

# Alumnado haciendo historia

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](mailto:esther.simancas@uca.es)

**RESUMEN:** Los objetivos principales del proyecto de innovación educativa “El uso de narrativas en la enseñanza de la historia de la publicidad” son fomentar el aprendizaje autónomo y crítico de la asignatura de Evolución de las Formas y Procesos (Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz) e implicar y dar protagonismo al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través del empleo del relato como elemento de diagnóstico, metodológico y evaluativo de la asignatura.

El proyecto va por su tercera edición, pero va evolucionado de acuerdo a lo vivido cada curso, y ha conseguido que el canal de YouTube la historia de la Publicidad UCA tenga 53 videos, la mayoría realizado por el alumnado, que sirven como materiales didácticos de la asignatura.

**PALABRAS CLAVE:** proyecto, innovación, mejora, docente, aprendizaje, relato, historia, publicidad.

## INTRODUCCIÓN

El proyecto “El uso de narrativas en la enseñanza de la historia de la publicidad” es la continuación de los proyectos de innovación “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) y “Estudiantes que cuentan: *YouTube*, creación de videos y *storytelling* como herramientas de aprendizaje” (curso 2017/2018), ambos con gran éxito entre el alumnado y con resultados muy positivos para el proceso y los resultados de aprendizaje en la asignatura de Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad, de segundo curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz.

El primer año el proyecto se puso en marcha para responder a demandas concretas del alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas: contar con formación práctica específica en edición de video, cuestión no contemplada como tal en el plan de estudios del grado, pero que sin embargo se les requiere para la elaboración de prácticas en el grado y que es esencial para el desempeño de su profesión. Además, la asignatura en la que se enmarca, Evolución de las formas y procesos de la Publicidad 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 y ellas quienes contaran la historia de la publicidad en 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 videografía profesional, se creó una guía básica de edición de video y se prepararon videotutoriales sobre programas de edición de video, a los que podían 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 y que a día de hoy, tres cursos más tarde, tiene un total de 53 videos, tanto del alumnado como materiales sobre edición de

video e historia de la publicidad generados por el propio proyecto.

Con esto, además de motivar al estudiantado, se le da visibilidad a sus trabajos a través de *YouTube* y se está creando un banco *open access* con recursos audiovisuales cada vez más numeroso e interesante sobre la historia de la publicidad.

En el segundo curso de su implementación, 2017/2018, gracias a las mejoras realizadas, teniendo en cuenta la experiencia previa, tanto los resultados como el proceso de enseñanza-aprendizaje mejoraron con respecto al curso anterior. A parte de la subida de las tasas de rendimiento y éxito, que están ligadas a una mayor comprensión de los conceptos y la materia tratada en la asignatura, son de reseñar la alta motivación y la implicación del alumnado, que quedaron 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, que nos sirvió para contar cómo habíamos vivido las clases, la teoría y la práctica, y cómo habíamos aprendido, fue una de las novedades incluidas el curso 2017/2018, llegando a ser la que enriqueció en mayor medida la experiencia de aprendizaje. Podemos decir que el desarrollo y análisis de narrativas autobiográficas como parte del proceso formativo resultó una apuesta interesante y potente para superar la forma tradicional de enseñanza (universitaria) porque, a parte de impulsar la creación personal y la construcción de sentido, propició la reflexión sobre el propio proceso formativo y sobre el proceso y sentido de la educación. La consecuencia fue ampliar el proyecto un año más y su propia evolución pedía que había que darle más peso metodológico al relato autobiográfico en la asignatura en el curso 2018/2019. Esta apuesta se explica asimismo porque este proyecto forma parte de la iniciativa de innovación educativa “El uso de narrativas en la enseñanza universitaria. Experiencias y relatos (auto) biográficos para la construcción del conocimiento social, científico y profesional” (cursos 2017/2018 y 2018/2019), liderada por la Universidad de Málaga y en la que también participa profesorado de la Universidad del

País Vasco, de la Universidad de Cantabria, y de la Universidad de Extremadura.

## OBJETIVOS DEL PROYECTO

- Fomentar el aprendizaje autónomo y crítico de la materia impartida e implicar al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje a través del empleo del relato como elemento de diagnóstico, metodológico y evaluativo de la asignatura.
- Introducir al alumnado de publicidad y relaciones públicas en la narrativa audiovisual.
- Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de YouTube La historia de la publicidad UCA y potenciar su visibilidad, motivando simultáneamente al alumnado.

## METODOLOGÍA

Las actividades previstas e implementadas para la consecución de los objetivos marcados han sido las siguientes:

- Desarrollo por parte del alumnado de un relato inicial autobiográfico en el que expliquen su relación con la publicidad.
- Desarrollo teórico y práctico de la asignatura a partir de los elementos comunes detectados en esos relatos y construcción, por parte del alumnado, de relatos audiovisuales (con una duración máxima de 5 minutos).
- Diagnóstico de las necesidades del alumnado en edición de video y narrativa audiovisual.
- Puesta a disposición del alumnado del material formativo sobre edición y montaje de video creado el curso 2016-2017 (guía y video-tutoriales).
- Desarrollo de un taller de formación de narrativa y creación audiovisual impartido por una videógrafa profesional.
- Selección de los mejores trabajos audiovisuales de la asignatura elaborados los grupos de trabajo el curso académico 2018/2019. La selección de los videos se dio a conocer en el III Festival de Historias de la Publicidad (20 de diciembre de 2019), que tuvo como invitada especial a Concha Narváez, fundadora de la agencia Alikindoy Comunicación y antigua alumna del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz. Los premios otorgados fueron: Premio a la eficacia; Premio al mejor guion adaptado; Premio del Público; Gran Premio del curso 2018/2019. El premio del público fue otorgado por el alumnado (votaron 87 personas) mediante una encuesta puesta a su disposición en el aula virtual durante 3 días, recayendo el Gran Premio y el Premio del Público en el mismo trabajo.

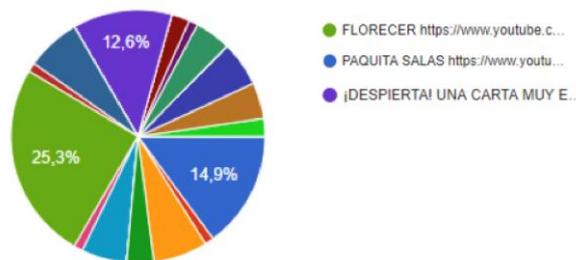


Figura 1. Votaciones del alumnado para el Premio del Público

- Evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje y de la formación ofrecida mediante encuesta on-line y con una evaluación narrativa individual, tanto por parte del alumnado como de la profesora.

## RESULTADOS

Se han empleado dos herramientas de evaluación para comprobar asimismo la motivación e interés generados por el proyecto y la utilidad y eficacia de los materiales ofrecidos: una encuesta individual de evaluación final más amplia y una evaluación narrativa individual.

