

Face to face vs interface digital (2018). Una experiencia de desarrollo de competencias comunicativas en el entorno universitario a través de Moodle

Miren Gabantxo-Uriagereka¹

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

Resumen

Podría parecer que las competencias del espacio físico son muy diferentes de las del espacio virtual. Sin embargo, la hipótesis de este ejercicio con el alumnado es que las competencias imaginadas para ambos espacios de aprendizaje están interrelacionadas, y precisamente esa es la ventaja que aporta este ejercicio de aprendizaje estratégico. Todo el planteamiento de la actividad y el seguimiento de las tareas a realizar, el control del trabajo realizado secuencialmente por los grupos y la puesta en común, con el cumplimiento de las fechas del plan de trabajo, tuvieron lugar en la plataforma *Moodle* configurada de una manera standard para toda UPV/EHU, por el Servicio Informático del Campus Virtual, de manera que los hitos del proyecto se señalaron desde el comienzo, como si fuera un proyecto real de empresa con una intranet. Entre la semana inicial y la final de las presentaciones en el aula, entre la última semana de septiembre de 2017 y la celebración del Festival, el 4 de noviembre de 2017, para que los tres mejores trabajos (entre los veinte que se evaluaron en el aula por parte de los estudiantes y sirvieron para la evaluación oficial), fueran a competir en *Homeless Film Festival* transcurrieron cinco semanas, durante las cuales el alumnado tuvo que organizarse el tiempo de trabajo, tanto dentro como fuera de clase en Bilbao (Campus de Bizkaia).

Palabras clave: competencias; aprendizaje estratégico; espacio físico; espacio virtual; comunicación; educación

Abstract

It might seem that the competences of the physical space are very different from those of the virtual space. However, the hypothesis of this exercise with the students is that the imagined competences for both learning spaces are interrelated, and that is precisely the advantage that this strategic learning exercise brings. All the approach of the activity and the follow-up of the tasks to be carried out, the control of the work carried out sequentially by the groups and the sharing, with the fulfillment of the dates of the work plan, took place in the Moodle platform configured of a standard way for all UPV / EHU, by the Computer Service of the Virtual Campus, so that the milestones of the project were pointed out from the beginning, as if it were a real company project with an intranet. Between the initial week and the final of the presentations in the classroom, between the last week of September 2017 and the celebration of the Festival, on November 4, 2017, so that the three best works (among the twenty that were evaluated in the classroom on the part of the students and they served for the official evaluation), went to compete in Homeless Film Festival passed five weeks, during which the students had to organize the time of work, so much inside as out of class (in Bilbao, Campus of Bizkaia).

Keywords: competencies; strategic learning; physical space; virtual space; communication; education

¹ Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Campus Bizkaia, Leioa 48940. miren.gabantxo@ehu.eus

1. Introducción

Como dice el asesor económico y político que preside *Advanced Leadership Foundation* y fue subsecretario adjunto para Europa y Eurasia del Departamento de Comercio de EE UU, (Verde 2018) respecto al concepto de economía circular:

“Hasta ahora, la visión de la economía era cortoplacista, con una utilización de recursos depredadora, de usar y tirar, y con un objetivo claro: ganar mucho dinero en poco tiempo. La economía circular tiene una percepción más transversal debido a que tiene en cuenta el reciclaje, las energías renovables, la eficiencia energética; pero también, conceptos como justicia, sanidad o familia y cómo se interrelacionan con los anteriores. Es cierto que las empresas, aunque solo sea por ética y moral, están siendo cada vez más respetuosas con la naturaleza, pero ahora este nuevo sistema económico les permite ser más competitivas y ganar dinero (que no olvidemos es el objetivo de toda compañía) pero de una forma más justa y responsable, siendo más eficaces y eficientes en sus sistemas de producción”.

Desde este punto de vista, las técnicas de aprendizaje cooperativo y dinámico que yo, como docente, pueda activar con nuestro alumnado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco/ Euskal Herriko Unibertsitatea, deberán aportar competencias que preparen a los y las comunicadoras para ser palancas de cambio hacia esta nueva economía, que será circular o no será.

