

Aprendizaje-servicio y comunicación en las ONG locales: una propuesta para la ONG Maset de Frater

Rafael Ibarra-Limiñana ^{a, b}

<https://orcid.org/0009-0001-2896-3621>

Fermín Mallén-Broch ^a

<https://orcid.org/0000-0002-0394-3077>

Vicent Tortosa-Edo ^a

<https://orcid.org/0000-0002-7412-3818>

^a Universitat Jaume I. España.

^b Profesor de educación secundaria. Correo para la correspondencia: Centro público FPA Río Tarafa. C/ Santander, 4. 03680. Aspe (Alicante, España). r.ibarraliminana@edu.gva.es

Artículo original. Recibido: 20/03/2023. Revisado: 24/05/2023. Aceptado: 27/06/2023. Publicación avanzada: 19/09/2023. Publicación: 02/01/2024.

Resumen

INTRODUCCIÓN. El presente trabajo se enmarca en una experiencia de innovación docente, en la que se propone un proyecto de aprendizaje-servicio (ApS) centrado en la ONG local *Maset de Frater*. Esta organización está integrada por personas con discapacidad. El principal objetivo del artículo es mostrar cómo implementar una campaña de concienciación («ApS microhistorias de vida»), a realizar por alumnado del módulo formativo Marketing Digital y centrada en los integrantes de dicha ONG. Asimismo, se presenta la valoración que diferentes agentes implicados hacen de la propuesta.

MÉTODO. Se adopta una metodología cualitativa basada en la realización de entrevistas multifocales. En concreto, se entrevistó en profundidad a tres profesores del ciclo formativo Marketing y Publicidad en el IES La Mola (Novelda, Alicante) y al tutor del grupo de teatro que forma parte de la ONG *Maset de Frater* (Castelló).

RESULTADOS. Se evidencia que la propuesta de ApS puede ser de utilidad para el aprendizaje del alumnado y para ofrecer un servicio a la ONG *Maset de Frater*.

DISCUSIÓN. La investigación contribuye académicamente al mostrar las ventajas que, según los implicados, tiene esta propuesta de innovación docente. Finalmente, se recomienda realizar este proyecto de manera interdisciplinar entre diferentes módulos del ciclo formativo.

Palabras clave

aprendizaje-servicio (ApS), red social, campaña concienciación, ONG local.

Referencia recomendada

Ibarra-Limiñana, R., Mallén-Broch, F., y Tortosa-Edo, V. (2024). Aprendizaje-servicio y comunicación en las ONG locales: una propuesta para la ONG Maset de Frater. *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 17(1), 1-15. <https://doi.org/10.1344/reire.42383>

© 2024 Los autores. Este artículo es de acceso abierto sujeto a la licencia Reconocimiento 4.0 Internacional de Creative Commons, la cual permite utilizar, distribuir y reproducir por cualquier medio sin restricciones siempre que se cite adecuadamente la obra original. Para ver una copia de esta licencia, visite

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> 

Títol (català)

Aprentatge servei i comunicació a les ONG locals: una proposta per a l'ONG Maset de Frater

Resum

INTRODUCCIÓ. El treball s'emmarca dins d'una experiència d'innovació docent, en la qual es proposa un projecte d'aprenentatge servei centrat en l'ONG local Maset de Frater. Aquesta ONG està integrada per persones amb discapacitat. L'objectiu principal de l'article és mostrar com es pot implementar una campanya de conscienciació («ApS microhistòries de vida»), duta a terme per l'alumnat del mòdul formatiu Màrqueting Digital i centrada en els integrants de l'ONG mateixa. A més, es presenta la valoració que diferents agents fan de la proposta.

MÈTODE. S'adopta una metodologia qualitativa basada en la realització d'entrevistes multifocals. En concret, es van fer entrevistes en profunditat a tres professors del cicle formatiu de Màrqueting i Publicitat de l'IES La Mola (Novelda, Alacant) i al tutor del grup de teatre que forma part de l'ONG Maset de Frater (Castelló).

RESULTATS. S'evidencia que la proposta d'aprenentatge servei (ApS) pot ser d'utilitat per a l'aprenentatge de l'alumnat i per oferir un servei a l'ONG Maset de Frater.

DISCUSSIÓ. La recerca contribueix acadèmicament a mostrar els avantatges que, segons els implicats, té aquesta proposta d'innovació docent. Finalment, es recomana dur a terme el projecte de manera interdisciplinària, entre diferents mòduls del cicle formatiu.

Paraules clau

aprenentatge servei (ApS), xarxa social, campanya de conscienciació, ONG local.

Title (English)

Service-learning and communication in local NGOs: a proposal for the NGO Maset de Frater

Abstract

INTRODUCTION. This study is part of a teaching innovation experience, which proposes a service-learning (ApS) project focused on the local NGO Maset de Frater, a group made up of people with disabilities. The main objective of the article is to describe the implementation of an awareness campaign ("ApS microhistories of life"), to be carried out by students of the Digital Marketing training module and focusing on the members of this NGO. It also presents the assessments of the proposal made by several of the agents involved.

METHOD. A qualitative methodology based on multi-focus interviews was applied. Specifically, in-depth interviews were conducted with three teachers of the Marketing and Advertising training cycle at the IES La Mola (Novelda, Alicante) and the tutor of the theatre group that is part of the NGO Maset de Frater (Castelló).

RESULTS. It is evident that the ApS proposal can aid student learning and provides an important service to the NGO Maset de Frater.

DISCUSSION. The research contributes academically by showing the advantages of this teaching innovation proposal as described by the people involved. Projects of this kind should be carried out in an interdisciplinary way covering different modules of the training cycle.

Keywords

service-learning, social network, awareness campaign, local NGO.