A continuación se detallan los resultados más importantes de la encuesta de evaluación final, que han mejorado con respecto al curso 2017/2018:

El 85% 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 98,5% considera que los videos del alumnado del canal de YouTube les ayudan a acercarse a los contenidos de la asignatura.

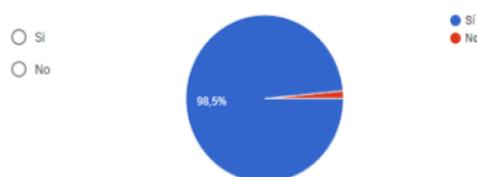


Figura 2. Respuestas a la pregunta: ¿Los videos del alumnado del canal de YouTube te ayudan a acercarte a los contenidos de la asignatura?

El 92,5% de los encuestados considera que el proyecto le ofrece herramientas útiles relacionadas con su carrera. Por otro lado, han valorado muy positivamente la visita de una videógrafa profesional, porque además de suponer un gran beneficio en su formación (83,6%), les resultó interesante y motivadora (79%) y les aportó ideas para la realización del trabajo (70%) y encarar la grabación y edición del video (73%).

Con respecto al Festival de Historias de la Publicidad, el 88% 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 8,5 puntos (siendo los porcentajes los siguientes: 5 puntos, 2,9% votos; 7 puntos, 13%; 8 puntos, 32,8%; 9 puntos: 26,8%; 10 puntos, 23,8%).

Igualmente, la implementación del proyecto ha evidenciado que sería interesante revisar la posibilidad de que existiese una asignatura específica en narrativa audiovisual y edición de video en el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, hecho con el que están de acuerdo el 100% de los encuestados.

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

- “No creo que haga falta hacer ningún cambio, ya que el plan actual considero que esta muy bien planteado tanto para el aprendizaje de la asignatura, como para el desarrollo de diferentes habilidades muy útiles en nuestra carrera”.
- “En general, estoy muy contenta con el transcurso y con el cómo se ha desarrollado la asignatura. El vídeo ha sido un buen elemento para aprender conceptos de esta a pesar de ir un poco a contrarreloj”.
- “Simplemente me parece muy interesante el tema de la narrativa a la hora de contar historias y creo que es un aspecto muy importante en nuestra carrera que apenas se toca”.
- “Creo que la asignatura favorece el desarrollo personal de los alumnos”.
- “Creo que sería muy importante introducir una asignatura para aprender a narrar y editar vídeos, ya que en nuestra carrera es una herramienta fundamental. Por otra parte, estoy contenta de que se nos dé la posibilidad de hacer este tipo de trabajos, para poder desarrollar nuestras ideas creativas y evolucionar en este ámbito. Me alegro de que alguien nos animase, y espero que se hagan más proyectos de este estilo, ya que tiene un trasfondo muy importante”.
- “Creo que es una de las pocas asignaturas las cuáles tiene una parte práctica útil, pues debido a la grabación del vídeo sobre la historia de la publicidad te obliga a empezar a entender y aprender lo más importante acerca de la publicidad, además ha sido un trabajo entretenido y didáctico. Las aportaciones en clase de profesionales de la asignatura también ayuda a la motivación del alumnado, hecho que he agradecido”.

En lo que respecta a las evaluaciones narrativas. Se entregaron un total de 51 (más el realizado por la profesora). Esto se debe a que el ejercicio se envió una vez finalizadas las clases, cuestión que se tendrá en cuenta respecto al curso que viene. No obstante, estas evaluaciones son muy interesantes en términos pedagógicos, ya que sirven para reflexionar sobre el proceso de enseñanza-aprendizaje. Los relatos han evidenciado lo importante que son las emociones, la construcción activa del conocimiento y el aprendizaje no memorístico. Asimismo también se ha hecho patente la que conlleva conjugar una educación más dialogada, sosegada y participativa con los tiempos y ratios marcados (un cuatrimestre y más de 100 matriculados/as).

Por último, el canal de YouTube [La historia de la publicidad UCA](#) al finalizar el curso 2018/2019 contiene un total de 53 vídeos. En el curso 2018/2019, los nuevos vídeos son 14:

- [7 cajas publicitarias del alumnado](#). Vídeos del alumnado, producto del primer ejercicio de relatos autobiográficos.

- [1 video-promo del III Festival de Historias de la Publicidad](#). Uno de los materiales promocionales del III Festival de Historias de la Publicidad UCA.
- [3 proyectos audiovisuales realizados por el alumnado, premiados en el III Festival de Historia de la Publicidad](#).
- [1 vídeo-resumen del trabajo realizado por el alumnado a lo largo del desarrollo de la asignatura](#). Es un homenaje al alumnado y se titula “La historia de la Publicidad en Segundos”.
- [2 video-reportajes del II MAD Festival, encuentro organizado por y para el alumnado con la participación de prestigiosos profesionales del mundo de la Comunicación](#). Este año, debido a la importancia de la iniciativa del Mad, se ha hecho una cobertura del mismo. ¿Por qué sólo ser el canal de la asignatura EFPP si podemos ofrecer contenidos que interesen a todas y todos los estudiantes de publicidad?

## CONCLUSIONES

De acuerdo con los resultados presentados y las tasas de éxito y rendimientos alcanzadas, podría afirmarse que los elementos de innovación y mejora docente aplicados han sido positivos para la formación del alumnado y han contribuido a la asimilación de los contenidos de la asignatura. Pero más allá, el éxito de este proyecto reside especialmente en la implicación del alumnado, que se logra dándole protagonismo, y recursos para ello, en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Frente a la educación bancaria, que se caracteriza porque el docente se limita a conducir a los educandos en la memorización mecánica de los contenidos, en esta asignatura se apuesta por el diálogo y la participación activa, empleando entre otras herramientas los relatos autobiográficos, lo que hace el proceso mucho más rico, más crítico y más emotivo. Sin embargo, no es fácil, como han demostrado las evaluaciones narrativas. Los tiempos y los ratios con los que contamos dificultan que podamos implementarlos adecuadamente.

Sin duda, lo que da fuerza y forma a este proyecto de innovación educativa es que no se ciñe a un curso académico. Nació hace tres cursos académicos, pero tiene afán de futuro. Muchos de los objetivos iniciales se han superado o han cambiado, de acuerdo a lo vivido cada curso académico y las demandas del alumnado, pero sigue siendo el mismo porque hay elementos comunes, como el protagonismo de los y las estudiantes y la creación audiovisual.

Gracias a su trayectoria y reconocimiento, el Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación ha contado con la profesora responsable para organizar y ofertar este curso académico dos taller de Edición de vídeos diseñados para el estudiantado de Publicidad y Relaciones Públicas.

# PROYECTO DE INNOVACIÓN Y MEJORA DOCENTE



EL USO DE NARRATIVAS EN LA  
ENSEÑANZA DE LA HISTORIA DE LA  
PUBLICIDAD

Curso 2018/2019

El proyecto de innovación docente “**El uso de narrativas en la enseñanza de la historia de la publicidad**”, implementado en el **curso 2018-2019**, promueve durante tercer año consecutivo el “Festival de Historias de la Publicidad”. Asimismo, genera nuevo contenido para el banco *open access* de recursos audiovisuales sobre la historia de la publicidad, desarrollados por estudiantes del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Cádiz.

