha descrito se diseñó con miras al desarrollo de estas competencias en el alumnado del Título de Grado en Educación Primaria. Con ella se ha proporcionado el escenario adecuado para la experimentación real de las mismas y, a su vez, ha colaborado para que sean capaces de transmitir a su futuro alumnado las competencias que la legislación vigente establece para la etapa educativa de Educación Primaria.

Referencias bibliográficas

- AREA, M. (2008). La innovación pedagógica con TIC y el desarrollo de las competencias informacionales y digitales. *Investigación en la Escuela*, 64, 5-7.
- CALDEVILLA, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110045A/18656> (Consultado el: 3/12/2012).
- CANALE, M. (1995). De la competencia comunicativa a la pedagogía comunicativa del lenguaje. En M. Llobera, (Ed.). *Competencia comunicativa. Documentos básicos en la enseñanza de lenguas extranjeras*. Madrid: Edelsa.
- CHAUCA, P. (2012). El flash mob: antecedentes y perspectivas como la práctica escénica comprometida sociopolíticamente. *Arte y Sociedad. Revista de Investigación*, 1. Recuperado de <http://asri.eumed.net/1/pc.html> (Consultado el: 3/12/2012).
- COBO, C. y PARDO, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Recuperado de <http://www.planetaweb2.net/>
- COBO, C. (2010). Las multitudes inteligentes de la era digital. *Revista digital*

- Universitaria. Recuperado de http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art48/jun_art48.pdf (Consultado el: 4/08/2012).
- Chihu, A. (2007). *Melucci: La teoría de la acción colectiva*. Recuperado de http://148.206.107.15/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=6&tipo=ARTICULO&id=2881&archivo=1-177-2881hko.pdf&titulo=Melucci:%20la%20teor%C3%ADa%20de%20la%20acci%C3%B3n%20colectiva (Consultado el: 5/11/2012).
- Fedorov, A. (2011). *Alfabetización mediática en el mundo*. Recuperado de <http://www.infoamerica.org/icr/n05/fedorov.pdf>
- GONZÁLEZ, J y MARTÍNEZ, P. (2010). *Desarrollo de servicios Multimedia interactivos asociados a contenidos audiovisuales para TV.Inf.* Proyecto final de carrera. Recuperado de: <http://riunet.upv.es/handle/10251/11151> (Consultado el: 3/12/2012).
- GUARRO PALLÁS, A. (2005). *Los procesos de cambio educativo en una sociedad compleja*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- GUMPERZ, J. Y HYMES, D. (1972). *Directions in Sociolinguistics. The Ethnography of Communication*. Nueva York: Holt, Rinehart and Winston.
- LASÉN, A. y MARTÍNEZ, I. (2008). *Movimientos, mobidas y móviles. Un análisis de las masas mediatizadas*. En I. SÁDABA, y A. GORDO. (Coords.). *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Catarata.
- LÈVY, P. (2004). *Inteligencia compartida*. Recuperado de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf> (Consultado el: 3/12/2012).
- LOMAS, C. (1999). *Cómo enseñar a hacer cosas con las palabras. Teoría y práctica de la educación lingüística*. Barcelona: Paidós.
- MELUCCI, A. (2002). *Vivencia y Convivencia: Teoría Social para una era de la Información*. Madrid: Calesa.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA (2006). *REAL DECRETO 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación primaria*. Madrid: BOE (Nº293, 8 de diciembre de 2006). Recuperado de <http://www.boe.es/boe/dias/2006/12/08/pdfs/A43053-43102.pdf> (Consultado el: 3/12/2012).

- PARLAMENTO EUROPEO (2008). *El PE sugiere introducir una asignatura de "educación mediática" en las escuelas europeas*. [Nota de prensa]. Recuperado de: <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=IM-PRESS&reference=20081216IPR44614&format=XML&language=ES> (Consultado el: 3/12/2012).
- PASCUAL, M., PARRA, P. y SANCHO, C. (2008). Los medios de comunicación entre lo global y lo local en la era de Internet. En I. Sádaba, y A. Gordo. (Coords). *Cultura digital y movimientos sociales*. Madrid: Catarata.
- PAULÍN, G. (2006). *Rudimentos del lenguaje articulado*. México: Universidad Autónoma de México.
- PÉREZ, M. A. y DELGADO, A. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 39, 25-34. Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/pdf/comunicar39.pdf> (Consultado el: 3/12/2012).
- RHEINGOLD, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*. Barcelona: Gedisa.
- RODRÍGUEZ ILLERA, J. L. (2004). Las alfabetizaciones digitales. *Bordón*, 56, 431-441.
- SORICE, M. (2000). *Le comunicazioni di massa*. Roma: Editori Riuniti.
- TUSON VALLS, J. (2003). *Introducción al lenguaje*. Barcelona: UOC
- UNESCO. (2011). *Alfabetización mediática e informacional. Currículum para profesores*. Recuperado de: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/> (Consultado el: 3/12/2012).
- WATZLAWICK, P., BAVIN, J.H. y JACKSON, D.D. (1971). *Teoría de la comunicación humana*. Buenos Aires: Tiempo contemporáneo.

Cómo citar este artículo:

Martín Fernández, M^a A., Reche Urbano, E. y Vilches Vilela, M^a J. (2015). *Flash Mob en el escenario docente. Comunicación y medios. EDMETIC, Revista de Educación Mediática y TIC*, 4(1), 112-132.