1. Introducción

En la última década, la digitalización y las redes sociales han dado paso a una nueva forma de interacción entre individuos como consecuencia de la constante actualización de estos sistemas de comunicación social (Betiana, 2021). En el caso de las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), la estrategia de comunicación corporativa comprende el planteamiento de los contenidos que se van a utilizar en las redes sociales, así como la obligación de contar con recursos humanos para su exclusiva dedicación en estos medios (Arroyo-Almaraz y Calle Mendoza, 2018). Sin embargo, las ONG cuyo ámbito de actuación es local suelen tener una menor disponibilidad de recursos, lo que explica que la función del *community manager* pueda recaer en las competencias digitales del voluntariado, no siempre alcanzando el nivel de eficacia deseable. En el caso de las ONG locales centradas en personas con discapacidad, la posible falta de experiencia y formación en competencias digitales les puede suponer un problema para comunicar de manera correcta la labor social que llevan a cabo en su lucha por visibilizar y alcanzar un Objetivo de Desarrollo Sostenible (ODS) tan relevante como es el número 10 (reducción de las desigualdades). En este objetivo destacan las metas 10.2 (potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición) y 10.3, (garantizar la igualdad de oportunidades y reducir la desigualdad de resultados, incluso eliminando las leyes, políticas y prácticas discriminatorias y promoviendo legislaciones, políticas y medidas adecuadas a ese respecto), al promover la inclusión social de todas las personas.

El sector educativo juega un papel crucial en la transición hacia un adecuado desarrollo sostenible para garantizar las necesidades básicas de aquellos colectivos que se encuentren en riesgo de exclusión social, así como la justicia social de todos los habitantes del planeta (Chiva-Bartoll y Pallarés-Piquer, 2018). La metodología del aprendizaje-servicio (ApS) es una de las propuestas indicadas en educación para abordar la consecución de los ODS porque abarca cualquier dimensión social desde el enfoque de la responsabilidad social, la experiencia y la reflexión (De la Rosa et al., 2019). Se concibe como la fusión producida entre el aprendizaje que se nutre de la experiencia educativa y el servicio que se presta a la comunidad por parte del alumnado, protagonista activo en su propio proceso formativo (González-Sánchez et al., 2022; Guiñez-Cabrera et al., 2020; Vázquez-Verdera, 2015). Si el ApS es empleado de una manera correcta, puede producirse una revolución en la manera de enseñar y aprender, formando a personas y profesionales a través de distintas competencias para que aprendan a convivir y trabajar en equipo (García et al., 2019).

En esta investigación se elabora una aproximación práctica de la metodología de ApS basándose en el estudio del uso de las redes sociales por parte del alumnado del primer curso del módulo de Marketing Digital, del CFGS de Marketing y Publicidad, del Instituto de Educación Secundaria (IES) La Mola de Novelda (Alicante). En concreto, el alumnado de dicha asignatura debe realizar una campaña de concienciación social a través de las redes sociales de *Instagram* y *Facebook* para la ONG *Maset de Frater* de Castelló de la Plana, entidad centrada en promover la inclusión y promoción social de las personas con discapacidad, a través de actividades como la participación en un grupo de teatro. El eje central de la campaña son unas microhistorias de vida, es decir, unos pequeños testimonios y valoraciones personales en las que los integrantes del grupo teatral de la ONG dan respuesta a las preguntas elaboradas por el alumnado sobre un determinado tópico que les ha marcado a lo largo de sus vidas. La finalidad de la campaña es concienciar socialmente y, con ello, contribuir a reducir las desigualdades que aún tienen las personas con discapacidad.

2. Objetivos

La investigación tiene como principal objetivo mostrar los pasos necesarios para el desarrollo futuro de una campaña de concienciación denominada «ApS *microhistorias de vida*». A través de una metodología ApS, el alumnado del módulo formativo Marketing Digital, en el IES La Mola (Novelda, Alicante), debe desarrollar dicha campaña con el fin de favorecer la inclusión social de las personas con discapacidad. Además, el artículo da a conocer la valoración que diferentes agentes implicados, profesorado y representante de la ONG local, hacen de la idoneidad académica y social de la propuesta de campaña. Con esta experiencia de innovación docente se pretende que el alumnado participante logre las competencias curriculares del módulo de Marketing Digital mientras se adquieren los valores sociales del servicio comunitario a ofrecer. En este proceso de aprendizaje, las relaciones interpersonales son muy importantes porque son aquellas que dotan de sentido a la acción que se lleva a cabo. En función de lo expuesto, con esta propuesta se plantea que el alumnado alcance tres grandes grupos de objetivos. En primer lugar, objetivos relacionados con el currículo de la materia donde se aplica esta experiencia. En segundo lugar, objetivos de carácter actitudinal en el alumnado. Finalmente, objetivos relacionados con el servicio o la mejora que supone la actividad para el agente o agentes de la comunidad que participan en el proyecto.

En relación con el primer grupo, se debe atender a los objetivos generales del ciclo de Marketing y Publicidad determinados en el art. 9 del RD 1571/2011 (Ministerio de Educación, 2011) y relativos a la justificación y las bases de la investigación que se pretenden conseguir mientras se lleva a término la acción:

- O1 - Aplicar técnicas de comunicación publicitaria persuasivas y de atracción del cliente, seleccionando contenidos, textos e imágenes y utilizando el estilo propio de la comunicación comercial e informativa de la empresa para elaborar materiales promocionales e informativos.
- O2 - Desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal.
- O3 - Aplicar estrategias y técnicas de comunicación, adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores, para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

El segundo grupo de objetivos, los llamados actitudinales, se refieren a los valores y normas que el alumnado adquiere una vez finalizado el servicio propuesto y que tienen una estrecha relación con el crecimiento personal como parte del ApS:

- O4 - Adquirir una visión crítica y global de la realidad que viven muchos colectivos ante las desigualdades sociales.
- O5 - Activar la disposición de la empatía, la responsabilidad y el compromiso cívico con todas aquellas personas con diversidad funcional que sufren los prejuicios de la sociedad en forma de limitaciones y barreras físicas.