Ellen McArthur (1976, Reino Unido) es hoy una de las personas más influyentes en una filosofía y un concepto que hasta que ella bautizó como economía circular había sido estudiado por varias escuelas con el nombre de economía azul, ecología industrial, biomímesis, *cradle to cradle*, economía del rendimiento o diseño regenerativo. Mientras la regatista navegaba los mares de todo el mundo cayó en la cuenta de la cantidad de materiales que se necesitan para sobrevivir y de los que, al no hacer escala alguna, no podía deshacerse. Reflexionó entonces sobre todo lo que llevaba en la embarcación y cómo todo ello había formado parte antes de otra cosa, de materia prima, “¿y si todo esto estuviera pensado para volver a ser otra cosa, sin tener que tirarlo?”, se preguntó. Poco después, en 2010, montaría la primera fundación de economía circular y le daría su nombre: *Ellen McArthur Foundation*. Desde la localidad de Cowes, en la Isla de Wight (Reino Unido), (Ellen MacArthur, 2018) lidera la transición a la economía circular, y la educación y la comunicación son tan fundamentales en ese liderazgo, que su web ofrece incluso herramientas metodológicas para su divulgación en las universidades.

“Estamos creando una plataforma global de enseñanza y aprendizaje construida en torno al marco de la economía circular, que trabaja tanto en la educación formal como en la informal. Con un énfasis en el aprendizaje online, la Fundación ofrece conocimientos de vanguardia y contenidos que respaldan la educación sobre la economía circular y el pensamiento de sistemas necesarios para acelerar la transición”.

En ese contexto inspirador, en el curso académico 2017/ 2018 replanteo mi actividad como docente en una asignatura troncal: *Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional*. Se trata de una asignatura de seis créditos que es obligatoria en primer curso, tanto para el Grado de Periodismo como para el Grado de Comunicación Audiovisual, así como para el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas. Por primera vez dedicaré cinco de las quince semanas del cuatrimestre a desarrollar una experiencia de aprendizaje estratégico, para que el alumnado asuma las necesidades de comunicación corporativa de una entidad del Tercer Sector que considero que sirve a la justicia social, y por lo tanto, es parte del plan de cambio hacia la economía circular. El grupo de ochenta estudiantes sale del aula de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, ubicada en Leioa y se desplaza en bus a Bilbao, al barrio obrero de Urizarri (en dos jornadas, con cuarenta personas en una tanda y con otras cuarenta en otra tanda). Se trata de realizar una práctica de campo que se ha justificado ante el Vicerrectorado del Campus de Bizkaia de UPV/EHU y se destinan las cuatro horas de una mañana lectiva a conocer de primera mano la realidad de personas marginadas de la sociedad y a quienes se acoge en un centro de día del barrio bilbaíno de Urizarri, gestionado por psicólogos y formadores de la *Bizitegi*, institución cuyo lema es “por una sociedad sin exclusiones”.

Y más allá de lo experiencial, y tal y como el pedagogo y psicólogo (Monereo, 2007) sostiene, “el escenario mental intrapsicológico debe ser tratado también como un espacio de diálogo, es decir como un espacio interpsicológico en el cual diferentes versiones de la identidad personal o *selves*, interactúan, ejerciendo una influencia decisiva sobre las estrategias de aprendizaje, en el caso de los estudiantes, o sobre las estrategias de enseñanza, en el caso de los profesores, que son activadas cuando afrontan determinado problema”.

