

MEMORIA FINAL¹

Compromisos y Resultados

Proyectos de Innovación y Mejora Docente

2019/2020

Identificación del proyecto	
Código	sol-201900138561-tra
Título	Mujeres en la historia de la publicidad
Responsable	Esther Simancas González

1. Describa los resultados obtenidos a la luz de los objetivos y compromisos que adquirió en la solicitud de su proyecto. Incluya tantas tablas como objetivos contempló.

Objetivo nº 1	<i>Introducir la perspectiva narrativa y de género en la historia de la publicidad para fomentar el aprendizaje autónomo y crítico de la materia impartida e implicar al alumnado en el proceso de enseñanza-aprendizaje</i>		
Título del indicador de seguimiento:	Empleo del relato autobiográfico con perspectiva de género y la narrativa audiovisual de la publicidad como elementos de diagnóstico, metodológicos y evaluativos de la asignatura.		
Valor numérico máximo que puede alcanzar el indicador (lo estableció en la solicitud del proyecto):	70	Valor numérico alcanzado por el indicador tras la ejecución del proyecto:	93
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<ul style="list-style-type: none"> – Desarrollo por parte del alumnado de un relato inicial autobiográfico con perspectiva de género. – Desarrollo práctico de la asignatura a partir de los elementos comunes detectados en esos relatos y construcción, por parte del alumnado, de relatos audiovisuales. – Desarrollo de una evaluación narrativa de la asignatura tanto por parte del alumnado como de la profesora. 		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - El alumnado ha tenido que realizar un primer ejercicio individual retrospectivo narrativo (anexo 10). Aunque era opcional, 93 estudiantes entregaron la actividad. - Tras la elaboración del ejercicio y su puesta en común, se decide abrir un foro en el aula virtual de la asignatura. Se denomina: “Y tú, ¿de quién eres?”. Su descripción es la siguiente: “Y tú, ¿de quién eres?: ¿a quién lees?, ¿a quién escuchas?, ¿a quién sigues? Para ser buenos publicitas, hay que tener muchos 		

¹ Esta memoria no debe superar las 6 páginas.

	<p>referentes. Pero, en general, más allá de nuestro entorno familiar, casi todos nuestros referentes son hombres porque a lo largo de la historia han tenido un mayor protagonismo en el espacio público. Busquemos conocer más mujeres en todos los ámbitos, esto también va a contribuir a que seamos mejores publicistas”. En este foro hay más de 80 posts del alumnado presentado a multitud de mujeres científicas, cantantes, escritoras, feministas, publicistas, etc.</p> <p>- El trabajo práctico de la asignatura que tendrán que realizar es un video sobre una o varias mujeres publicistas destacadas en la historia o en la actualidad. La entrega de los proyectos es el 11 de diciembre de 2019 vía YouTube, a través de la cuenta personal de uno de los miembros de cada grupo de trabajo.</p>
--	--

Objetivo nº 2		<i>Ofrecer al alumnado formación profesional sobre narrativa audiovisual y sobre publicidad y género</i>	
Título del indicador de seguimiento:	Eficacia de la formación y grado de satisfacción del alumnado con la misma.		
Valor numérico máximo que puede alcanzar el indicador (lo estableció en la solicitud del proyecto):	70	Valor numérico alcanzado por el indicador tras la ejecución del proyecto:	93
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<ul style="list-style-type: none"> - 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 videotutoriales). - Desarrollo de un taller de formación de narrativa y creación audiovisual impartido por una videógrafa profesional. - Desarrollo de una sesión formativa sobre papel de la mujer en la industria y los discursos publicitarios. - Evaluación y valoración de la formación recibida. 		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico de las necesidades formativas en edición de video del estudiantado, mediante una encuesta de evaluación inicial (Anexo 1). Primer día de las clases prácticas, 2 octubre de 2019. 95 respuestas. - Desarrollo de un taller de formación en edición de video y narrativa audiovisual (4 horas) en horario lectivo de la asignatura (en dos clases prácticas) impartido por una videógrafa profesional, Rebeca González Borrego, de la empresa Estamos Grabando. 23 octubre 2018. Asimismo, se pone a disposición del alumnado en el aula virtual el material formativo elaborado (guía y videotutoriales). - Organización y oferta del curso de Edición de videos con Adobe Premier, de 4 horas de duración, impartido por la empresa Estamos Grabando en el aula Mac de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (anexo 11), con diplomas acreditativos. Financiado por el Decanato de la Facultad, la 		