Respecto al último grupo, referido al objetivo de carácter social, el alumnado se siente protagonista en el servicio que ofrece para mejorar el bienestar social:

- O6 - Facilitar que la ONG posea unos instrumentos de comunicación para elaborar de manera independiente campañas de visibilización y concienciación de su actividad en las redes sociales.

3. Propuesta metodológica

El procedimiento metodológico seguido en el presente trabajo consiste en llevar a cabo la planificación de un proyecto de ApS, con el fin de favorecer la inclusión social de las personas con discapacidad. Este tema, tan generalizado socialmente, permite que el profesorado pueda tratarlo desde cualquier centro educativo. Además, se puede colaborar desde la distancia con diversas asociaciones a través del seguimiento del proyecto mediante reuniones virtuales entre alumnado y ONG.

La determinación del proyecto de ApS a implementar conlleva establecer una serie de fases, así como demostrar la necesaria flexibilidad ante cualquier imprevisto que pueda surgir durante su elaboración, acometida y control. En la tabla 1, se observa que los bloques básicos de preparación, realización y evaluación son los que contienen las diferentes etapas del ApS. El profesorado debe velar por el cumplimiento adecuado de cada una de ellas, así como la comprensión y la participación del alumnado en todo momento para garantizar la adquisición de las competencias y los valores que se derivan del trabajo.

Tabla 1

Fases del ApS

Bloque	Etapas
Preparación	1. Esbozo de la idea 2. Establecer las alianzas 3. Planificación del proyecto
Realización	4. Preparación del proyecto con el grupo 5. Ejecución del proyecto 6. Evaluación grupal
Evaluación	7. Evaluación del equipo directivo

Fuentes: Martín (2009) y Palos (2015).

3.1 Propuesta de ApS para el módulo de Marketing Digital del IES La Mola

El módulo de Marketing Digital está compuesto de 160 horas lectivas, de las cuales se imparten cinco sesiones cada semana durante el curso escolar. En el segundo trimestre es donde se plantea implementar la presente propuesta de ApS, de acuerdo con los contenidos asociados que se establecen en el Decreto 156/2017 (Conselleria de Educación, Investigación, Cultura y Deporte, 2017) correspondiente al título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad. En el anexo 1 se muestra la contextualización y la temporización de todo el proyecto.

Las microhistorias de vida que se plantean en el proyecto de ApS sirven como método didáctico para tener un acercamiento a la realidad de las personas con discapacidad, al tener un relato de su experiencia vital. Además, permite a quienes las visualizan poder conocer de una manera veraz y honesta los aspectos más íntimos de cada una de las personas con discapacidad partícipe en el proyecto y de su relación con la sociedad.

Por otra parte, se potencian las relaciones entre la sociedad y el instituto porque el proyecto de ApS permite conectar los objetivos actitudinales que se pretenden conseguir con la realidad tratada. De manera paralela, el combinar experiencias del pasado con las del presente ayuda al alumnado a extraer nuevos aprendizajes porque hay una conexión entre la experiencia vivida y la identidad emocional. De esta manera, en el proceso de

aprendizaje adquieren un mayor protagonismo las emociones y los sentimientos, adoptando un mayor grado de significación (Martí et al., 2018).

4. Método

El método seguido en la investigación tiene una naturaleza cualitativa, basada en entrevistas multifocales como técnica de recogida de datos. El objetivo es conocer qué valoración de la propuesta «*ApS microhistorias de vida*» hacen diferentes agentes sociales involucrados en la campaña de concienciación social que supone el proyecto.

Se presta especial atención a la opinión que tienen sobre la aplicabilidad de la propuesta algunos docentes del IES La Mola de Novelda. En la entrevista multifocal intervienen el docente de Marketing Digital del CFGS de Ventas y Espacios Comerciales, el profesor de Políticas de Marketing en el CFGS de Marketing y Publicidad y la jefa de estudios de ciclos formativos. Por otra parte, se realiza una entrevista personal al tutor y coordinador del grupo de teatro de *Maset de Frater*.

El docente del CFGS de Ventas y Espacios Comerciales lleva desempeñando sus funciones como profesor desde el año 2005, al igual que la jefa de estudios de ciclos. Ambos han estado trabajando ininterrumpidamente desde entonces en el IES La Mola de Novelda. En el caso del profesor que imparte docencia en el CFGS de Marketing y Publicidad, este comenzó su labor en el año 2019 para la Generalitat de Cataluña hasta que se incorporó en el 2020 al cuerpo de profesorado de secundaria del IES La Mola, ejerciendo su actividad hasta la actualidad, contando con 15 alumnos en el módulo de marketing digital. Todos ellos son conocedores de la metodología ApS, ya que en el CFGM de Actividades Comerciales, desde el módulo de Dinamización en el Punto de Venta, cada año se potencia un concurso de escaparatismo para la campaña de Navidad en el que el alumnado presta un servicio a la asociación de comerciantes de la localidad decorando los expositores de todos sus socios.

El tutor del grupo de teatro de *Maset del Frater* lleva asumiendo dicha función desde el año 1997. Este grupo de teatro está formado por una veintena de personas con discapacidad, con una clara vocación por las artes escénicas. Durante su trayectoria artística dicho grupo ha representado diferentes obras y ha participado en certámenes de teatro no profesional. Además, sus miembros han demostrado, a través de impartir charlas y participar en talleres, su compromiso por concienciar sobre la necesaria inclusión social de las personas con discapacidad. Finalmente, merece ser destacada la colaboración que *Maset de Frater* mantiene con distintos centros educativos, participando en sus proyectos como un agente social relevante. Por ejemplo, están colaborando desde el año 2017 en un proyecto de ApS realizado en la asignatura marketing social del grado de Administración y Dirección de Empresas (ADE) en la Universitat Jaume I.

