

## Informativo económico.

M<sup>a</sup> del Rosario Toribio Muñoz<sup>1</sup>, Caños Santos Jiménez González<sup>1</sup>, Juan Carlos Del Río Muñoz<sup>2</sup>,

<sup>1</sup> Departamento de Economía General, Facultad de CC. Sociales y de la Comunicación

<sup>2</sup> Alumno Colaborador del Departamento de Economía General

[rosario.toribio@uca.es](mailto:rosario.toribio@uca.es)

**RESUMEN:** Impartir clase de Economía en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas implica cierta dificultad, al tratarse de un grado perteneciente a la rama de Comunicación, muy diferente a la rama en la que habitualmente se imparten estos contenidos. Es por ello que los alumnos perciben esta materia como algo ajeno a sus estudios y de poca utilidad, circunstancia esta última totalmente diferente a la realidad. Por consiguiente, supone un reto tratar de conectar los conocimientos de economía con el campo de estudio de la Comunicación, haciendo que esta asignatura sea mucho más atractiva para los estudiantes y que se involucren en el propio proceso de enseñanza-aprendizaje. Con este propósito se pensó este Proyecto de Innovación Docente, que ha consistido en que los estudiantes han tenido que elaborar un "Informativo Económico". De esta manera se han combinado y unido los conocimientos económicos con las TICs. Los alumnos han tenido que seleccionar algunos temas o noticias económicas, las han tenido que trabajar y analizar utilizando los conocimientos transmitidos en el aula y, posteriormente, han tenido que desarrollar sus habilidades de comunicación al tener que transmitir las oralmente, utilizando el vídeo como soporte técnico para dicha labor de comunicación. Es cierto que el proyecto ha supuesto todo un reto, teniendo en cuenta que se trata de alumnos de primer curso, por lo que aún sus conocimientos y manejos de TICs no están muy desarrollados, pero la experiencia ha demostrado ser todo un éxito. Los alumnos se han involucrado considerablemente y han demostrado una gran imaginación a la hora de elegir la mejor forma de transmitir la información. Igualmente, la calidad de los contenidos de los vídeos ha sido gratamente sorprendente.

**PALABRAS CLAVE:** Economía, vídeo, comunicación oral, TICs, competencias.

### INTRODUCCIÓN

El Espacio Europeo de Educación Superior nos introdujo en un nuevo escenario educativo encaminado a la mejora de la calidad de la enseñanza universitaria. Era necesario plantear un giro de 180 grados en el proceso enseñanza-aprendizaje, lo que en principio planteó ciertas dificultades ya que suponía un cambio de mentalidad tanto de los docentes como de los estudiantes. Aprendizaje y evaluación por competencias, el uso en el aula de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como instrumento educativo y la mayor participación de los estudiantes en su proceso de aprendizaje, son algunos de los cambios que ha planteado este nuevo sistema educativo. Igualmente, es aconsejable la puesta en marcha de Proyectos de Innovación Docente que introduzcan matices nuevos en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las asignaturas, que contribuyan a la adquisición de las competencias de las mismas, estimulen una mayor participación e implicación de los estudiantes en su formación y que ayuden en el proceso de evaluación.

Igualmente, el sistema actual persigue que la formación de los estudiantes no esté estrictamente encasillada en materias propias y exclusivas de sus estudios, sino que abarca también una serie de materias básicas que se consideran igualmente necesarias en la formación de los mismos y en su futuro profesional. Este es el caso de la asignatura Economía, que forma parte del Módulo Básico de Ciencias Sociales del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, y que tiene como uno de sus principales objetivos conseguir que estudiantes de una titulación que no es de carácter económico, adquieran unas nociones básicas que le permitan conocer y entender la realidad económica de su entorno, dentro del cual van a desarrollar su actividad profesional en el futuro.

Por consiguiente, se trata de una asignatura de economía que se imparte en un grado de la rama de Comunicación, muy

diferentes a la rama y los grados en los que habitualmente se imparte dicha materia (1). Esta circunstancia hace que en ocasiones los estudiantes sean reticentes a estos conocimientos, percibiendo la asignatura como una materia abstracta, ajena a su campo de estudio y con poca utilidad. Por ello pensamos que una manera de hacérsela más atractiva y a su vez motivarlos, es relacionarla con su propio campo de estudio, que es como acabamos de decir, la Comunicación.

Con este propósito se concibió este Proyecto de Innovación Docente, en el que los estudiantes han tenido que elaborar un "Informativo Económico". Como se explicará más detenidamente, los alumnos han tenido que grabar un vídeo con un formato similar a un informativo, a través del cual han ido exponiendo diversas noticias y temas de carácter económico. Con posterioridad, ese vídeo lo han subido a un curso de Moodle habilitado a tal efecto, como si se tratara de un programa de televisión. De esta forma, se han conjugado conocimientos económicos adquiridos en el aula con el uso de TICs, lo cual contribuye no solo a la adquisición de las competencias de la asignatura (2), sino también a otras competencias del grado propias de la comunicación dado que los alumnos han tenido que "comunicar oralmente" los temas o noticias económicas que habían seleccionado.