En este documento están recogidos los anexos de la memoria de innovación y mejora docente del proyecto.

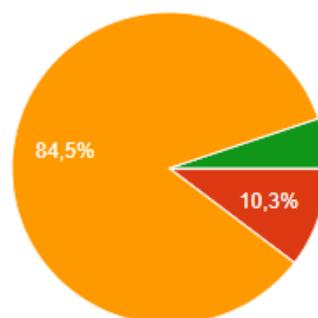
# ÍNDICE

ANEXO I. ENCUESTA - DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES DEL ALUMANDO .....	3
ANEXO II. ENCUESTA- GANADOR PREMIO DEL PÚBLICO.....	7
ANEXO III. ENCUESTA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN.....	8
ANEXO IV. PREMIOS .....	12
IV. A. PLANTILLA DEL DIPLOMA ENTREGADO AL ALUMNADO GANADOR .....	13
ANEXO V. LISTADO DE VIDEOS DEL CANAL DE YOUTUBE DE “LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD UCA” .....	14
V. A. VÍDEOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN .....	14
V. B. PROYECTOS AUDIOVISUALES DEL ALUMNADO.....	14
V. C. VIDEOTUTORIALES .....	15
V. D. OTROS VIDEOS.....	16
ANEXO VI. III FESTIVAL DE HISTORIAS DE PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ.....	17
ANEXO VII. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y REPERCUSIÓN DEL PROYECTO .....	19
VII. A. ENVÍO VIDEO PROMO III FESTIVAL HISTORIAS DE LA PUBLICIDAD .....	19
VII. B. CARTEL .....	20
VII. C. DIFUSIÓN DEL EVENTO .....	21
TEXTO PARA _FACEBOOK .....	21
TEXTO PARA _TWITTER .....	21
TEXTO_ NOTA DE PRENSA .....	21
VII. C. REPERCUSIÓN EN MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD .....	22
FACEBOOK .....	22
PÁGINA WEB DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN.....	22
PÁGINA WEB DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ .....	23
ANEXO VIII. EJERCICIOS NARATIVOS.....	24
_VIII. A. MI CAJA PUBLICITARIA .....	24
_VIII. B. EVALUACIÓN NARRATIVA.....	24
ANEXO IX. CURSO DE EDICIÓN DE VIDEOS CON ADOBE PREMIER .....	25

## ANEXO I. ENCUESTA - DIAGNÓSTICO DE LAS NECESIDADES DEL ALUMANDO

1. Valora el grado de dificultad que crees que vas a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a esta asignatura

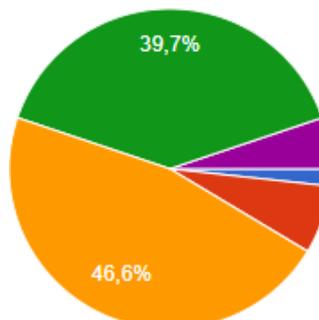
- Ninguna dificultad     Bastante dificultad  
 Poca dificultad     Mucha dificultad  
 Dificultad media



- Ninguna dificultad  
 Poca dificultad  
 Dificultad media  
 Bastante dificultad  
 Mucha dificultad

2. Valora el grado de dificultad que crees que tiene contar una historia y/o estructurar una narrativa audiovisual

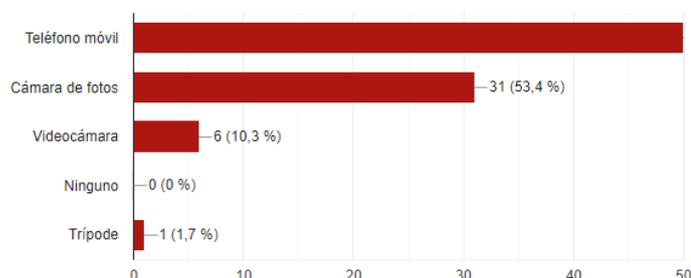
- Ninguna dificultad     Bastante dificultad  
 Poca dificultad     Mucha dificultad  
 Dificultad media     Otro: \_\_\_\_\_



- Ninguna dificultad  
 Poca dificultad  
 Dificultad media  
 Bastante dificultad  
 Mucha dificultad

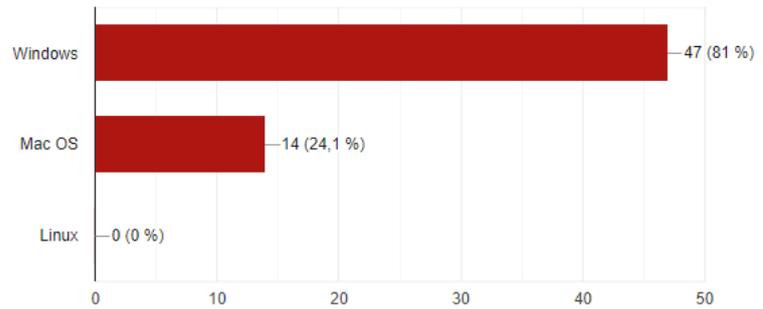
3. ¿Qué dispositivo tienes a tu alcance para grabar vídeo?

- Teléfono móvil  
 Cámara de fotos  
 Videocámara  
 Ninguno  
 Otro: \_\_\_\_\_



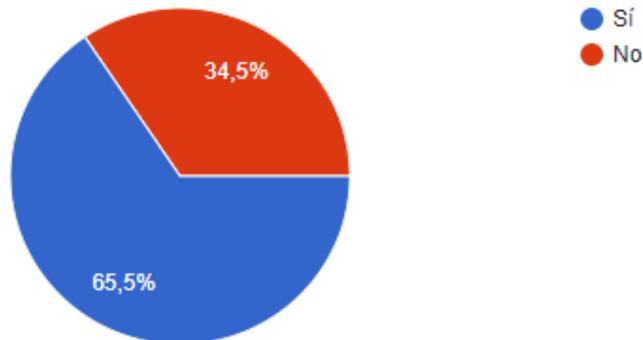
4. ¿Qué sistema operativo utilizas normalmente?