5. Resultados

En general, los testimonios del profesorado y del representante de la ONG participante son muy positivos y destacan la relevancia y aplicabilidad de la propuesta para alcanzar los objetivos planteados, tanto desde el ámbito del proceso de aprendizaje del alumnado como en lo referido al servicio social que este ofrece, al poder favorecer la inclusión social de las personas con discapacidad.

En concreto, los docentes del IES La Mola entrevistados coinciden en que el contenido de la propuesta es un trabajo que podría implementarse de manera real en un curso académico. Argumentan que las «microhistorias de vida» es un proyecto donde destacan aspectos positivos relacionados con el hecho de que es de utilidad para

el proceso de aprendizaje del alumnado, al aprender contenidos curriculares y fomentar valores como el respeto y la empatía hacia las personas con discapacidad.

Ahora bien, los docentes entrevistados también manifiestan algunos aspectos a tener en consideración referidos a la contextualización del presente proyecto de ApS. En primer lugar, una de las variables que no se ha tenido en cuenta durante la programación del proyecto es la dependencia que tiene el alumnado participante en el proyecto de la ONG, dado que debe esperar a recibir el material audiovisual con el que empezar a trabajar. En este sentido, tras la segunda sesión de trabajo donde se realiza el borrador de preguntas para las microhistorias, convendría dejar para la siguiente semana dos sesiones libres con el fin de que los integrantes del grupo de teatro de *Maset de Frater* dispongan del tiempo suficiente para escenificar las respuestas. Dicha escenificación se graba en vídeo para su posterior envío al alumnado de Marketing Digital, responsable de su edición. Además, se ha de tener en cuenta que algún elemento disruptivo puede ocasionar que el *feedback* esperado se demore. Es muy importante prever estos posibles escenarios con sesiones de refuerzo para que no afecte al calendario de la campaña de concienciación.

En segundo lugar, tal y como se apunta en las respuestas de los docentes entrevistados, sería más realista ampliar el número de sesiones del proyecto de ApS. En concreto, se podría aumentar una sesión más en las siguientes etapas: 1) redacción del borrador de preguntas, ante la necesidad de tener más tiempo para hacer una búsqueda de información exhaustiva y formular de manera correcta las cuestiones; 2) *copywriting* para redes sociales, ante la dificultad de elaborar textos persuasivos que evoquen el sentido del objetivo que se persigue; y 3) redacción de notas de prensa y carteles publicitarios, por la exigencia de tener más tiempo para dominar el programa de diseño gráfico y de encontrar un lenguaje formal para la redacción de las notas de prensa. En total, el proyecto se ampliaría a un número aproximado de 13 sesiones.

Por último, no es usual que los proyectos de ApS se focalicen en un único módulo, como es en esta propuesta con el módulo de Marketing Digital. La gran mayoría suelen plantearse como proyectos interdisciplinares que combinan varios módulos del mismo ciclo formativo o incluso se realizan entre los distintos grados de una misma familia profesional para darle un mayor protagonismo al estudiantado en su proceso de aprendizaje. De cara al futuro, esta propuesta se podría realizar de manera interdisciplinar en un horizonte que abarque distintos módulos académicos. También se podría implementar a lo largo de dos cursos académicos para hacer uso de los resultados del primer curso de Marketing Digital en el año siguiente, con el mismo alumnado en segundo curso, en el módulo de Diseño y Elaboración de Material de Comunicación. Con dicha propuesta se podrían analizar y mejorar las microhistorias de vida que se elaboraron en primer curso, enriqueciendo algunos aspectos relacionados con la edición, la redacción creativa, el tráfico obtenido, ampliar los temas a desarrollar en las microhistorias o extrapolar el proyecto a otras redes sociales como *TikTok* o *YouTube*.

Por otra parte, el tutor del grupo de teatro de *Maset de Frater* muestra en sus respuestas a las preguntas formuladas una visión más social en torno a lo que las microhistorias de vida pueden aportar a las personas con discapacidad que participan en el proyecto.

Los protagonistas de la campaña encuentran en las microhistorias una función reparadora porque se crea y se escenifica un episodio de sus vidas que les marcó profundamente. Además, para los educadores de *Maset de Frater* es un recurso que brinda la oportunidad de comprender mejor a la persona usuaria con la que se está trabajando en el día a día. Según el tutor de *Maset de Frater* poder relacionarse con agentes externos, por ejemplo, con alumnado de otros centros educativos, siempre es positivo porque supone enriquecerse a través de un aprendizaje colaborativo. De hecho, los numerosos proyectos en los que *Maset de Frater* colabora con centros educativos tienen un impacto positivo en la motivación e implicación de los usuarios de dicha ONG local.

Finalmente, cabe destacar que para los docentes entrevistados y para el tutor de *Maset de Frater* el alumnado participante puede adquirir una perspectiva distinta de las personas con discapacidad. La campaña se resume como un testimonio de inclusión social que combina situaciones personales de las que se desprenden diferentes valores. En ese sentido, la experiencia propuesta fomenta en el alumnado compañerismo y complicidad al trabajar en un mismo equipo. Además, el proyecto contribuye a su crecimiento profesional y personal.

6. Conclusiones

La combinación que un proyecto de ApS supone entre el elemento curricular académico y el hecho de prestar un servicio a la comunidad genera sinergias entre el crecimiento personal del alumnado participante y el bienestar del agente de la comunidad involucrado en el proyecto. En este sentido, el proyecto planteado «*ApS microhistorias de vida*» responde al objetivo de presentar una propuesta de experiencia de innovación docente basada en la metodología ApS para favorecer la inclusión social de las personas con discapacidad. Precisamente, la contribución académica de este artículo radica en: 1) plantear dicha propuesta de innovación docente en el módulo de Marketing Digital, en el CFGS de Marketing y Publicidad; y 2) mostrar la valoración positiva que diferentes agentes implicados en la propuesta hacen sobre su relevancia y aplicabilidad en el ámbito educativo y social.