2. Bizitegi, la economía circular y la comunicación

Bizitegi es una asociación sin ánimo de lucro de Bilbao (Bizkaia) donde un centenar profesionales y voluntarios apoyan la inserción de las personas en situaciones desfavorecidas, que carecen de hogar o que provienen de entornos de drogadicción y/o en conflictos de adaptación familiar y social y por ello viven en la calle o en pisos de acogida con supervisión psicológica. La participación proyectiva que promueve (*Bizitegi*,) implica este año 2017 múltiples actividades, entre ellas la vinculada con UPV/EHU, que consiste en situar cara a cara al colectivo de estudiantes de dieciocho años (que corresponde al grupo de mi alumnado universitario en la asignatura de primer curso), con las personas que denominaremos usuarios de *Bizitegi* y habitualmente viven al margen y sin comunicarse con ningún colectivo juvenil de estudiantes. Es decir, la experiencia consiste en que ambas partes -desconocidas entre sí- deben charlar y conocerse y desarrollar habilidades de comunicación verbal y no verbal; en el caso de los y las estudiantes, lo realizan con un fin lucrativo, en tanto que el desarrollo de esa capacidad de escucha les servirá para tomar conciencia de su habilidad transversal más o menos desarrollada y para realizar el *briefing* inicial en el encargo de proyecto de comunicación que será evaluado en la asignatura que plantea la profesora. El reto del aprendizaje estratégico es dar a conocer lo que significa esa entidad corporativa, que en la actualidad carece de responsable de comunicación en su organigrama. La experiencia de dinámica de grupos, se diseña de manera distendida, en modo *work-café*, y tiene lugar en uno de los centros de día de la organización *Bizitegi*. Su misión es dignificar a estas personas y darles la oportunidad de compartir otro punto de vista -más positivo- sobre la realidad y por otro lado, que los estudiantes rompan estereotipos y hagan trabajo de calle con personas que viven una realidad que desconocen. Mi objetivo, además, es que el alumnado piense sobre la necesidad de comunicación corporativa de esa entidad y elaboren un material audiovisual documental que participe en *Homeless Film Festival*, organizado por *Bizitegi* en Bilbao en noviembre de 2017 y en colaboración con otro festival inglés, el *Homeless Film Festival* de Manchester.

Bizitegi es una empresa cien por cien circular, y no solo por su naturaleza, sino porque cumple con otro de los objetivos que marca la economía circular, generar puestos de trabajo: (Gabantxo-Uriagereka & Bizitegi, 2017) “nosotros tratamos con gente en riesgo de exclusión o ya excluida”, apunta una portavoz de la organización, “tomamos el residuo como una oportunidad, nuestra filosofía de trabajo es dar trabajo”.

Esta experiencia de aprendizaje estratégico con el alumnado novel de primer curso, sirve para múltiples fines, ya que a su vez, forma parte de un ámbito de investigación en proceso, que busca reflexionar sobre los problemas de marca corporativa que tiene el Tercer Sector de la Economía. Sin embargo, en lo que al alumnado y su aprendizaje estratégico se refiere, se profundiza en el desarrollo de las competencias establecidas por la asignatura *Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional*, según el acuerdo de 2010 para el establecimiento del plan docente de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de UPV/EHU. Competencias genéricas tales como son:

- la capacidad de análisis y planificación
- la capacidad de colaborar y de contribuir a un proyecto común
- la capacidad de comunicar y convencer y
- la capacidad de buscar, usar e integrar la información
- Además se plantea desarrollar otras competencias específicas como son:
- capacidad de comprender el papel que juega la industria de la comunicación en la sociedad

- la capacidad de valorar la imagen y la responsabilidad social como marca de empresas e instituciones
- capacidad de interpretar un *briefing*
- conocimiento de las estrategias de comunicación interna y externa
- conocimiento del funcionamiento de un gabinete de comunicación
- conocimiento de las principales estrategias de comunicación
- conocimiento del proceso de comunicación comercial y
- conocimiento de los elementos estructurales de la comunicación

En concreto el aprendizaje estratégico que se espera derivado de esta experiencia con la institución del Tercer Sector *Bizitegi*, respondería a los objetivos de ser capaces de adaptarse y aprender del grupo de trabajo, saber buscar la información necesaria para la elaboración de un proyecto en los tiempos establecidos -en este caso cinco semanas-, ser capaces de usar e integrar la información en función de un proyecto común, adquirir el lenguaje específico del ámbito de la comunicación comercial corporativa e institucional, ser capaces de analizar y planificar una estrategia de comunicación y finalmente desarrollar la capacidad de comunicar y exponer un proyecto.