- Windows
- Mac OS
- Linux
- Otro: \_\_\_\_\_



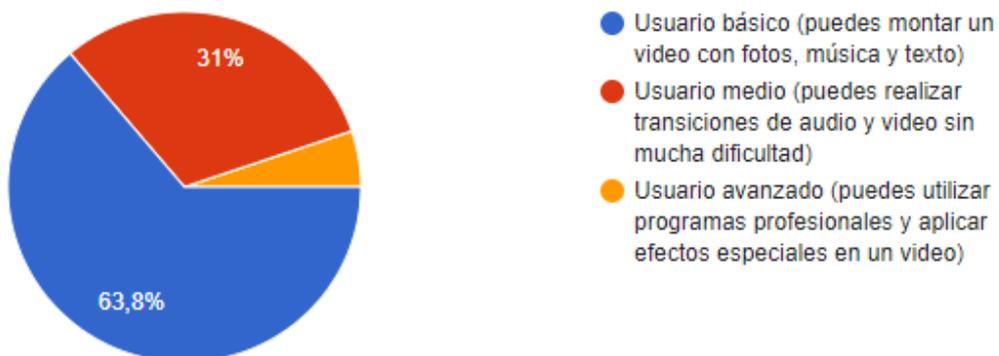
5. ¿Has editado alguna vez un vídeo?

- Sí
- No



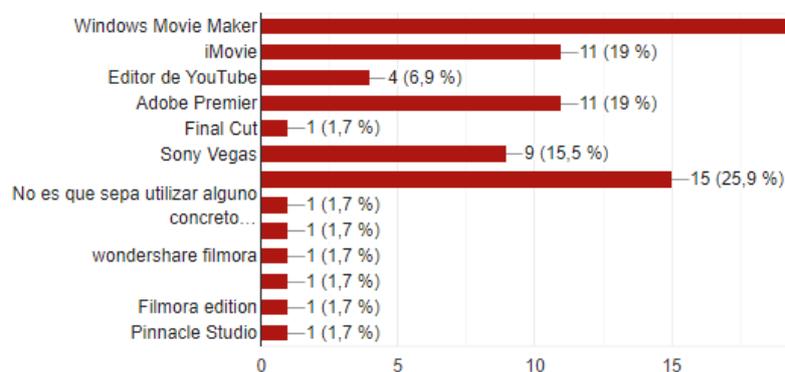
6. ¿Qué tipo de usuario te consideras en la edición y montaje de vídeo?

- Usuario básico (puedes montar un video con fotos, música y texto)
- Usuario medio (puedes realizar transiciones de audio y video sin mucha dificultad)
- Usuario avanzado (puedes utilizar programas profesionales y aplicar efectos especiales en un video)



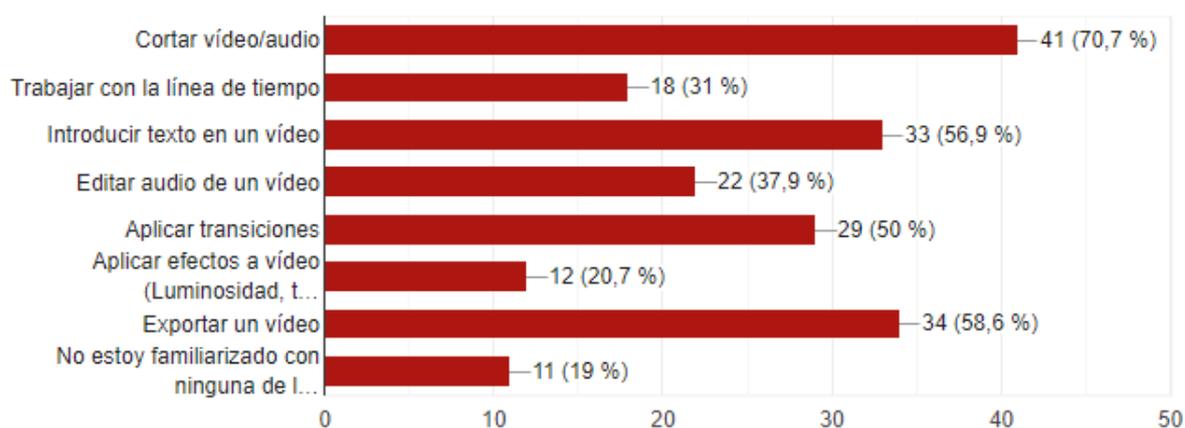
## 7. ¿Qué programas de edición de vídeo sabes utilizar?

- Windows Movie Maker
- iMovie
- Editor de YouTube
- Premier



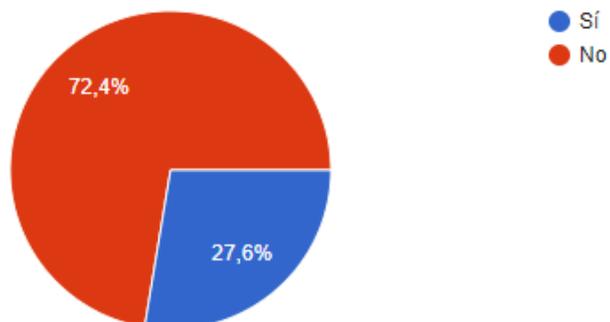
## 8. ¿Con qué operaciones de edición estás familiarizado?

- Cortar vídeo/audio
- Trabajar con la línea de tiempo
- Introducir texto en un vídeo
- Editar audio de un vídeo
- Aplicar transiciones
- Aplicar efectos a vídeo (Luminosidad, transparencia, croma, etc..)
- Exportar un vídeo
- No estoy familiarizado con ninguna de las operaciones señaladas



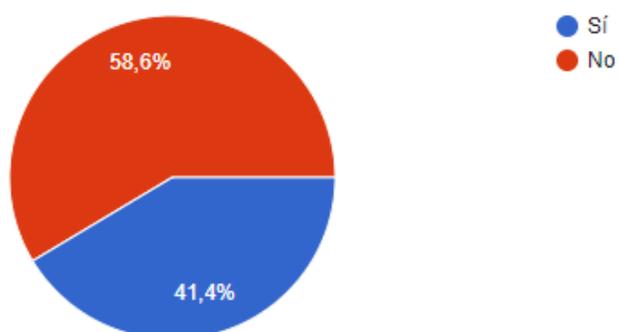
9. ¿Conoces cuáles son las cuestiones a tener en cuenta según la Ley de Propiedad Intelectual en lo que a uso de contenidos digitales de terceros se refiere?

- Sí
- No



10. ¿Conoces fuentes para obtener recursos, imágenes, vídeos, música, etc. de libre uso?

