



HORIZONTE ACADÉMICO

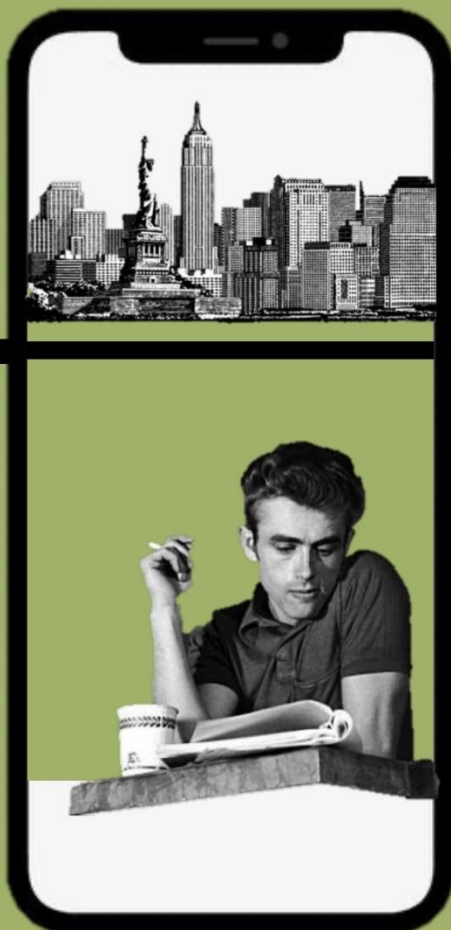
Experiencias de innovación docente en entornos universitarios para la educación y la transferencia de conocimientos a la sociedad

COORDINADORES

María Tabuenca Bengoa

Mario F. Benito Cabello

Laura González-Díez



EGREGIUS
ediciones

EXPERIENCIAS DE INNOVACIÓN DOCENTE EN ENTORNOS
UNIVERSITARIOS PARA LA EDUCACIÓN Y LA TRANSFERENCIA
DE CONOCIMIENTO A LA SOCIEDAD



H O R I Z O N T E A C A D É M I C O

EXPERIENCIAS DE INNOVACIÓN DOCENTE
EN ENTORNOS UNIVERSITARIOS PARA
LA EDUCACIÓN Y LA TRANSFERENCIA DE
CONOCIMIENTO A LA SOCIEDAD

Coords.

María Tabuenca Bengoa

Mario F. Benito Cabello

Laura González-Díez



EGREGIUS
ediciones

EXPERIENCIAS DE INNOVACIÓN DOCENTE EN ENTORNOS UNIVERSITARIOS
PARA LA EDUCACIÓN Y LA TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO A LA SOCIEDAD

Diseño de cubierta: Marta Rubio González

Maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Egregius editorial
Sevilla – 2023

N.º 3 de la colección Horizonte Académico
Primera edición, 2023

ISBN: 978-84-1177-015-6

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Egregius editorial, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que contribuyen a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Egregius editorial no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	9
MARÍA TABUENCA BENGOA	
MARIO F. BENITO CABELLO	
LAURA GONZÁLEZ-DÍEZ	
PRÓLOGO. INNOVAR EN COMUNICACIÓN YA ES UNA TRADICIÓN ...	15
JOSÉ MARÍA LEGORBURU HORTELANO	
CAPÍTULO I. ARTE Y MODA: HISTORIA DE UNA ÍNTIMA RELACIÓN..	19
JOSÉ MARÍA BULLÓN DE DIEGO	
CAPÍTULO II. ESTRATEGIA EFECTIVA PARA LA ENSEÑANZA BILINGÜE DE SISTEMAS CONSTRUCTIVOS EN ARQUITECTURA: APRENDIZAJE ACTIVO Y COLABORATIVO	41
MARÍA EUGENIA MACÍ TORREGROSA	
JAVIER CAMACHO DIEZ	
CAPÍTULO III. "EXPERIENCIAS DE REPRESENTACIÓN GRÁFICA Y RESULTADOS ARTÍSTICOS EN PERSONAS CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL"	63
GUADALUPE CANTARERO GARCÍA	
FÁTIMA SARASOLA RUBIO	
ROCÍO SANTO-TOMÁS MURO	
CAPÍTULO IV. LA EVALUACIÓN CONTINUA EN EL AULA DE FÍSICA.....	85
MARÍA ROSA MENA REQUENA	
SANTIAGO OVIEDO-CASADO	
CAPÍTULO V. TEORÍA Y PRÁCTICA DE LA CREATIVIDAD COMO HERRAMIENTA AL SERVICIO DEL DISEÑO. ¿DE DÓNDE VIENEN LAS IDEAS?.....	99
MARIO FRANCISCO BENITO CABELLO	
LAURA GONZÁLEZ-DÍEZ	
CAPÍTULO VI. ¿QUÉ ARTE TIENE TU ANATOMÍA! UN PROYECTO TRANSVERSAL ENTRE LOS GRADOS DE BELLAS ARTES Y MEDICINA.....	121
MARÍA JOSÉ GARCÍA-MIGUEL PIEDRAS	
LIDÓN RAMOS FABRA	