### OBJETIVOS

El objetivo principal del proyecto ha sido incentivar a los estudiantes hacia el estudio de la Economía.

Junto a este objetivo principal, nos marcamos dos objetivos secundarios.

- Incrementar la participación activa de los estudiantes, así como el trabajo en equipo.
- Mejorar su expresión oral.

## ALGUNAS EXPERIENCIAS SIMILARES

El uso del video en la docencia es una actividad cada vez más extendida debido a la multitud de aportaciones que este tiene sobre el aprendizaje y el desarrollo personal del alumnado. Diversos estudios demuestran que los alumnos de últimos curso de carrera y al finalizar la misma tienen carencias en expresión oral (e.g., informe REFLEX, 2007). El uso del video en el aula aprovecha el potencial comunicativo de las imágenes y el sonido, y facilita los procesos de reflexión y autoevaluación por parte del propio alumno, de los compañeros, y del profesor, donde se podrá valorar especialmente la capacidad comunicativa verbal y no verbal, entre otras. Además, cabe destacar las posibilidades didácticas que aporta el video al ámbito educativo al ser un instrumento de observación directa para la recogida de datos, para la comunicación bidireccional en las reuniones de grupo y para facilitar la evaluación continua (Froufe, 1995).

Ferrés i Prats (1997), defendía el uso de la cámara como dinámica de aprendizaje donde los alumnos se sienten implicados y protagonistas del acto creativo y como un instrumento para el descubrimiento del propio cuerpo y los comportamientos cotidianos.

Existen estudios que apoyan el papel del vídeo como herramienta para trabajar y evaluar la competencia oral. Una investigación llevada a cabo por la Universidad de Zaragoza tenía como objetivo analizar la integración del video y su aportación a la enseñanza de la disciplina de Administración y Dirección de Empresas, así como los efectos que produce la integración de este medio en el proceso de enseñanza-aprendizaje al favorecer la autoevaluación, co-evaluación y heteroevaluación en primer curso de carrera.

Para ello, se escogieron 335 estudiantes de la universidad, 167 chicos y 168 chicas, al azar que se dividirían en dos grupos, en un grupo se hace uso del video y en el otro no; al finalizar el curso se entregaron unas encuestas de satisfacción a los alumnos donde se realizaron una serie de preguntas sobre la aportaciones, capacidades, destrezas y habilidades adquiridas con el uso del video. Las encuestas demostraron que los alumnos se sentían satisfechos con la participación en la actividad del video, consideraban que es una técnica útil para mejorar la expresión tanto verbal como no verbal; y además se encontró un mejor rendimiento académico en los alumnos que participaron en esta actividad, relacionándose los resultados académicos de los estudiantes y su estrategia y motivación para aprender; por ejemplo, el porcentaje de alumnos aprobados en el grupo que participó en la actividad es del 51,06% frente al 48,15% del que no participó, lo mismo ocurre con el porcentaje de estudiante que obtuvieron notable o sobresaliente, y fue inferior en el caso de los suspensos.

Otro ejemplo es la investigación realizada en un curso de formación para licenciados en español y futuros profesores de ELE en el Instituto Cervantes entre los meses de septiembre de 2011 y marzo de 2012. Para ello, se seleccionaron 16 alumnos, 15 mujeres y 1 hombre, procedentes de diferentes ramas de estudios.

La actividad tenía como finalidad la autoobservación en cada uno de los ciclos formativos, donde se realizaba una grabación de la sesión de clase práctica impartida por los futuros profesores, donde los profesores tutores estaban presentes como observadores directos, a continuación, se pasaba una ficha de reflexión; por último, se realizaba una

sesión de retroalimentación entre los profesores tutores y los noveles. Para el análisis de esta actividad, se entregaba un cuestionario sobre el proceso de observación y la utilidad de esta en sus capacidades comunicativas y su autoaprendizaje, además de una ficha de reflexión final. La valoración sobre la utilidad de las grabaciones fue muy positiva, 14 profesores apuntaron que era muy útil, señalaron también aspectos que debían mejorar, tales como el lenguaje corporal, el tono, la velocidad del discurso o el contacto visual, entre otros.

Las conclusiones obtenidas por el estudio realizado por el Instituto Cervantes demostró que el video tiene una utilidad para el desarrollo de un autoconcepto profesional en los docentes, así como una herramienta formativa excepcional para trabajar la autorregulación y el autoaprendizaje, ya que los individuos pueden analizar su actuación repetidamente, comparar diversos aspectos de su actuación en diferentes actuaciones en el tiempo y compararse frente a otros docentes.