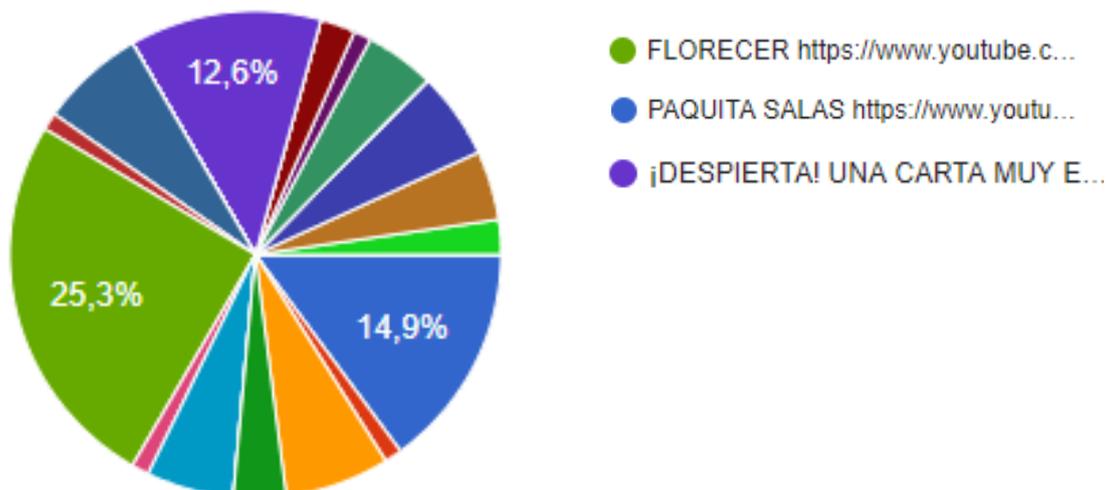
- Sí
- No



## ANEXO II. ENCUESTA- GANADOR PREMIO DEL PÚBLICO.

Los premios otorgados durante el III Festival de Historias de la Publicidad son: “Eficacia”, “Mejor guion adaptado”, “Mejor vídeo” y “Premio del público”. Los premios son concedidos por la profesora, que los evalúo junto a la videógrafa, pero el “Premio del Público” se concede en función de los votos recibidos por los propios estudiantes.

En la encuesta participaron 87 alumnos y el reparto de votos fue el siguiente:



Los alumnos argumentaban, mediante una respuesta corta, cuál había sido su criterio de valoración a la hora de elegir el mejor vídeo. Tras analizar las respuestas, se puede apreciar que existen tres motivos en los que coinciden la mayoría de los alumnos encuestados.

1º. La razón más recurrente son los aspectos técnicos del vídeo, es decir, la calidad de la imagen, el sonido, los planos y las transiciones.

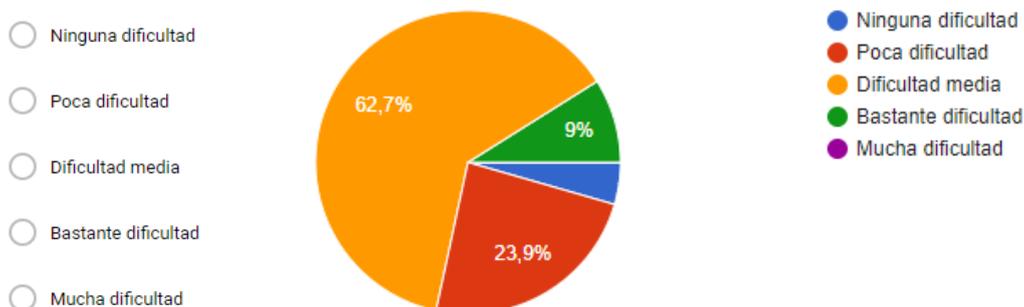
2º. Seguidamente, destacan la originalidad con la que cuentan la historia de la publicidad.

3º. Cómo último elemento a recalcar, valoran los vídeos en los que se tratan temas necesarios en la sociedad, como es el caso del feminismo.

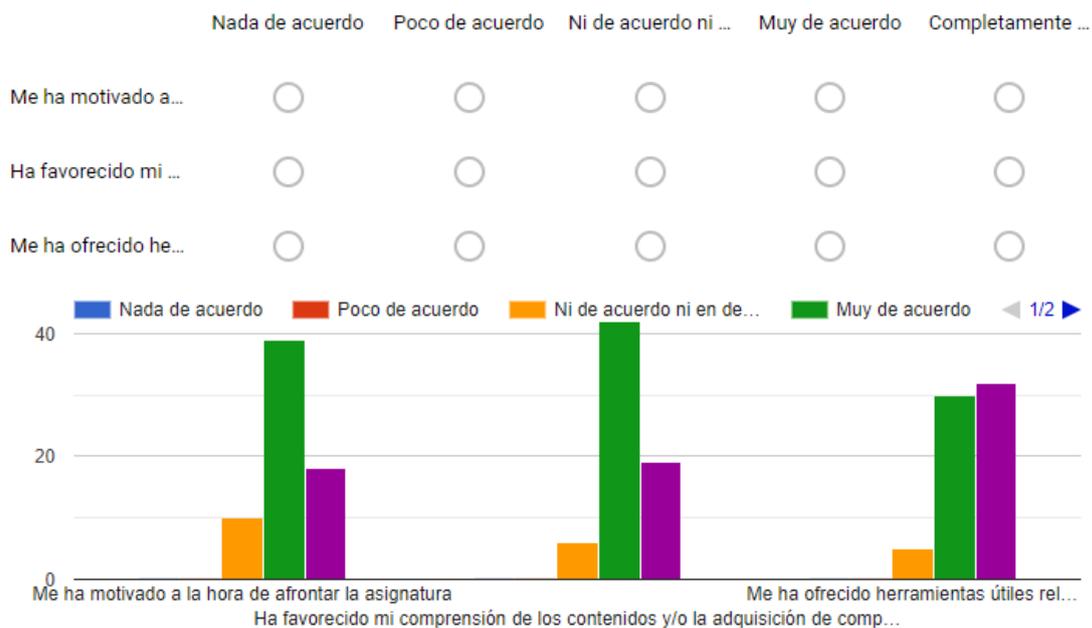
Finalmente, algunos de los motivos señalados de forma más puntual han sido: la emotividad que transmite el vídeo y el toque de humor.

## ANEXO III. ENCUESTA DE EVALUACIÓN DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN

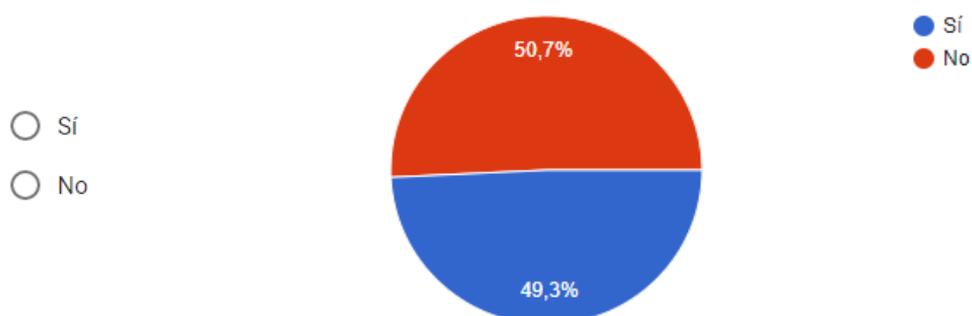
1- Valoración del grado de dificultad en la comprensión de los contenidos asociados a la asignatura.