	<p><i>profesora ha podido organizar este curso gracias a la repercusión de este proyecto de innovación. Fecha de impartición: 29 de octubre de 2019.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> – <i>Organización y celebración de la Jornada El ayer y el hoy de la publicidad celebrada el 4 de diciembre de 2019 en el salón de actos del campus de Jerez. Actividad dirigida a alumnado de Grados y Másteres de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, profesionales y profesorado del sector de la comunicación y la publicidad y personas interesadas en la publicidad y la comunicación. Era necesaria la inscripción previa porque la asistencia a la jornada se reconocía con diploma de aprovechamiento. Más información sobre el evento en: https://ccsociales.uca.es/evento/jornada-el-ayer-y-el-hoy-de-la-publicidad/</i> – <i>En el marco del IV Festival de Historias de la Publicidad, las publicistas Neus G. Parrot y Carmela Serantes imparten un taller para combatir la publicidad sexista. Son promotoras de Piensa Sexi, una iniciativa que lucha contra la publicidad sexista. En el anexo 6 se adjuntan los carteles de presentación de las ponentes, pudiéndose comprobar que tienen una trayectoria destacada en el ámbito publicitario.</i> – <i>Evaluación del proceso enseñanza-aprendizaje y de la formación ofrecida mediante una encuesta on-line en el aula virtual de la asignatura. Se adjuntan encuesta y resultados en anexo 2. 81 respuestas.</i>
--	---

Objetivo nº 3		<i>Aumentar el número de materiales audiovisuales del canal de YouTube “La historia de la publicidad UCA” y potenciar su visibilidad, motivando simultáneamente al alumnado</i>	
Título del indicador de seguimiento:	Selección de al menos tres videos sobre mujeres en la historia de la publicidad creados por el alumnado para que formen parte del canal.		
Valor numérico máximo que puede alcanzar el indicador (lo estableció en la solicitud del proyecto):	5	Valor numérico alcanzado por el indicador tras la ejecución del proyecto:	4
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<ul style="list-style-type: none"> – <i>Apertura del proyecto a todo el alumnado del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, abriendo la convocatoria de creación de videos y narrativas sobre mujeres publicistas a todos los cursos.</i> – <i>Selección de los mejores trabajos audiovisuales. La selección de los videos se dará a conocer en el IV Festival de Historias de la Publicidad.</i> – <i>Elaboración de materiales audiovisuales en el marco del proyecto, tipo entrevistas a invitados o a alumnado.</i> – <i>Invitación al IV Festival de Historias de la Publicidad a dos mujeres profesionales destacadas del sector publicitario.</i> 		

	<p>–Dar difusión del proyecto en los medios de comunicación provinciales, presentando a mujeres importantes pero desconocidas del ámbito publicitario.</p>
<p>Actividades realizadas y resultados obtenidos:</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El 5 de noviembre de 2019 se publica en la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación el Briefing Mujeres Publicistas con las instrucciones para que estudiantes de cualquier curso del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas o de los dobles grados de Publicidad y Relaciones Públicas y Turismo y Publicidad y Relaciones Públicas y Marketing e Investigación de Mercados pudiesen participar y competir por alguno de los Premios del IV Festival de Historias de la Publicidad. Anexo 5. - Los premios otorgados fueron: Premio a la eficacia; Premio al Recorrido histórico; Premio al Trabajo de campo; Premio del Público y Gran Premio del curso 2019/2020. En el anexo 3 se detallan los premios otorgados (y alumnado ganador) y se adjunta la plantilla de los diplomas entregados. El premio del público fue otorgado por el alumnado mediante una encuesta puesta a su disposición en el aula virtual. Por otra parte, los grupos ganadores de la edición anterior fueron los encargados de entregar los diplomas a los premiados en el festival. El premio del público y el Gran premio recayeron en el mismo trabajo, por lo que los videos seleccionados para el canal de YouTube de la asignatura fueron 3 (Anexo 4). - El 18 de diciembre de 2019 se celebró en el salón de actos del campus de Jerez el IV Festival de Historias de la Publicidad de la Universidad de Cádiz (en el anexo 7 están las fotografías del evento). Tras un taller para combatir la publicidad sexista ofrecido por Neus G. Parrot y Carmela Serantes, se entregaron los premios a los mejores trabajos realizados. A las ponentes se les realiza una entrevista, que está disponible en el canal de Youtube del proyecto de innovación: La historia de la Publicidad UCA. Puede verse aquí o en el anexo 9, donde también está disponible el guion de la entrevista así como el Távira que se envió a la comunidad universitaria para darlo a conocer. Con este video, más los 3 premiados del alumnado, el canal de Youtube de la asignatura incorpora este curso 4 videos nuevos y llega a albergar 56 videos, siendo la mayoría recursos didácticos sobre la asignatura. En el curso 2020/2021, el canal alberga 69 videos, 13 más que el año anterior (Anexo 13). - En el anexo 6 se recogen las diferentes acciones y materiales para la difusión del IV Festival de Historias de la publicidad (el cartel del festival, los carteles de presentación de las ponentes, el mail de difusión, la noticia en la web de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y en redes sociales). En el Anexo 8 puede comprobarse la repercusión del festival en medios propios de la UCA así como en redes sociales de alumnado y en medios como la Voz del Sur y la Voz de Cádiz.