## DESARROLLO DEL PROYECTO: EL INFORMATIVO ECONÓMICO

Unos de los objetivos fundamentales de este Proyecto de Innovación Docente ha sido hacer que las nociones básicas de economía, que se les transmiten a los alumnos de primer curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas a través de la asignatura Economía, sean más accesibles y atractivas. Para ello se concibió la idea de unir la enseñanza de materias económicas con aspectos propios de la Comunicación.

Al principio de curso se les planteó a los alumnos el proyecto, de forma que los que quisieran participar debían formar grupos para trabajar en el mismo. De esta manera, se ha contribuido a que los alumnos aprendan a trabajar conjuntamente en grupos, modo de trabajo que les resulta en muchas ocasiones difícil en los primeros cursos dado que tienen que aprender que el resultado de un trabajo en equipo no es solo la suma de lo que hagan cada uno de sus componentes, sino que es fundamental que esas acciones individuales estén conjuntadas y al final formen un resultado único, compacto y coherente.

Cada grupo tenía que seleccionar unos temas o noticias económicas de actualidad, las cuales tenían que trabajar e interpretar usando los conocimientos que se les irían transmitiendo en el aula a lo largo del cuatrimestre. De esta manera los alumnos han estado más motivados en ir adquiriendo esos conocimientos que se les iban comunicando y que a simple vista les resultan en muchas ocasiones demasiado teóricos y abstractos, sobre todos al tratarse de alumnos que tienen como vocación desarrollar su vida profesional dentro del ámbito de la comunicación. Y para relacionarlo con su rama de conocimiento y vincularlos aún más en el proceso de aprendizaje, luego han tenido que comunicar oralmente el tema o noticias seleccionados, desarrollando sus capacidades de comunicación para transmitirlos de la manera más adecuada y atractiva posible.

Para ello cada grupo ha tenido que grabar un video con un formato en cierta manera similar al utilizado en los informativos, si bien se les ha dado plena libertad para elegir el estilo que cada grupo deseara. Dichos informativos se han grabado y subido al campus virtual de manera similar a un programa de televisión, por lo que a su vez han trabajado con las herramientas necesarias para grabar y maquetar videos. La grabación se ha llevado a cabo mediante distintas técnicas,

destacando aquellos que han sido grabados en el Centro de Recursos Digitales del Campus de Jerez.

Cabe señalar que, aun tratándose de alumnos del primer cuatrimestre de primer curso del grado, la calidad de los vídeos ha sido bastante alta, y los alumnos han sabido desarrollar sus capacidades creativas y de comunicación, relacionándolas con los conocimientos económicos, tal y como se pretendía (3). En la mayoría de los vídeos se comprueba el esfuerzo desarrollado por los participantes y su involucración en el proyecto, lo que supone una alta satisfacción para las profesoras que lo han puesto en marcha.

También es gratificante comprobar la buena acogida que tuvo el proyecto entre los alumnos dado que el nivel de participación ha sido considerable: 76 estudiantes, que representa casi el 60% del total, presentándose 29 vídeos, lo que casi ha duplicado las expectativas de participación iniciales.

Y como se ha mencionado, otro de los objetivos de este proyecto es facilitar el proceso de evaluación de la asignatura, el cual se presenta un poco más complejo en el actual escenario de enseñanza, donde la evaluación ya no se limita a la realización de un examen donde los alumnos deben demostrar el grado en el que han asimilado los conocimientos transmitidos en el aula. Ahora la evaluación es por competencias, donde se combinan conocimientos, habilidades, actitudes, etc.

En este proyecto han participado cuatro personas: dos profesoras del Departamento de Economía General, y dos alumnos colaboradores, uno de ellos del doble grado en Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing y otra del grado en Marketing e Investigación de Mercados. En el proceso de evaluación de los vídeos han participado los cuatro, a partir de una rúbrica que previamente se diseñó. El objetivo era poder evaluar los distintos aspectos del vídeo desde distintas perspectivas, tanto desde el punto de vista de las profesoras, como de los estudiantes de cursos más avanzados. Cabe destacar que, pese a poder tener distintos puntos de vista, la valoración de cada uno de ellos ha sido muy similar.

## CONCLUSIONES

A modo de conclusión podemos decir que el balance de este Proyecto es muy positivo. Su objetivo principal era hacer más atractivos los contenidos de economía que se les transmiten a los alumnos de primer curso del Grado de Publicidad y Relaciones Pública, tratando para ello de conectar la Teoría Económica dentro de la que se engloba la asignatura Economía con técnicas de comunicación propias del grado en el que se imparte. Consideramos que este objetivo se ha logrado, como vamos a comprobar.