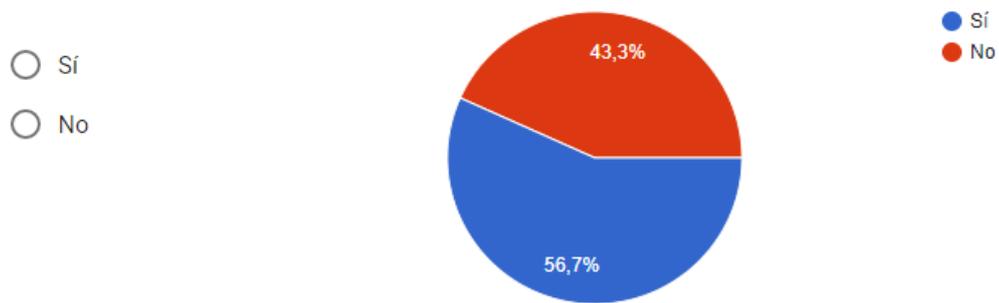
2- El Proyecto de Innovación Docente desarrollado en la asignatura Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad:



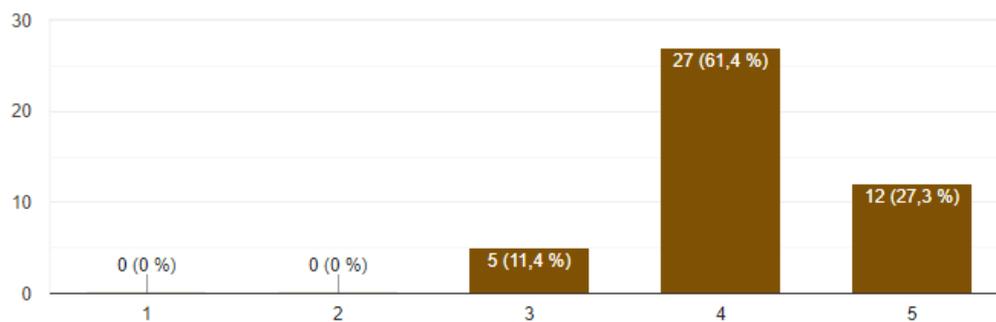
3- ¿Tú y/o tu grupo de trabajo ha hecho uso de la guía básica de producción de video que se puso a vuestra disposición en el aula virtual?



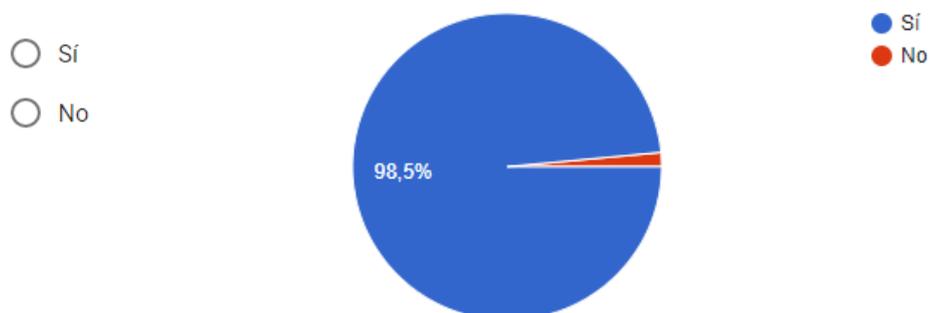
4- ¿Tú y/o tu grupo de trabajo ha hecho uso de los videotutoriales sobre edición de video disponibles en el canal de YouTube?



5- Si has hecho uso de los materiales facilitados para la grabación y edición de video, valora su utilidad en una escala de 1 a 5:

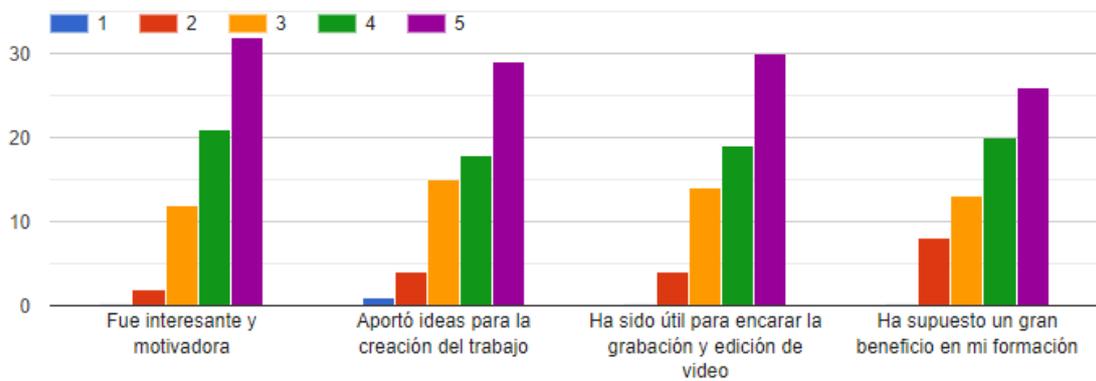


6- ¿Consideras que los videos del alumnado que forman parte del canal de YouTube te ayudan acercarte a los contenidos de la asignatura?



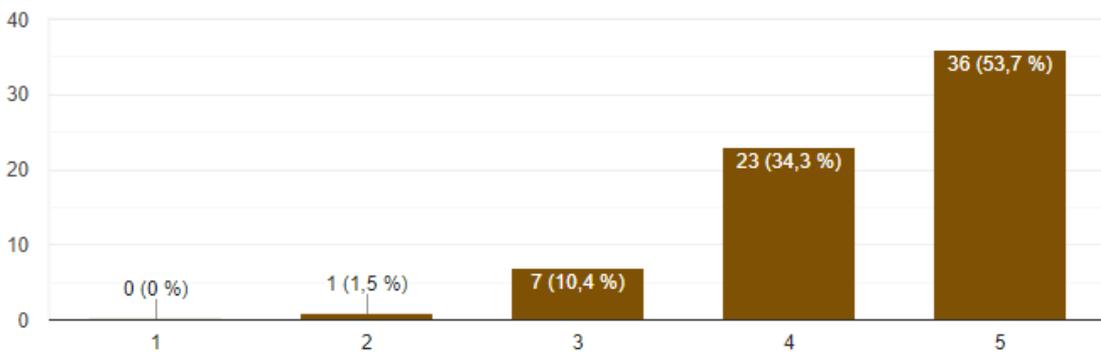
7- La participación de la profesional invitada (taller de la videografía):

	1	2	3	4	5
Fue interesante y ...	<input type="radio"/>				
Aportó ideas para...	<input type="radio"/>				
Ha sido útil para e...	<input type="radio"/>				
Ha supuesto un g...	<input type="radio"/>				