En relación con el proceso de aprendizaje del alumnado partícipe, la propuesta se relaciona con los cuatro pilares educativos del siglo XXI que estableció Delors (1996), al permitir trabajar contenidos de hechos, procedimientos y valores. A continuación, se muestra su justificación en función del desarrollo del proyecto:

1. Aprender a conocer. En primer lugar, supone aprender los conceptos básicos considerados en el currículum de la asignatura. Además, el alumnado mediante el establecimiento del vínculo con la ONG *Maset de Frater* contrae el compromiso de ayudar y facilitar una serie de herramientas y contenidos para que puedan difundir de manera independiente en las redes sociales las actividades que llevan a cabo.
2. Aprender a hacer. Desde la perspectiva práctica, el estudiantado inicia sus primeros pasos en el planteamiento y la gestión de un proyecto delimitado por un calendario y unas fases de trabajo, lo que le puede ayudar a conseguir unos hábitos de trabajo de cara a futuros proyectos. Además, se adquieren las competencias propias del servicio que se desarrolla, es decir, se aprende a editar videos y a posicionarlos correctamente de manera orgánica en las redes sociales, así como el adecuado uso de estas plataformas.
3. Aprender a ser. La educación debe contribuir al desarrollo personal de cada individuo, donde se emitan juicios de valor sobre qué es aquello que se debe hacer en las diferentes etapas de la vida. En este proyecto se adquiere autonomía personal y un ritmo de trabajo constante. Por otra parte, al estar en continuo contacto con los valores que transmite la ONG, se procede a una interiorización de estos, fruto de la empatía y de la escucha activa que se presta a cada uno de los integrantes del grupo de teatro.
4. Aprender a convivir. El proyecto tiene una duración aproximada de 13 sesiones en las que el alumnado mejora en aquellas capacidades propias del trabajo en equipo. Una característica que puede encontrarse en los futuros entornos de trabajo de un departamento de marketing o de una agencia de publicidad. Asimismo, aprende actitudes sociales, hábitos de convivencia y habilidades comunicativas fruto de la interacción entre compañeros, la ONG y el profesorado. Finalmente, el alumnado enriquece su capacidad de argumentación para convencer al público objetivo.

Al ser una propuesta de proyecto, el presente trabajo tiene algunas ventajas e inconvenientes. Así, el proyecto tiene como principal ventaja poder reflexionar y visualizarse antes de su implementación. Además, la propuesta

favorece su futura gestión por parte del profesorado responsable; presenta los riesgos inherentes a su desarrollo futuro; identifica al alumnado y a los agentes sociales implicados; y define los objetivos académicos y sociales a lograr. Por otra parte, como en toda propuesta, entre las posibles limitaciones del proyecto destaca el hecho de no tener resultados que permitan corroborar el grado de consecución de los objetivos planteados.

En relación con la metodología ApS que sigue la propuesta de proyecto, cabe mencionar que su futura aplicación puede mejorar el desarrollo personal y académico del alumnado participante (Celio et al., 2011); su capacidad de pensamiento crítico hacia la realidad social existente y su mayor implicación con los problemas de su entorno (Lawford y Ramey, 2017). Además, dicha metodología puede reducir los estereotipos que el alumnado pueda tener hacia otros colectivos (Sax et al., 1999), como pueden ser las personas con discapacidad. Finalmente, diferentes contribuciones académicas corroboran que la puesta en práctica de un proyecto de ApS puede ser muy útil para tratar de manera curricular los objetivos de desarrollo sostenible (González-Sánchez et al., 2020; Hernández-Barco et al., 2020), entre ellos el ODS 10. En el caso de las ONG participantes, la metodología ApS favorece entre otras cuestiones (Lau et al., 2021): el aumento de recursos y técnicas a aplicar en la organización; y mejores conocimientos y nuevos puntos de vista fruto de su relación con el alumnado partícipe. Sin embargo, entre las posibles limitaciones que supone la aplicación futura de un proyecto de ApS, cabe destacar su exigencia en tiempo y dedicación, tanto para el centro educativo como para la ONG que participa (Speck, 2001); y la falta de guías estandarizadas (Yusof et al., 2020), por ejemplo, para aplicar en módulos de ciclos formativos.

Finalmente, entre las limitaciones propias del presente artículo cabe mencionar que las entrevistas personales solo se han realizado a tres profesores y a un representante de una ONG local implicados en el proyecto. Además, al ser una propuesta, el proyecto no ha podido implementarse hasta la fecha. Precisamente una de las futuras líneas de investigación se centra en analizar el grado de consecución de los objetivos planteados una vez acometido el proyecto. Tras su implementación, la información recogida será de gran ayuda para poder extraer conclusiones y evaluar la idoneidad del proyecto para otra tipología de alumnado, cursos, centros y etapas educativas.