CAPÍTULO VII. DE LA RESEÑA ESCRITA A LA AUDIOVISUAL. UNA PROPUESTA DE INNOVACIÓN DOCENTE EN EL GRADO DE PERIODISMO	141
ARÁNZAZU SANZ-TEJEDA	
CAPÍTULO VIII. NARRATIVAS INTERACTIVAS PARA APRENDER A INFORMAR SOBRE TEMAS ECONÓMICOS	157
FRANCISCO JOSÉ MURCIA VERDÚ	
CAPÍTULO IX. JÓVENES Y YOUTUBE: CREACIÓN DE CONTENIDO RAZONADO SOBRE NUEVAS TECNOLOGÍAS.....	173
RICARDO RONCERO PALOMAR	
CAPÍTULO X. DESARROLLO DE UN PROGRAMA DE FOMENTO DE LA TRANSFERENCIA DEL CONOCIMIENTO PARA ESTUDIANTES Y JÓVENES INVESTIGADORES	187
MARÍA JESÚS CARDOSO MORENO	
LUIS DEL BARRIO ARANDA	
MARTA MIRA ALADRÉN	
CAPÍTULO XI. EL ARTE COLABORA CON LA CIENCIA Y LA TECNOLOGÍA PARA RESOLVER UN PROBLEMA MEDIOAMBIENTAL EN LABORATORIOS UNIVERSITARIOS	205
PAULINA V. A. BAHENA RINCÓN	
LUPITA D. MONTOYA	
CAPÍTULO XII. GESTIÓN DE COMUNICACIÓN PARA APROPIACIÓN DEL CONOCIMIENTO	233
EFRAÍN ALFONSO LUNA MEJÍA	
ROBERTO LEONARDO BRIONES JIMÉNEZ	
CAPÍTULO XIII. ANÁLISIS DE LAS MOTIVACIONES PARA EL APRENDIZAJE DE ESPAÑOL: PERFIL SINOHABLANTE	257
ANABEL MEDEROS CEDRÉS	
ISABEL CRISTINA ALFONZO DE TOVAR	
CAPÍTULO XIV. ANTONIO DE LEBRIJA DESDE EL SIGLO XXI: PENSAMIENTO PÚBLICO ESPAÑOL, LINGÜÍSTICO Y HERMENÉUTICO	273
JAVIER-ELADIO GUZMÁN VILLANUEVA	
EPÍLOGO. LA INNOVACIÓN DOCENTE Y LA NATURALEZA CAMBIANTE DE SU TIEMPO	291
MARÍA ALCALÁ-SANTAELLA ORIA DE RUEDA	