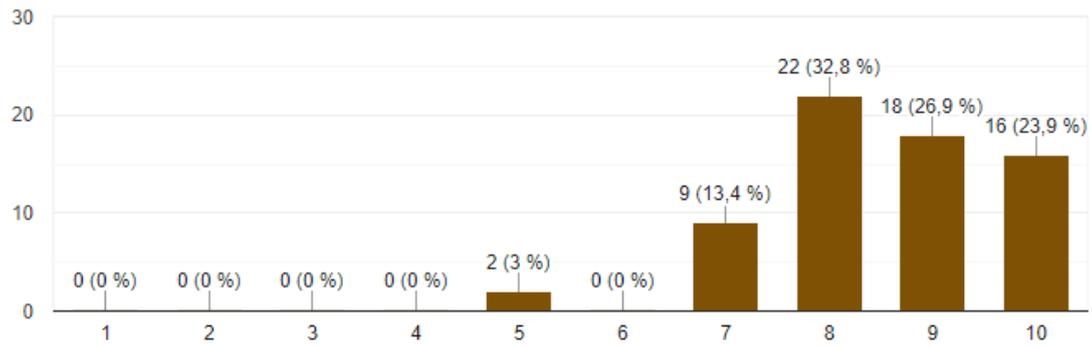


8- El Festival de Historias de la Publicidad es una iniciativa:

	1	2	3	4	5	
Nada motivante	<input type="radio"/>	Muy motivante				



9- Evalúa el Proyecto de Innovación Docente:



10- ¿Crees que es necesaria una asignatura de narrativa audiovisual y edición de vídeo en el grado de Publicidad y Relaciones Públicas?

- Sí
- No



- Sí
- No

## ANEXO IV. PREMIOS

### Premio a la EFICACIA

#### *CUESTIÓN DE REINVENTARSE*

Ana Varela Romero

Belén Prieto González

José Manuel León Zaldívar

Loida Vidal Díaz

### Premio al MEJOR GUIÓN ADAPTADO

#### *LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD*

##### *SEGÚN FORREST GUMP*

Iván Jaramillo Alcántara

Joaquín González González

Pablo Moreno Rodríguez

### Premio del PÚBLICO y

### GRAN PREMIO CURSO 2018/2019

#### *FLORECER*

Bea Guerrero Acevedo

Ana Díaz Gómez

Javier García Osorio

Julia Drube Dengra

Margarita Vidal Rodríguez

#### IV. A. PLANTILLA DEL DIPLOMA ENTREGADO AL ALUMNADO GANADOR



**III FESTIVAL DE HISTORIAS  
DE LA PUBLICIDAD**

Premio al **MEJOR VÍDEO** del curso 2018/2019 otorgado  
a

**Margarita Vidal Rodríguez**

---

...por el proyecto audiovisual realizado en el marco de la asignatura de  
Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad durante el curso 2018/2019, elegido entre todos los trabajos presentados para  
formar parte del canal de YouTube de la asignatura, titulado "La historia de la Publicidad".



20 de noviembre de 2018  
Fecha

---

Fdo.: Profa. Dra.  
Esther Simancas González



## **ANEXO V. LISTADO DE VIDEOS DEL CANAL DE YOUTUBE DE “LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD UCA”**

### **V. A. VÍDEOS DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN**

#### **Curso 2016/2017 (2 vídeos)**

El futuro es de aquellos que mejor saben contar la historia  
Estudiantes que cuentan

#### **Curso 2017/2018 (15 vídeos)**

Estudiantes que cuentan  
Entrevista a Sergio Rodríguez  
Entrevista a Rbka GB  
El alumnado pregunta a Sergio Rodríguez (12 Vídeos)

#### **Curso 2018/2019 (9 vídeos)**

Cajas publicitarias (7 vídeos)  
Promo III Festival Historias de la Publicidad  
Historia de la publicidad en segundos

### **V. B. PROYECTOS AUDIOVISUALES DEL ALUMNADO**

#### **Premio al mejor vídeo del curso 2015/2016 (1 vídeo)**

Gran Publicisto. La evolución de la Publicidad

#### **Mejores vídeos 2016/2017 (4 vídeos)**

Guion original: El sueño de Laura  
Premio del público: La historia de la publicidad cantada.  
Mejor trabajo en equipo: Memoria EFPP  
Mejor vídeo: La historia de la publicidad. *Como es eso Estudios.*

#### **Mejores vídeos 2017/2018 (3 vídeos)**

Guion original: Por si no me conocías

Premio del público: Por si no me conocías

Idea creativa: Liquid

Mejor vídeo: Experimento social

### Mejores vídeos **2018/2019** (3 vídeos)

Eficacia: Cuestión de Reinventarse

Guion Adaptado: La historia de la publicidad según Forrest Gump

Premio del público: Florecer

Gran premio: Florecer

## **V. C. VIDEOTUTORIALES**

Listas de reproducción:

### Edición de vídeos: Trucos y programas (6 videos)

Cambio de formato de un video

Extracción de audio desde un video

Edicion basica de video con Movie Maker en Windows

Edicion basica de video con iMovie en Mac

Guía de uso del editor VideoYoutube

Edicion basica de video con kdenlive en Linux

### Editar Adobe Premier (7 vídeos)

Adobe Premiere: Creación de un proyecto

Adobe Premiere: Interface Premiere

Adobe Premiere: Ventana-Proyecto

Adobe Premiere: Componer vídeo

Adobe Premiere: Transiciones

Adobe Premiere: Efectos

Adobe Premiere: Exportación

## **V. D. OTROS VIDEOS**

Lista de reproducción MAd festival 2019 (2 vídeos):

MAd Festival 20 de marzo

MAd Festival 21 de marzo

## ANEXO VI. III FESTIVAL DE HISTORIAS DE PUBLICIDAD DE LA UNIVERSIDAD DE CÁDIZ.





## ANEXO VII. DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN Y REPERCUSIÓN DEL PROYECTO

### VII. A. ENVÍO VIDEO PROMO III FESTIVAL HISTORIAS DE LA PUBLICIDAD

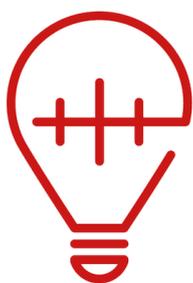


# III FESTIVAL



III FESTIVAL de HISTORIAS de la PUBLICIDAD

# III FESTIVAL HISTORIAS DE LA PUBLICIDAD



Con Concha Narváez de  
Alikindoy Comunicacion

Salón de actos  
20 dic  
11:00 h

## VII. C. DIFUSIÓN DEL EVENTO

### TEXTO PARA \_FACEBOOK

¿Viniste a la primera edición?, ¿Y a la segunda? Pues a la **TERCERA VA LA VENCIDA**. El próximo día 20 de diciembre se celebra el III Festival de Historias de la publicidad y contaremos con la ponencia de Concha Narváez, ex-alumna del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y actual propietaria de la agencia de comunicación Alikindoy. Nos contará su historia y todo su proceso post-universitario hasta llegar a donde está hoy.

Te esperamos en el Salón de Actos del Campus de Jerez el próximo jueves 20 de diciembre a las 11.00 h.

### TEXTO PARA \_TWITTER

¿Viniste a la primera edición?, ¿Y a la segunda? A la TERCERA VA LA VENCIDA. ¡Te invitamos al III FESTIVAL de HISTORIAS de la PUBLICIDAD, el próximo 20 de diciembre a las 11:00 en el salón de actos del campus de Jerez! Tendremos como invitada especial a Concha Narváez, de Alikindoy Comunicación.

