

La narración audiovisual y la evaluación narrativa como herramientas de aprendizaje

Esther Simancas González

*Departamento de Marketing y Comunicación, Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad; Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

esther.simancas@uca.es

RESUMEN: El proyecto de innovación docente “Estudiantes que cuentan: *YouTube*, creación de videos y creación de narrativas como herramientas de aprendizaje” es continuación de otro proyecto implementado el curso 2016/2017, con gran éxito y participación del estudiantado. Se puso en marcha para potenciar el aprendizaje autónomo de una asignatura eminentemente teórica y la alfabetización transmediática del alumnado, específicamente aquellas capacidades y competencias relacionadas con la producción de contenido audiovisual.

Gracias al proyecto, se inauguró el canal de *YouTube* “La historia de la publicidad UCA”, que cuenta ya, en junio de 2018, con un total de 40 videos, desde video-tutoriales para la realización de videos hasta productos audiovisuales sobre la historia de la publicidad creados por el estudiantado, muy útiles para el aprendizaje de la asignatura; lográndose, al mismo tiempo, dar visibilidad a sus trabajos académicos más allá del aula.

En el curso 2017/2018, con vistas a mejorar la metodología del proyecto, se ha dado más protagonismo al alumnado en la toma de decisiones y mayor peso a la narrativa como herramienta de aprendizaje, mejorándose tanto el proceso de formativo como los resultados obtenidos.

PALABRAS CLAVE: proyecto, innovación, mejora, docente, proyecto de innovación educativa, historia de la publicidad, publicidad y relaciones públicas, narrativas audiovisuales, evaluación narrativa.

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de innovación es la continuación del proyecto “Lanzamiento del canal *YouTube* de la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad con recursos didácticos audiovisuales creados por el alumnado” (curso 2016/2017). Tanto en la primera edición como en la segunda ha tenido gran éxito entre el alumnado.

Se puso en marcha para responder a demandas concretas del alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas: contar con formación práctica específica en edición y montaje de video, cuestión no contemplada como tal en el plan de estudios, pero que sin embargo se les requiere para la elaboración de prácticas en el grado y, por supuesto, es esencial para el desempeño de su profesión porque, no hay que olvidar que hoy día, una de las competencias más demandadas por el mercado en los profesionales de la comunicación es que sean capaces de crear contenidos interesantes y relatos potentes para conectar con los públicos y usuarios.

¿Pero cómo unimos la formación en video con la historia de la publicidad? Evolución de las formas y procesos de la Publicidad, asignatura en la que se enmarca este plan de innovación es una materia fundamental para dar solidez a la formación de un futuro o futura publicista, pero, como todas las asignaturas sobre historia, tiene mucho contenido teórico. Una forma de hacerla más cercana al alumnado era plantear que fueran ellos mismos quienes contarán la historia de la publicidad en un video. Esto incidía en el aprendizaje autónomo y no memorístico, pero, por supuesto, desde la propia asignatura había que cubrir sus necesidades en relación a edición y montaje de video. Además de un taller con una videógrafa profesional, se creó para el alumnado una guía básica de edición de video y se prepararon videotutoriales sobre programas de edición de video, a los que se podía acceder a través del canal de *YouTube* [La historia de la publicidad UCA](#),

primer y único canal de *YouTube* del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz, que se estrenó oficialmente en el [I Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz \(curso 2016/2017\)](#) y que a día de hoy tiene 40 videos, tanto del alumnado como materiales sobre edición de video, narrativa e historia de la publicidad generados por el propio proyecto. Con esto, además de motivar a los estudiantes, se da visibilidad a sus trabajos a través de *YouTube* y se crea un banco *open access* con recursos audiovisuales, cada vez más numerosos e interesantes, sobre la historia de la publicidad.

OBJETIVOS

Los objetivos principales del proyecto para el curso 2017/2018 han sido:

1. Optimizar la formación del alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas en edición y narrativa audiovisual.
2. Fomentar el aprendizaje autónomo de la historia de la publicidad e implicar al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
3. Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de *YouTube* *La historia de la publicidad UCA* y potenciar su visibilidad.