Referencias

- Arroyo-Almaraz, I., y Calle Mendoza, S. (2018). Los community managers de las ONGD. Estudio de percepciones y usos de las redes sociales. *Icono 14*, 16(2), 121-142. <https://doi.org/kj5r>
- Betiana, S. (2021). Comunicación digital en la era de la inmediatez: inteligencia artificial aplicada a una empresa 2.0. *Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales. Escuela de Comunicación Social*. Universidad Nacional del Rosario.
- Celio, C. I., Durlak, J., y Dymnicki, A. (2011). A meta-analysis of the impact of service-learning on students. *Journal of Experiential Education*, 34(2), 164-181. <https://doi.org/ghmkxj>
- Chiva-Bartoll, O., y Pallarès-Piquer, M. (2018). Aprendizaje-Servicio: pasaporte para un futuro mejor. En O. Chiva y M. Pallarès (coords), *Aprendizaje-Servicio: pasaporte para un futuro mejor* (pp. 09-17). Egregius.
- Conselleria de Educació, Investigació, Cultura y Deporte. (2017, 6 de octubre). *Decreto 156 por que se establece para la Comunidad Valenciana el currículo del ciclo formativo de grado superior correspondiente al título de Técnico o Técnica Superior en Marketing Digital y Publicidad*. Diario Oficial de la Generalitat Valenciana. <https://tinyurl.com/4xm3mjfn>

- De la Rosa, D., Giménez, P., y De la Calle, C. (2019). Educación para el desarrollo sostenible: el papel de la universidad en la agenda 2030. Transformación y diseño de nuevos entornos de aprendizaje. *Revista Prisma Social*, 25(19), 179-202.
- Delors, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. En J. Delors (coord.), *La educación encierra un tesoro. Informe de la UNESCO de la Comisión Internacional sobre la educación para el siglo XXI* (p. 34). Ediciones UNESCO.
- García, A., Martín, D. A., Costafreda, J. L., Núñez, E., y Rodríguez, J. A. (2019). *Aprendizaje-Servicio (ApS) como metodología para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)* [Comunicación]. V Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (pp. 441-446). <https://doi.org/kj52>
- González-Sánchez, R., Medina-Salgado, S., Torrejón-Ramos, M., González-Mendes, S., y Alonso-Muñoz, S. (2020). The service-learning methodology as a facilitating tool for education for sustainable development (ESD). *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 15(2), 1-9. <https://doi.org/jj35>
- Guiñez-Cabrera, N., Ganga-Contreras, F., Olgúin-Gutiérrez, C., y Ceballos-Garrido, P. (2020). Metodología de Aprendizaje Servicio: Experiencia de implementación desde la perspectiva de marketing. *Revista Academia & Negocios*, 6(1), 1-10. <https://tinyurl.com/4u6nwztr>
- Hernández-Barco, M., Sánchez-Martín, J., Blanco-Salas, J., y Ruiz-Téllez, T. (2020). Teaching down to earth—service-learning methodology for science education and sustainability at the university level: A practical approach. *Sustainability*, 12(2), 542. <https://doi.org/kj53>
- Instituto Nacional de Estadística. (2020). *Encuesta de Discapacidad, Autonomía Personal y Situaciones de Dependencia*. <https://tinyurl.com/yckddhc7>
- Lau, K. H., Chan, M. Y. L., Yeung, C. L. S., y Snell, R. S. (2021). An exploratory study of the community impacts of service-learning. *Metropolitan Universities*, 32(2), 106-128. <https://doi.org/kj54>
- Lawford, H. L., y Ramey, H. L. (2017). Predictors of early community involvement: Advancing the self and caring for others. *American Journal of Community Psychology*, 59(1-2), 133-143. <https://doi.org/gj3cxj>
- Martí, M., Corbatón, R., y Serret, A. (2018). Aprendizaje-Servicio universitario: Modelos de intervención e investigación en la formación inicial docente. En O. Chiva y J. Gil (coords.), *El aprendizaje-Servicio: estrategias, procedimientos y acciones metodológicas* (pp. 20-34). Octaedro.
- Martín, X. (2009). La pedagogía del aprendizaje-servicio. En J.M. Puig (coord.), *Aprendizaje-Servicio (ApS): Educación y compromiso cívico* (pp 107-126). Graó.
- Ministerio de Educación. (2011, 13 de diciembre). *Real Decreto 1571 por el que se establece el Título de Técnico Superior en Marketing y Publicidad y se fijan sus enseñanzas mínimas*. Boletín Oficial del Estado. <https://tinyurl.com/5cn2vryd>
- Palos, J. (2015). Los proyectos de ApS siguen etapas bien establecidas y han de estar abiertos a cambios imprevistos. En J. M. Puig (coord.), *11 Ideas Clave. ¿Cómo realizar un proyecto de aprendizaje-servicio?* (pp 103-114). Graó.
- Sax, L. J., Astin, A. W., y Avalos, J. (1999). Long term effects of volunteerism during the undergraduate years. *Review of Higher Education*, 22(2), 187-202. <https://doi.org/kj5s>

- Speck, B. W. (2001). Why service-learning? *New directions for higher education*, 114, 3-13. <https://doi.org/cm33tz>
- Vázquez Verdera, V. (2015). El aprendizaje-servicio: una estrategia para la formación de competencias en sostenibilidad. *Foro de Educación*, 13(19), 193-212. <https://doi.org/kj55>
- Yusof, N., Tengku Ariffin, T. F., Hashim, R. A., Nordin, H., y Kaur, A. (2020). Challenges of service-learning practices: Student and faculty perspectives from Malaysia. *Malaysian Journal of Learning and Instruction*, 17(2), 279-309. <https://doi.org/kj56>