Comunicación comercial, Corporativa e Institucional es una asignatura común de rama, es decir, es cursada por alumnado tanto de Publicidad y Relaciones Públicas como del Grado de Periodismo, como del Grado de Comunicación Audiovisual. La asignatura se cursa en el primer cuatrimestre del primer curso de grado y se trata por tanto de una asignatura introductoria, en la que el alumnado toma contacto por primera vez con numerosos conceptos en los que se profundizará más o menos a lo largo de los posteriores cursos en función de su grado de especialidad. Así, en el caso del alumnado del Grado de Relaciones Públicas la gran mayoría de los conceptos introducidos en esta asignatura son desarrollados más tarde en otras asignaturas posteriores, la mayoría de ellas obligatorias. En el caso del alumnado del Grado de Periodismo, aquellos que desarrollen especialidad de *Dirección de Comunicación*, muchos de los conceptos también se desarrollan en posteriores asignaturas. Respecto al Grado de Comunicación audiovisual es evidente que la comunicación si es algo, es hoy por hoy, audiovisual, de ahí que el trabajo final que desarrollan sea un vídeo documental que participe en el Festival de Cine *Homeless Film Festival* en Bilbao.

Pero para llegar a ese nivel de expresión plástica y entregar el documental (una representación) y optar al Festival de Cine *Homeless* en Bilbao, fue necesario acercarse antes (una realidad) y desarrollar estas competencias en el espacio físico:

- comunicación verbal
- comunicación no verbal
- capacidad para el análisis
- capacidad para la síntesis
- manejo de la incertidumbre
- trabajo en equipo
- orden

- organización de las tareas de producción y realización
- chequeo de fuentes de información
- habilidades relacionales
- resolución de conflictos
- escucha activa

La fase de desarrollo exige dominar el juego dispuesto en la plataforma Moodle, que en UPV/EHU ofrece algunas de sus aplicaciones con limitaciones. Por ejemplo, la opción cuestionario, está diseñada para que la elabore el profesorado, que tendría el control total sobre las preguntas y respuestas del citado cuestionario. Mi intención fue que este fuera desarrollado por los veinte grupos de estudiantes, que de manera autónoma crearan las preguntas y respuestas tipo test (cuya evaluación final aportaría el 50% de la nota global de la asignatura). Y como el cuestionario no lo permitía, se optó por hacer un camino intermedio y aprovechar el glosario de Moodle.

Este es el proceso: se trata de deconstruir todos los textos teóricos (artículos académicos, ensayos periodísticos, capítulos de libro) a través de la dinámica de roles en los grupos pequeños de cuatro. Hay todo un trabajo de análisis del texto en un tiempo limitado en el aula por parte de los estudiantes (el resumen lo hace el rol 1, las preguntas de desarrollo las hace el rol 2, las respuestas las desarrolla el rol 3 y el acta y la función de apoyo la requiere el rol 4), que exige concentración y habilidades de comprensión lectora y de expresión oral. Y a continuación, se hace una exposición pública en el aula para chequear la comprensión lectora y dar valor a los procesos de trabajo en cada grupo. La parte más farragosa consiste en la del rol 4 que redacta el acta de lo sucedido de manera oral y lo implementa en la plataforma Moodle, en nombre de su grupo y dentro de un límite de tiempo. Una vez realizado, se proyecta en la pantalla lo redactado por cada grupo en la citada aplicación glosario, que supone escribir un enunciado y generar tres respuestas, de las que solo una es la correcta. Esta fase es la que más rechaza el alumnado, porque exige un trabajo reflexivo al que se muestran reacios y cometen muchos errores de sintaxis que se corrigen de manera pública -ante el grupo grande-, en la pantalla. En todo caso, la conjugación de TIC y pensamiento reflexivo, da lugar a las siguientes competencias:

- implementación de los contenidos base para generar el cuestionario gracias a la utilización artesanal de la app glosario/
- corrección por pares
- conceptos/ análisis/ síntesis/ proceso de deconstrucción y construcción/ modelización para versión cuestionario/ tipo test

La ventaja de esta estructura repetitiva semanal, es que se intenta crear el hábito ejecutivo de entregar las cosas en plazo y proyectarlas en clase aleatoriamente, de manera que todos los estudiantes se mantienen alerta. La desventaja es que muchos alumnos y alumnas, por entregar en plazo, a veces entregan cosas de muy poco valor y que hace decaer el nivel de exigencia del glosario (pensado para el examen test final), con lo cual las fases de corrección in situ -con la profesora-, se hacen muy pesadas y delatan los problemas de expresión escrita y la relación poco pro-activa que mantienen con las TIC, como algo rutinario, ligado a otras experiencias en la Escuela Primaria y Secundaria y el Bachillerato.