Objetivo nº 4		<i>Potenciar el trabajo de coordinación interdisciplinar e interuniversitario entre materias de educación y comunicación</i>	
Título del indicador de seguimiento:	Evaluación y valoración conjunta de la actividad y de los aprendizajes adquiridos		
Valor numérico máximo que puede alcanzar el indicador (lo estableció en la solicitud del proyecto):	---	Valor numérico alcanzado por el indicador tras la ejecución del proyecto:	---
Actividades que había previsto en la solicitud del proyecto:	<p>–Este proyecto va a formar parte de un proyecto interuniversitario de innovación educativa liderado por la Universidad de Málaga y que se denomina “Ecologías del aprendizaje, formación y participación comunitaria en educación superior. Articulando saberes académicos y experiencias” cuya duración se corresponde con dos cursos (2019-2021).</p> <p>–Se realizarán actividades con consignas parecidas en todas las materias implicadas.</p> <p>–A final de curso, una vez finalizadas las asignaturas, se pondrán en común los relatos y experiencias de alumnado y profesorado.</p>		
Actividades realizadas y resultados obtenidos:	<p>- Como se especificó en la solicitud, este PIE, liderado por la Universidad de Málaga, tiene una duración de dos cursos, por lo que todavía está inacabado. Previsiblemente, para el curso que viene lo seguiremos implementando en el marco de esta asignatura y se obtendrán resultados para finales de curso 2020/2021.</p>		

2. Adjunte las tasas de éxito² y de rendimiento³ de las asignaturas implicadas y realice una valoración crítica sobre la influencia del proyecto ejecutado en la evolución de estos indicadores.

Asignatura ⁴	Tasa de Éxito		Tasa de Rendimiento	
	Curso 2018/19	Curso 2019/20	Curso 2019/20	Curso 2019/20
<i>Evolución de las Formas y Procesos de la Publicidad</i>	98,5%	93,3%	97,1%	89,7%
<i>Informe crítico sobre la evolución de las tasas de éxito y rendimiento</i>				
<p>Más allá de los porcentajes, que en todo caso son altos y que es normal que varíen cada curso dependiendo del alumnado, las circunstancias, etc., habría que tener en cuenta que este curso ha sido el cuarto año de este proyecto de innovación educativa, lo que hace que la experiencia del proceso de enseñanza-aprendizaje sea cada vez más rica e interesante no solo a nivel curricular si no también personal y grupal, ya que se aprovechan los aprendizajes y recursos de los años anteriores.</p>				

² Tasa de éxito = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes presentados.

³ Tasa de rendimiento = Número de estudiantes aprobados / Número de estudiantes matriculados.

⁴ Incluya tantas filas como asignaturas se contemplen en el proyecto.

3. Incluya en la siguiente tabla el número de alumnos matriculados y el de respuestas recibidas en cada opción y realice una valoración crítica sobre la influencia que el proyecto ha ejercido en la opinión de los alumnos.