Muestra de este balance positivo lo tenemos en el alto grado de participación de los alumnos en el proyecto. Como se ha comentado anteriormente, se han elaborado 29 vídeos por grupos formados por el 58% de los alumnos matriculados en la asignatura, lo que ha superado con creces las expectativas de participación que inicialmente se tenían, sobre todo teniendo en cuenta que una parte del alumnado son repetidores que al estar ya cursando muchos de ellos asignaturas de cursos superiores, no se involucran tanto en las que les van quedando sin aprobar.

A pesar de tratarse de alumnos de primer curso, la calidad de los vídeos puede considerarse bastante aceptable. Pero lo que

más ha llamado la atención es la variedad y originalidad de los formatos. Por mencionar algunos ejemplos, ha habido vídeos que han tomado la forma de un informativo de televisión, donde los/as presentadores/as han ido narrando las noticias económicas que previamente habían seleccionado, en otros los alumnos actuaban como periodistas que salían a la calle y preguntaban a la gente sobre determinado tema de la actualidad económica e incluso en otros simulaban ser los protagonistas de la noticia.

Con este Proyecto se demuestra igualmente las considerables ventajas que tienen las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación en la docencia, y más concretamente el uso del vídeo. Entre otras cosas, mejora la comunicación oral al tener los alumnos que transmitir ideas a un amplio y variado público, potencia la imaginación, desarrolla los conocimientos técnicos sobre nuevas tecnologías, permite la autoevaluación y la coevaluación, les enseña a trabajar en grupo y estimula a los alumnos a participar más activamente en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Y no hay que olvidar que los alumnos han tenido que analizar y trabajar previamente conceptos y nociones de economía que forman parte del contenido de la asignatura objeto de este Proyecto, lo que les ha ayudado a su asimilación y comprensión. Por todo ello, consideramos que esta herramienta contribuye activamente en la consecución de las competencias no solo de la asignatura, sino también otras más propias del grado.

Para captar la opinión de los alumnos sobre el Proyecto, finalmente se les pasó una encuesta. Una de las cosas que se les preguntó fue qué mejorarían de esta actividad, siendo algunas respuestas: "Un lugar adecuado para poder realizarlo con calidad", "me gusta como está planteada la actividad, por lo tanto no cambiaría nada", "no habría mucho que mejorar ya que hay mucha libertad de elección para hacer y escoger el tema del vídeo. La actividad es satisfactoria y fomenta el que los alumnos indagemos más sobre economía". Por consiguiente, se percibe la buena aceptación que ha tenido esta actividad entre los alumnos, a quienes al preguntarles si les había ayudado en la asignatura y a entender mejor su campo de aplicación, han otorgado a esta pregunta una puntuación media próxima al 3,5, en una escala entre 0 y 5.

Por consiguiente, consideramos muy satisfactoria esta actividad tanto para los alumnos como para las profesoras implicadas en el Proyecto, por lo que consideramos interesante seguir utilizándola en cursos posteriores, añadiéndole algunas mejoras que la experiencia nos irá indicando.

## REFERENCIAS

1. Grados en Administración y Dirección de Empresas, Marketing e Investigación de Mercados, etc., todos pertenecientes a la rama de Ciencias Sociales y Jurídicas.
2. Como "Conocer y aplicar los conceptos fundamentales del entorno económico, político, social y cultural que capacite para interactuar con la sociedad (CE2)" o "Ser capaz de analizar y definir temas de interés dentro del campo de la comunicación que estén en relación con los ámbitos económicos y empresariales y perspectivas de análisis alternativos propuestos desde esta disciplina (CE14), entre otras.

3. A modo de ejemplo se puede ver el vídeo <https://www.youtube.com/watch?v=a3nsbNogbqw> o <https://www.youtube.com/watch?v=rNu8wvyM5q8&feature=youtu.be&app=desktop>
4. Cazcarro Castellano, I., Martínez Caraballo, N. La grabación en video en el aula como herramienta de mejora de la competencia de comunicación oral. *Educatio Siglo XXI*. 2011, volumen 29 (nº 2), pp. 255-282. Recuperado de <https://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/27210/1/La%20grabaci%C3%B3n%20en%20v%C3%ADdeo%20en%20el%20aula%20como%20herramienta%20de%20mejora%20de%20la%20competencia%20de%20comunicaci%C3%B3n%20oral.pdf>
5. Ferrés i Prats, J. *Vídeo y Educación*. 2ª Edición. Paidós. 1997.
6. Froufe, S. El uso del vídeo en la animación sociocultural. *Comunicar*. 1995, nº 5, pp. 92-97. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/636293.pdf>
7. Hermida, A. Las grabaciones de clase como instrumento para facilitar la reflexión y la autonomía docente. *Revista Nebrija*. 2013, nº 13. Recuperado de: <http://www.nebrija.com/revista-linguistica/las-grabaciones-de-clase-como-instrumento-para-facilitar-la-reflexion-y-la-autonomia-docente.html>