Anexos

Anexo 1. Resumen del proyecto

TABLA RESUMEN PROYECTO APS PARA LA ONG MASET DE FRATER	
1.º Técnico Superior en Marketing y Publicidad. Módulo profesional: Marketing Digital	
«MICROHISTORIAS DE VIDA»	
Segundo trimestre: Contenidos relacionados con el proyecto	
<p>BLOQUE TEMÁTICO III: Realización de la facturación electrónica y otras tareas administrativas de forma telemática. Conceptos básicos de redes sociales, red de contactos influyentes, blog de contactos y elementos fotográficos y audiovisuales en una página de una red social.</p> <p>BLOQUE TEMÁTICO IV: Construcción de páginas web.</p> <p>BLOQUE TEMÁTICO V: Diseño del plan de marketing digital</p>	
Número de sesiones	
10 sesiones de 55 minutos	
Descripción	
<p>Aprendizaje: El proyecto consiste en que el alumnado adquiera las competencias prácticas necesarias para diseñar una campaña de comunicación y concienciación social integral de carácter multimedia mediante la creación de 14 microhistorias de vida sobre personas que tienen una discapacidad.</p> <p>Servicio: Elaborar el diario audiovisual de los integrantes de <i>Maset de Frater</i> para compartir, conocer y empatizar sobre las experiencias vitales de cada uno de ellos relacionadas con diferentes temáticas. El modo en el que el estudiantado contribuye a la sociedad será mediante la dotación de recursos y herramientas para ayudar a la organización en la producción y edición de estas microhistorias. Además, se facilita una tabla-documento elaborada por el alumnado donde se resume el tema, el objetivo, el mensaje y la red social donde debe estar publicada cada microhistoria. De esta forma, la ONG utilizará esta guía como formación e instrumento de comunicación para difundir sus actividades el día que desee, sin la necesidad de tener que depender de ningún <i>community manager</i> externo.</p>	
Temporización	
<p>Fase de preparación. 1. Esbozo de la idea Se realiza durante los meses de junio y julio, preparatorios del curso siguiente, con el propósito de tener suficiente tiempo para poder analizar el tema social a tratar y los posibles agentes de la comunidad que pudieran ser partícipes en el proyecto.</p> <p>Fase de preparación. 2. Establecer las alianzas Se establecen con anterioridad al inicio de curso, durante la programación. Requiere de un tiempo para constituir la alianza con los agentes de la comunidad que tienen relación con la temática planteada en el proyecto.</p>	

Fase de preparación: 3. Planificación del proyecto con el grupo

Primera sesión. Presentación del proyecto al alumnado y formación de grupos de trabajo

Actividad de iniciación:

Esta sesión introductoria tiene como objetivo explicar la idea de proyecto que se pretende realizar. Se inicia con la explicación de los ODS y, en concreto, la temática a resolver mediante el tratamiento del ODS 10, con sus metas 10.2 y 10.3, al estar centradas en reducir las desigualdades. A continuación, se muestra la página web de *Maset de Frater* y se explican sus orígenes y la función que desempeñan. En dicha página, se puede acceder al vídeo promocional del grupo de teatro que posee la organización. Este grupo tiene gran protagonismo en el presente proyecto, dado que las microhistorias que se desarrollan están directamente relacionadas con sus integrantes.

Actividad de desarrollo:

Entre el alumnado se forman grupos de trabajo de 4 personas y se asignan las redes sociales con las que se va a trabajar.

Fase de realización: 4. Preparación del proyecto con el grupo

Segunda sesión. Redacción del borrador de preguntas para las microhistorias.

Actividad de iniciación:

Se realiza una entrevista a través de la plataforma de videoconferencias *Microsoft Teams* donde el estudiantado conoce al tutor que está al cargo del grupo de teatro con el que se va a trabajar. La finalidad de esta entrevista es que el alumnado pueda conocer de una forma más cercana la labor de la organización, la historia de los protagonistas que participan en ella y las múltiples actividades que llevan a cabo.

Esta reunión puede servirles para clarificar dudas y obtener información para redactar posteriormente el borrador de preguntas.

Actividad de desarrollo:

Una vez recopilada toda la información, cada grupo del alumnado procede a redactar el borrador de preguntas sobre los que se basará el guion de cada microhistoria. Las preguntas pueden ser de carácter personal sobre cómo se siente, qué estudios tiene, qué barreras se encuentra, no solo físicas sino también en la sociedad como, por ejemplo, las mayores dificultades para encontrar un empleo. Una vez elaboradas, se envían a *Maset de Frater* para obtener su aprobación y continuar con la siguiente fase del proyecto.

Fase de realización: 5. Ejecución del proyecto

Tercera, cuarta y quinta sesión. Edición de video.

Actividad de desarrollo:

Tras enviar el borrador de preguntas, son los propios integrantes de la ONG quienes graban las microhistorias. Una vez filmadas, los videos son enviados al alumnado de Marketing Digital para su posterior edición.

La idea es construir diversos videos en orden cronológico en el *feed*, es decir, en el tablero de publicaciones de las redes sociales de *Instagram* y *Facebook*, donde se vean a los protagonistas opinando sobre diferentes temáticas. Además, los vídeos deben estar subtítulos para facilitar su seguimiento por personas que tienen discapacidad auditiva. Para su elaboración se utilizan programas y editores de video compatibles con el sistema *Linux* como, por ejemplo, *Lightworks*, *OpenShot*, *Avidemux*, *Kdelenv*, etc.

Sexta sesión. *Copywriting* para redes sociales.

Actividad de desarrollo:

Esta sesión consiste en la redacción del cuerpo textual que acompaña a las microhistorias en cada publicación. El texto ha de ser atractivo, persuasivo y evocador para captar la atención de la audiencia y que esta, a su vez, se sienta concienciada por el mensaje que lanzan los protagonistas de la organización. Además, en función de la temática es necesario realizar una búsqueda de palabras clave adecuada a cada publicación y segmentarlas para que el posicionamiento sea óptimo, y tenga el mayor alcance posible entre el público objetivo.

Séptima sesión. Tabla-documento de contenidos para redes sociales

Actividad de desarrollo:

A modo de resumen, se procede a elaborar un cuaderno de trabajo para que la organización tenga esquematizado qué día debe publicar cada microhistoria, así como los elementos a utilizar para que se publicite mejor. En ese calendario de contenidos se debe plasmar el día, el horario, el objetivo que se pretende conseguir, el tipo de contenido, el cuerpo textual de la publicación, su correspondiente enlace, el *hashtag* y el medio digital al que va dirigido.