Tras finalizar las tareas ejecutivas dentro de cada grupo de 4 estudiantes, y presentar en público los documentales audiovisuales, se desarrollan las siguientes competencias:

- evaluación por pares
- evaluación por terceros

- competitividad
- solidaridad
- manejo de la frustración

La línea de tiempo fue siempre visible en la plataforma Moodle de la asignatura y por ello, el alumnado se enfocó fundamentalmente en estas tareas ejecutivas de grupo:

- organización de documentos referenciales
- resolución de problemas (búsqueda de software para edición de vídeo y sonido)
- acceso a fuentes en Internet
- comparar materiales de vídeo de otros documentales

En las sesiones presenciales de las tres semanas intermedias se compartieron tres textos teóricos que se discutieron en los grupos estables de cuatro personas, con la aplicación de la dinámica de roles (Rafael Rodríguez Prieto, 2016) a la hora de abordar la lectura e interpretación oral de los textos.

Y es que la simulación es una herramienta educativa de gran utilidad ya que en la misma los participantes, (Andreu, García, & Mollar, 2005) “no son actores, siguen siendo ellos mismos y toman las decisiones que consideran adecuadas para resolver lo mejor posible la situación en la que se encuentran, tal y como lo harían en la vida real y cuentan con un escenario, pero la decisión final siempre recae en sus manos”.

El valor de la experiencia es integrar conocimientos, investigación y expresión audiovisual en una misma prueba que además supone un desafío y una oportunidad de trabajo en equipo. Esta experiencia de innovación docente mereció la atención de los medios de comunicación. Por un lado, la tertulia del periodista Juan Carlos Otalora en la radio *Cadena SER (Radio Bilbao 1/ 11/ 2017)* <http://play.cadenaser.com/audio/006RD010000000285430>

Por otro lado, la actividad docente tuvo su escaparate en la web corporativa de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y también en prensa escrita, en *Diario Norte* https://www.eldiario.es/norte/euskadi/Bilbao-The-Homeless-Film-Festival_0_703780234.html

También, el espacio de magazine diario por la tarde, de la radio más escuchada de la Comunidad Autónoma Vasca (*Radio Euskadi*) realizó una tertulia en el programa diario *Ganbara (Radio Euskadi 2/ 11/ 2017)*, que se desarrolla de lunes a viernes de 20h – 23h, donde participaron tanto una representante del alumnado, como profesionales, usuarios y la propia profesora de la citada asignatura <https://itunes.apple.com/es/podcast/ganbara-02-11-2017/id605332121?i=1000394353730&mt=2> El desarrollo de esta tertulia en directo implicó la participación de estudiantes que conversaron sobre el fondo de la asignatura con la periodista. Este hecho vino, de forma consciente, a completar la experiencia, en el sentido de que la misma pudiera ser pensada y explicada por sus protagonistas directos y fue una oportunidad de que un tercero externo a la universidad contactara a los estudiantes y la cuestionara.

De los veinte documentales realizados durante el desarrollo de la asignatura en UPV/EHU, el mejor de ellos, evaluado en una primera criba por el tribunal formado por grupos del propio alumnado, y en una segunda criba por un tribunal de usuarios y profesionales de la entidad *Bizitegi*, ganó la oportunidad de trabajar con el equipo de producción británico que se trasladó a Bilbao y guionizar, grabar y editar otro documental original en la jornada del 4 de Noviembre de 2017, con los profesionales de Manchester de *Homeless Film Festival*, Amy Davies y Dean Brocklehurst. De manera que el equipo de estudiantes que ganaba el beneplácito de sus compañeros de aula y el beneplácito del tribunal de *Bizitegi*, ve proyectado su trabajo en competición del *Homeless Film Festival* a pantalla gigante y con público externo². Y además aprende en paralelo con el equipo de documentalistas ingleses de visita en Bilbao. Como dice (Marina, 2012) es indispensable “establecer sistemas eficaces de interacción entre cerebro y nuevas tecnologías. Los sistemas educativos de todo el mundo se enfrentan con el problema de aprovechar de la manera más eficaz las nuevas tecnologías dentro de los procesos de aprendizaje.