METODOLOGÍA

Para responder al primer objetivo, las actividades que se han puesto en marcha en el marco del proyecto han sido:

1. Presentación del proyecto de innovación docente al alumnado de la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad (segundo curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas).

2. Diagnóstico de las necesidades formativas de los estudiantes en edición de video, mediante una encuesta *on-line*.
3. *Puesta a disposición del alumnado de una guía básica de video (aula virtual de la asignatura) y videotutoriales (YouTube).*
4. Desarrollo de un taller de formación en edición de video y narrativa audiovisual impartido por una videógrafa profesional.
5. Evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje y de la formación recibida (guía, video-tutoriales y charla profesional) mediante una encuesta *on-line*.

Para fomentar el segundo objetivo, las actividades desarrolladas han sido:

1. Como trabajo final, el alumnado tiene que realizar y compartir en *YouTube* un video, con potencial de viralidad, en el que se cuente la historia de la publicidad.
2. En diciembre de 2017, se celebra el II Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz. Como conferenciante se invita a Sergio Rodríguez, uno de los mayores expertos en historia de la publicidad en España y fundador del [Centro de Documentación Publicitaria](#), primera iniciativa dedicada a recuperar, conservar y promocionar el patrimonio publicitario en España, y segunda en Europa. Antes de finalizar el evento, se entregan los premios a los mejores trabajos realizados por el alumnado, siendo 3 de ellos los que pasan a formar parte del canal de *YouTube*. Es interesante reseñar también que:
 - A parte de los canales institucionales, para la difusión del festival, se cuenta con la participación activa del alumnado de segundo curso, que comparte el cartel del evento en redes sociales y en *whatsapp*.
 - El premio del público fue votado por primera vez por los alumnos y alumnas.
 - Los estudiantes ganadores de la edición anterior fueron los encargados de entregar los diplomas a los premiados.
3. Como ejercicio complementario, se pide a los estudiantes que redacten las preguntas que le harían a Sergio Rodríguez. Se seleccionan las más interesantes y se le plantean al conferenciante en una entrevista que es grabada en video.
4. Finalmente, se emplean diferentes herramientas de evaluación que han sido fundamentales para lograr la implicación del alumnado: se realizan entrevistas en video a grupos de estudiantes, encuestas de evaluación y una evaluación narrativa individual sobre la experiencia formativa en la asignatura.

El último objetivo, "Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de YouTube *La historia de la publicidad UCA* y potenciar su visibilidad" se ha conseguido, superándose la treintena de videos del canal, porque este curso, como ya se ha dicho, se han elegido [3 videos sobre la historia de la publicidad realizados por los estudiantes que han pasado a formar parte del canal de YouTube](#) y se han preparado otros, también accesibles en el canal:

- Una [entrevista a la videógrafa invitada](#), en la que da consejos sobre la creación de historias en video.
- Una entrevista realizada por la profesora al experto en historia de la publicidad, [Sergio Rodríguez](#).
- Una entrevista a Sergio Rodríguez con las preguntas de los alumnos y alumnas (en vez de un video, para darle más dinamismo y conseguir más visualizaciones, se han preparado [12 videos](#) de corta duración).
- Un video de entrevistas a los grupos de [estudiantes](#) sobre el proyecto y sobre la historia de la publicidad.

RESULTADOS

Centrándonos en los resultados de la encuesta de evaluación final, el 83% del alumnado está "muy de acuerdo" o "completamente de acuerdo" con la propuesta "el proyecto le ha motivado para afrontar la asignatura". El 91% cree que el proyecto de innovación docente ha favorecido su comprensión de los contenidos y la adquisición de competencias asociadas a la asignatura. Del mismo modo, en un 95,8% consideran que los videos del alumnado del canal de YouTube les ayudan a acercarse a los contenidos de la asignatura.