Se utiliza como elemento de difusión las redes sociales *Instagram* y *Facebook* porque se puede sensibilizar, en primer lugar, a la comunidad más cercana del alumnado, y de los integrantes de la ONG objeto del proyecto y, en segundo lugar, a la sociedad en general.

El hecho de pretender tener presencia en estas redes sociales no supone ningún problema porque el estudiantado es mayor de edad.

Octava sesión. Redacción de notas de prensa y carteles publicitarios

Actividad de desarrollo:

Una vez que *Maset de Frater* es poseedor de las microhistorias, desde el instituto se procede a la creación de una campaña de difusión, tanto a nivel interno como externo, para que los miembros de la comunidad educativa y los medios sociales se hagan eco del proyecto. El objetivo de la campaña es que el proyecto una vez finalizado continúe vivo y se mantenga activo por distintos canales de comunicación.

Para tal fin, la clase se divide en dos mitades: una parte debe elaborar las notas de prensa vinculadas al proyecto para que sean enviadas a medios locales y autonómicos como *TeleNovelda*, *Intercomarcal Televisión*, *Diario Información* y *À punt*, con la finalidad de que conozcan la labor social que se está realizando; la otra mitad del alumnado se encarga de crear los carteles que publicitan, por un lado, el proyecto de microhistorias y, por otro, el correspondiente cartel anunciador de la entrevista que se plantea realizar en *RadioMola*, la radio del instituto de cobertura local en la que participan profesorado y alumnado como parte de un Proyecto de Investigación e Innovación Educativa (PIIE). El programa de diseño gráfico que se emplea para su ejecución será el de *Canva* por su gratuidad y compatibilidad con el sistema *Linux*. La distribución de los carteles se realiza por todo el instituto para que la totalidad del alumnado conozca la existencia de las microhistorias elaboradas y valore la experiencia vivida por el estudiantado de Marketing Digital.

Novena sesión. Entrevista en *RadioMola*

Actividad de desarrollo:

El proyecto culmina con una mesa redonda en *RadioMola*, donde se realiza una entrevista grupal entre el alumnado del módulo de Marketing Digital y el tutor del grupo de teatro de *Maset de Frater*.

Se pretende debatir y argumentar conjuntamente la importancia de mostrar este proyecto a la sociedad como un instrumento de cohesión y transformación para saber identificar las barreras físicas, cognitivas y sociales con las que deben convivir día a día las personas con discapacidad, así como reducir las situaciones de desigualdad que puedan experimentar favoreciendo su inclusión en la sociedad.

Fase de realización: 6. Evaluación grupal

Décima sesión. Autoevaluación de la participación en el proyecto

Actividad de iniciación:

Se reparte una rúbrica para evaluar el grado de participación que ha tenido el alumnado en el proyecto.

La rúbrica consiste en una escala de valores donde, de manera individual, el alumnado participante cuantifica su grado de implicación con el proyecto. En ella, además, se evalúa si se han adquirido los objetivos de tipo curricular en lo relativo al desarrollo de la creatividad y la implicación práctica en la creación de la campaña de publicidad. Así mismo, se consideran los objetivos de carácter actitudinal donde se mide la cooperación con el grupo de trabajo y, por último, los de tipo social para evaluar las habilidades sociales que adquiere el alumnado tras interactuar con los destinatarios a quienes se presta el servicio.

Actividad de desarrollo:

Se realiza un debate conjunto donde se reflexiona sobre la totalidad del proyecto. Las distintas valoraciones son recogidas por el profesorado y son entregadas al equipo directivo para que elabore en la fase de evaluación un documento donde se recojan todas esas valoraciones. La finalidad es poder extraer conclusiones sobre la efectividad del proyecto y sobre futuras líneas de investigación.

Anexo 2. Preguntas evaluación multifocal del proyecto para los docentes del IES La Mola

1. ¿Ha oído hablar alguna vez de la metodología del ApS? Si es así, ¿podría definírmela?
2. ¿Ha tenido la oportunidad de participar o de crear un proyecto de ApS? ¿Qué ventajas y desventajas ha experimentado durante su desarrollo?
3. Este hipotético proyecto, tal y como está planteado, ¿podría ser factible su implementación en un curso académico?
4. ¿Cree que es posible vincular este proyecto a otros módulos colaborando con otro profesorado? ¿Y a otros centros educativos?
5. ¿Considera que el ApS propuesto para el módulo de Marketing Digital puede ser de utilidad para el proceso de aprendizaje del alumnado?
6. ¿Se le ocurre algún aspecto que podría incluirse en el proyecto para mejorarlo?
7. Después de conocer el proyecto «ApS de microhistorias de vida», ¿podría explicarme las ventajas e inconvenientes que podrían darse durante su aplicación?

Anexo 3. Preguntas evaluación multifocal para el tutor del grupo de teatro de Maset de Frater

1. ¿Cómo cree que pueden ayudar estas microhistorias a *Maset de Frater*? ¿Qué grado de utilidad podría tener para los usuarios de dicha organización?
2. ¿Qué aspectos positivos y negativos encuentra en recibir una propuesta de marketing digital por parte de alumnado de ciclos formativos?
3. ¿Cree que este proyecto podría servirle al alumnado participante como *portfolio* para su futuro profesional en el sector de las ONG?
4. En el hipotético caso de que este proyecto se hubiera realizado, ¿qué aspectos positivos o negativos destacaría de su aplicación?
5. ¿Conocía el método del ApS? ¿Alguna vez ha colaborado con centros educativos? De ser así, ¿qué aspectos positivos o negativos destacaría de dicha colaboración? ¿Cómo cree que influye en el aprendizaje del alumnado?
6. Desde la perspectiva del grupo que tutoriza, cuando reciben la posibilidad de participar en un proyecto de estas características en el que participan diversos agentes, ¿los miembros del grupo están dispuestos a participar? ¿Qué opinión cree que tiene el grupo sobre el proyecto?