De ahí que las grandes empresas de comunicación investiguen sobre la educación contemporánea y los cambios en la mente humana debido a las TIC (Telefónica, 2012):

“Un primer análisis da como resultado un extenso mapa de las necesidades y carencias que tienen alumnos, padres y profesores en el entorno educativo actual, y muestra cómo la tecnología aparece con fuerza para dar solución a la mayoría de esas necesidades. En segundo lugar, se han analizado las macro tendencias sociales con mayor impacto en la evolución de los modelos educativos actuales: la Contribución, la Hibridación, la Hiperestimulación y la Experimentación. Estas macro tendencias dibujan tres escenarios de futuro donde se desarrollarán todos los modelos formativos posibles. Finalmente, juntando necesidades y escenarios, aparecen cinco posibles modelos formativos de futuro, que van desde la evolución de los modelos actuales —donde el profesor fomenta el aprendizaje de los alumnos con contenidos estimulantes e interactivos— hasta entornos más sofisticados de aprendizaje en red. En todos y cada uno de ellos se proponen las tecnologías necesarias para hacer posible ese modelo y se hace una previsión de aquellos países más adecuados para adaptar cada modelo”.

3. Conclusiones

Las conclusiones de esta inicial experiencia docente, donde se desarrolló una práctica de campo fuera del aula y se apostó por hacer la exposición pública de los resultados de trabajo ante la entidad *Bizitegi* y los medios de comunicación relacionados con *Homeless Film Festival*, son excelentes. Ninguno de los alumnos y alumnas que participaron de la experiencia de aprendizaje estratégico suspendieron la asignatura *Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional* y el promedio de evaluación obtenida fue un 7,5 sobre 10. También fueron óptimas las conversaciones informales generadas con los *stakeholders* durante el evento de relaciones públicas donde tuvo lugar el Festival de Cine/ *Homeless Film Festival*, respecto al impacto que tuvo “la marca” en los y las estudiantes que la conocieron previamente y con posterioridad al evento del 4 de Noviembre de 2017.

Reconocimientos

Cabe mi reconocimiento al alumnado de PEPUCO 01, de la asignatura *Comunicación Comercial, Corporativa e Institucional*, de primer curso de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas, de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de UPV/EHU, por prestarse a esta nueva forma de aprender y enseñar, a pesar de las dudas. Y también un reconocimiento especial a la entidad *Bizitegi*, que con generosidad abrió las puertas de su casa para experimentar con alumnado universitario novel y confió en el resultado de su interacción con las personas usuarias de su entidad del Tercer Sector.

Referencias

- Andreu, M., García, M., & Mollar, M. (2005). La simulación y juego en la enseñanza-aprendizaje de lengua extranjera. *Cuadernos Cervantes*, 11(55), 34-38.
- Bizitegi. Memoria 2017. Recuperado de http://www.bizitegi.org/wp-content/uploads/2018/07/bizitegi-2017_CAS.pdf
- Ellen MacArthur, F. (2018). Hacia una economía circular: Motivos económicos para una transición acelerada. Recuperado de https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/Executive_summary_SP.pdf
- Gabantxo-Uriagereka, M., & Bizitegi. (2017). *Entrevista*
- Marina, J. (2012). Neurociencia y educación. Recuperado de <http://www.joseantoniomarina.net/articulo/neurociencia-y-educacion/>
- Monereo, C. (2007). Hacia un nuevo paradigma del aprendizaje estratégico: El papel de la mediación social, del self y de las emociones. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 5(13)

Rafael Rodríguez Prieto. (2016). Filosofía política en acción. El juego de rol como estrategia de enseñanza. *Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 15(29), 165-174. Recuperado de <https://doaj.org/article/8a98f26a5bbe452697f1d479bf86b73f>

Telefónica, F. (2012). Aprender con tecnología. *Investigación Internacional Sobre Modelos Educativos Futuros*, Madrid, Fundación Telefónica-Ariel,