Opinión de los alumnos al inicio del proyecto				
Número de alumnos matriculados: 116 (responden 95)				
<i>Valoración del grado de dificultad que cree que va a tener en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
-	30	55	9	1
Opinión de los alumnos en la etapa final del proyecto				
Responden 81				
<i>Valoración del grado de dificultad que ha tenido en la comprensión de los contenidos y/o en la adquisición de competencias asociadas a la asignatura en la que se enmarca el proyecto de innovación docente</i>				
Ninguna dificultad	Poca dificultad	Dificultad media	Bastante dificultad	Mucha dificultad
-	8	49	22	2
<i>Los elementos de innovación y mejora docente aplicados en esta asignatura han favorecido mi comprensión de los contenidos y/o la adquisición de competencias asociadas a la asignatura</i>				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
-	1	8	50	22
En el caso de la participación de un profesor invitado				
<i>La participación del profesor invitado ha supuesto un gran beneficio en mi formación</i>				
Nada de acuerdo	Poco de acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	Muy de acuerdo	Completamente de acuerdo
-	-	5	55	25
Valoración crítica sobre la influencia que ha ejercido el proyecto en la opinión de los alumnos				
<p>Basándonos en las respuestas ofrecidas, podemos ver que si bien el alumnado considera que el proyecto y las herramientas que este le aporta son interesantes y motivantes para su formación, el trabajo encomendado en la asignatura, a pesar de ello, les ha resultado “difícil”. Si bien esto no es negativo, porque demuestra que el trabajo exige un esfuerzo por su parte, de cara al curso que viene estas respuestas me hacen considerar determinadas cuestiones para que el alumnado pueda sacar el máximo provecho al proyecto (habrá que revisar las dinámicas de grupo, el acompañamiento y revisión, etc.). En este sentido, me gustaría señalar que hasta ahora había impartido la asignatura entera, pero este curso solo me he encargado de las prácticas, hecho que hace que haya pasado menos tiempo con el grupo.</p> <p>Por otra parte, ciertos comentarios del alumnado (ofrecidos al final de la encuesta) demuestran que es necesario incidir más en la formación en género en el Grado, y por supuesto en esta asignatura:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Creo que cada uno debe elegir la temática del vídeo. - Creo que es importante destacar y valorar el papel de la mujer en la historia, pero centrar la parte práctica de la asignatura en ese tema no me parece lo más acertado. 				

4. Marque una X bajo las casillas que correspondan en la siguiente tabla. Describa las medidas a las que se comprometió en la solicitud y las que ha llevado a cabo.

Compromiso de compartición / difusión de resultados en el entorno universitario UCA adquirido en la solicitud del proyecto				
1. Sin compromisos	2. Compromiso de impartición de una charla o taller para profesores	3. Adicionalmente fecha y centro donde se impartirá	4. Adicionalmente programa de la presentación	5. Adicionalmente compromiso de retransmisión o grabación para acceso en abierto
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Descripción de las medidas comprometidas en la solicitud				
<p>A lo largo del primer cuatrimestre del curso 2019/2020, se celebrará el IV Festival de Historias de la publicidad de la Universidad de Cádiz.</p> <p>Centrándonos en la difusión del proyecto, sus resultados se presentarán a los medios de comunicación provinciales, asimismo se prepararán para un congreso académico internacional, a parte de que se presenten en las jornadas sobre innovación docente organizadas por la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación, con el objetivo de darlos a conocer entre la comunidad universitaria del centro.</p>				
Descripción de las medidas que se han llevado a cabo				
<ul style="list-style-type: none"> - El VI Festival de Historias de la Publicidad se celebró el 18 de diciembre de 2019. Para más información sobre el mismo, puede revisarse los anexos 6, 7 y 8, donde están ampliamente documentados su difusión, celebración y repercusión. - Las jornadas de innovación docente de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UCA no se han celebrado debido a la pandemia del Covid-19. - Se ha realizado un video de presentación del proyecto para su difusión. Está disponible en el canal de Youtube La Historia de la Publicidad UCA: https://www.youtube.com/watch?v=hKEGJwiR_nA - Participación con una comunicación sobre la experiencia y resultados curso 2019/2020 en el Congreso Internacional Nodos del Conocimiento (diciembre 2020) (anexo 12). El video de presentación puede verse aquí: - Publicación de un capítulo de libro sobre la iniciativa en editorial Dykinson (Posición 15 en ranking SPI -Comunicación). En proceso de edición. 				