### TEXTO\_NOTA DE PRENSA



## NOTA DE PRENSA

### La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación despide el año con el III Festival de Historias de la Publicidad

- El proyecto de innovación educativa ha sido galardonado este curso con el II Premio de Innovación Docente de la Universidad de Cádiz.
- Concha Narváez, antigua alumna y fundadora de [Alikindoy Comunicación](#), vuelve a la facultad a contarle su historia a los estudiantes.

Jerez de la Frontera, 17 de diciembre de 2018. – Este jueves, 20 de diciembre, a las 11.00 h. se celebra el III Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz. en el salón de actos del campus de Jerez. Esta edición cuenta con la ponencia de la sanluqueña Concha Narváez, antigua alumna de Publicidad y Relaciones Públicas y actual promotora de la agencia de [Alikindoy Comunicación](#).

Con experiencia en comunicación tanto en grandes empresas como en pymes y con muchas inquietudes, Concha ha acabado desarrollando su propio proyecto de emprendimiento, [Alikindoy Comunicación](#). Ubicada en el Puerto de Santa María, esta nueva agencia, muy ligada a sus ideales, ofrece servicios de marketing online, comunicación digital, creación de contenidos y formación especializada.

En el festival se premiarán y visionarán los mejores trabajos realizados por el alumnado de segundo, que pasarán a formar parte del canal de YouTube [La historia de la Publicidad UCA](#), el canal del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, con un bagaje de 2 años, concebido como un banco open [access](#) de recursos audiovisuales de publicidad creados por los estudiantes.

Esta iniciativa se encuadra en el proyecto de innovación educativo que la profesora Esther Simancas González, perteneciente al Departamento de Marketing y Comunicación. lleva desarrollando desde el curso 2016/2017, galardonado con el II Premio de Innovación de la Universidad de Cádiz. Empleando la narrativa como enfoque metodológico principal, se da protagonismo al alumnado, que construye con voz propia la historia de la publicidad.

## VII. C. REPERCUSIÓN EN MEDIOS DE LA UNIVERSIDAD

### FACEBOOK



Grado en Publicidad y Relaciones Públicas - Universidad de Cádiz

17 de diciembre de 2018 · 🌐

El próximo día 20 de diciembre se celebra el III Festival de Historias de la publicidad y contaremos con la ponencia de Concha Narváez, exalumna del grado de Publicidad y Relaciones Públicas y actual propietaria de la agencia de comunicación Alikindoy.

Concha nos contará su historia y todo su proceso postuniversitario hasta llegar a donde está hoy.

Te esperamos en el Salón de Actos del Campus de Jerez el próximo jueves 20 de diciembre a las 11.00 horas.



**LA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD  
UCA**



### PÁGINA WEB DE LA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación Buscar

CONÓCEMOS ▾ FUTUROS ESTUDIANTES GRADOS ▾ MÁSTER ▾ ALUMNOS ▾ PLAN DIRECTOR ▾

Inicio ▾ curso18/19 ▾ noticias ▾ La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación desde el año con el III Festival de Historias de la Publicidad

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación Noticia 20  
desde el año con el III Festival de Historias de la Publicidad 20  
diciembre 2018

curso18/19 noticias Publicada 17 diciembre, 2018

<https://ccsociales.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-despide-el-ano-con-el-iii-festival-de-historias-de-la-publicidad/>

La Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación desde el año con el III Festival de Historias de la Publicidad 18 diciembre 2018

Noticia

Alumnado convocatorias Encuentro Innovación Jerez

Publicada 18 diciembre, 2018



*El salón de Actos del Campus de Jerez acogerá el próximo jueves 20, a las 11 horas, esta actividad que este*

<https://www.uca.es/noticia/la-facultad-de-ciencias-sociales-y-de-la-comunicacion-despide-el-ano-con-el-iii-festival-de-historias-de-la-publicidad/>

## ANEXO VIII. EJERCICIOS NARATIVOS

### VIII. A. MI CAJA PUBLICITARIA

# Mi caja

Vamos a pensarnos y relatarnos

Puedes escribir o expresarte de la forma que quieras. Lo que busca este ejercicio es que indagues en ti y en tu relación con la publicidad:

- Elige 3 objetos (una radiografía, un peluche, una foto, un libro...) que digan algo importante y personal de ti.
- ¿Hay algo que te interese mucho, que te obsesione?
- Eres la persona más feliz del mundo cuando...
  
- ¿Tienes algún recuerdo/anécdota en tu vida relacionado con la publicidad?
- ¿Qué anuncio/slogan/jingle recuerdas de tu infancia? Y en los últimos años, ¿qué propuesta publicitaria te encandila más?
  
- ¿Por qué empezaste a estudiar publicidad?
- ¿Qué expectativas tienes sobre tu futuro en la publicidad?

EL EJERCICIO NO TIENE SENTIDO SI NO ERES SINCERA. NO PASA NADA PORQUE NO TENGAS NINGÚN RECUERDO RELACIONADO CON LA PUBLICIDAD O PORQUE ESCOGIERAS LA CARRERA DE CARAMBOLA

### VIII. B. EVALUACIÓN NARRATIVA

Una evaluación narrativa no es más que pedir a los estudiantes que hagan el relato de su aprendizaje a lo largo de la asignatura. Eso sí, no es contar qué han hecho, sino qué les ha pasado, qué experiencia han tenido, como han vivido los contenidos, las actividades, etc. Por tanto es un ejercicio reflexivo y no descriptivo. Algunos van cronológicamente analizando cómo vivieron cada situación, otros lo relacionan con experiencias previas y cómo les ha cambiado, otros desarrollan cuestiones más cognitivas, relacionadas con el trabajo hecho.... Cada uno y una escribe con libertad de acuerdo a su historia y su experiencia. Lo que es importante es que no lo conviertan en una especie de diario de la actividad.

## ANEXO IX. CURSO DE EDICIÓN DE VIDEOS CON ADOBE PREMIER

Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

CONÓCENOS ▾ FUTUROS ESTUDIANTES GRADOS ▾ MÁSTER ▾ ALUMNOS ▾ PLAN DIRECTOR ▾

Inicio > curso18/19 > noticias > Curso de edición de vídeos con Adobe Premiere – Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

### Curso de edición de vídeos con Adobe Premiere – Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

21 noviembre 2018

curso18/19 noticias Publicada 10 noviembre, 2018



El miércoles 21 de noviembre de 2018, de 16:00 a 21:00 horas, se impartirá el Curso de Edición de Vídeos con Adobe Premiere en el Aula MAC del Campus de Jerez.

Este curso, organizado por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, se impartirá por estamosgrabando, y está dirigido para el alumnado de Publicidad y Relaciones Públicas.

La matrícula es gratuita y el plazo de inscripción estará abierto a partir del 12 de noviembre en la Secretaría del Decanato de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación.