El 83% de los encuestados considera que el proyecto le ofrece herramientas útiles relacionadas con su carrera. En este sentido, un 61,5% afirma haber hecho uso de los videotutoriales del canal de *YouTube* "La historia de la publicidad UCA", pues en gran medida estos les resultan útiles, al resolver sus dudas y necesidades en relación con la edición de video (recogidas en una primera encuesta). La guía básica de producción de video ha sido utilizada por el 56,3% de los encuestados. De cara al próximo curso, habría que buscar algún mecanismo para que se aproveche en mayor medida, o, en todo caso, preparar más videotutoriales sobre el contenido del mismo, ya que estos últimos si tienen mayor éxito y uso.

Por otro lado, han valorado muy positivamente la visita de una videógrafa profesional, porque además de suponer un gran beneficio en su formación (84,4%), les resultó interesante y motivadora (94,8%) y les aportó ideas para la realización del trabajo (91,6%) y encarar la grabación y edición del video (92,7%).

Con respecto al II Festival de Historias de la Publicidad, el 91,6% de los estudiantes cree que es una iniciativa muy motivante.

La valoración global del proyecto educativo, en una escala de 1 a 10 puntos, es de 9 puntos (siendo los porcentajes los siguientes: 6 puntos, 5,2% votos; 7 puntos, 19,8%; 8 puntos, 20,8%; 9 puntos: 28, 1%; 10 puntos, 21,9%).

A modo de síntesis, a continuación, se exponen los comentarios que hicieron alumnos y alumnas sobre el proyecto de innovación al final de la encuesta de evaluación:

- "Sinceramente es una de las asignaturas que más ha hecho participar al alumnado y más se nos ha mimado".
- "Me ha parecido un proyecto de innovación muy interesante, tanto para mi vida profesional como personal. Ha sido un proyecto bonito, me ha acercado

más a mis compañeras y hemos obtenido un buen producto”.

- “Es un trabajo que "te cambia la mente", hace que se te despierte dentro la curiosidad, la intriga y la motivación”.
- “Creo que la asignatura podría haber resultado algo inabarcable y eterno y, gracias a este proyecto, todos o por lo menos la mayoría de mis compañeros y yo, hemos disfrutado de la asignatura y hemos aprendido a apreciar verdaderamente el trasfondo de ésta”.
- “Pienso que este trabajo nos ha ayudado mucho a la hora de afianzar los conceptos de la historia de la publicidad, ya que a la hora del examen nos resultará más fácil estudiar la asignatura.”
- “Se agradece mucho que la profesora nos haga participes de eventos y actividades que nos ayuden e inciten a aprender.”

Por último, es fundamental recalcar lo interesante que, en términos pedagógicos, ha sido desarrollar una evaluación narrativa como ejercicio de clase. Esta nos ha permitido, tanto a la profesora como al alumnado, indagar en el proceso de aprendizaje y evidenciar cómo aprendemos. Además, se conforma como una herramienta fundamental de cara a hacer mejoras en el proyecto y en la docencia de la asignatura el curso que viene.

CONCLUSIONES

En el segundo curso de su implementación, 2017/2018, gracias a las mejoras realizadas, teniendo en cuenta la experiencia previa, puede afirmarse que tanto los resultados como el proceso de enseñanza-aprendizaje han mejorado con respecto al curso anterior. A parte de la subida de las tasas de rendimiento y éxito como que está ligada a una mayor comprensión de los conceptos y la materia de la asignatura, son de reseñar la alta motivación y la implicación del alumnado, que han quedado patentes en el desarrollo mismo de la asignatura y en la alta calidad de los trabajos presentados así como en las herramientas de diálogo y evaluación que se han empleado para recibir el feedback del alumnado. El uso de narrativas como elemento de evaluación, en la que contábamos cómo habíamos vivido las clases, la teoría y la práctica, y cómo habíamos aprendido, fue una de las novedades incluidas este curso y puede decirse que ha enriquecido enormemente la experiencia de aprendizaje. Tanto al alumnado como a la profesora estas evaluaciones narrativas que hemos desarrollado individualmente y que hemos compartido, nos han hecho reflexionar sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje que hemos vivido en la asignatura de Evolución y nos han impulsado a tener una actitud más consciente y activa en el mismo.