NARRATIVAS INTERACTIVAS PARA APRENDER A INFORMAR SOBRE TEMAS ECONÓMICOS

FRANCISCO JOSÉ MURCIA VERDÚ
Universidad de Castilla-La Mancha

1. INTRODUCCIÓN

1.1. PROGRESO EDUCATIVO Y COMUNICACIONAL

El Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) ha sentado las bases para una reformulación de las labores del profesorado y alumnado. Después de la firma de la Declaración de Bolonia el 19 de junio de 1999, los procesos de innovación y mejora docentes han vivido una constante evolución durante estas últimas décadas y un reto para el profesorado que busca diferentes formas de enseñanza efectiva para que el estudiantado aplique metodologías activas de aprendizaje (Limón Serrano, 2019). El EEES contempla una reformulación de metodologías docentes, recursos y materiales pedagógicos para adaptarla a una sociedad actual (Rodríguez Jaume, 2009), alejarse de una educación estancada y anclada en el pasado (Fidalgo Redondo y García Sánchez, 2007; Rodríguez Moreno, 2005), implicar al alumnado en su propio aprendizaje (Toledo y Sánchez, 2018) y convertir al profesorado en un facilitador de los contenidos y enseñar al estudiantado a aprender por sí mismo (Benito y Cruz, 2005). Por tanto, desde el punto de vista educativo, es fundamental formar al estudiantado de manera integral para fomentar un conjunto de competencias transversales a través de metodologías activas que implican una mayor participación del alumnado (Fernández March, 2006).

Los avances en el campo de la Comunicación no se han quedado inmunes a los cambios significativos que se han producido en los últimos tiempos. La influencia de las Tecnologías de la Información y la

Comunicación (TICS) ha transformado por completo el panorama mediático y la forma en la que nos comunicamos e informamos (Bernabeu y Goldstein, 2016). Desde la aparición de Internet hasta el desarrollo de la inteligencia artificial aplicada al periodismo, hemos presenciado cambios en las rutinas y en los procesos de producción informativa. Un ejemplo claro es la generación de crónicas deportivas mediante sistemas de inteligencia artificial que, si bien todavía no alcanzan el nivel de personalización de un texto elaborado por un periodista, sí se utilizan como piezas informativas en algunos medios de comunicación (Murcia Verdú, Calvo Rubio y Ramos Antón, 2022). Las tecnologías también desempeñan un papel crucial en la lucha contra la desinformación (López Cepeda, Ufarte Ruiz y Murcia Verdú, 2019) mediante el empleo de diferentes herramientas que ayudan a discernir entre lo que es verdad y lo que no. Ante estos progresos constantes, es fundamental equipar a los estudiantes con los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para prepararlos de manera óptima para las demandas del cambiante mercado laboral.

1.2. NECESIDAD DE TRANSMITIR NUEVAS MANERAS DE CONTAR LA INFORMACIÓN

En este sentido, el objetivo es promover el diseño y la creación de narrativas interactivas por parte de estudiantes universitarios, con el fin de facilitar su propio aprendizaje de los conceptos relacionados con la asignatura del segundo cuatrimestre de 4º de Periodismo Económico en el Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM). En definitiva, se busca aprovechar las oportunidades que ofrecen las narrativas interactivas en el contexto educativo, siguiendo la línea planteada por Cabrero Almenara (2010), quien defiende la integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el aula.

Esta forma de diseñar, crear y difundir mensajes mediante narrativas interactivas sirve para fomentar la participación del receptor que se está adaptando en un entorno mediático en el que los hábitos de consumo de la audiencia son cambiantes. El objetivo es que el alumnado elabore y difunda los contenidos a través de estas formas de comunicación.

Las narrativas interactivas se han convertido en una manera de producir información atractiva e interactiva para el usuario. Los medios de comunicación digitales se han percatado que es necesario innovar de manera que el usuario se informe, pero además aprenda y disfrute de la experiencia. Hay ciertos temas o secciones que, por su naturaleza, tienen cierta complejidad, pero su influencia en la calidad de vida de sus lectores cobra cada vez más importancia y espacio en los medios de comunicación (Gutiérrez Coba, 2001). En los últimos años, ha habido un aumento significativo en el interés de la audiencia por temas económicos, tanto en medios digitales locales, nacionales como especializados en economía. Esto se debe en parte a las crisis mundiales que hemos vivido en este siglo XXI, como la recesión económica del 2008, la crisis migratoria en Europa en 2016, la pandemia de la COVID-19 en 2020 y la guerra entre Ucrania y Rusia en 2022. Estas circunstancias han generado una alerta generalizada entre la población y cada vez son más las personas que buscan comprender cómo estas circunstancias internacionales están influyendo en la economía de su región, país o el mundo.

La gran cantidad de datos que se manejan ha dado lugar a varias figuras profesionales, como pueden ser el periodista de datos y el encargado de visualizar esos datos (Murcia Verdú, 2019). En esta visualización de datos e información, hay una gran cantidad de medios que sienten la necesidad de ofrecer al usuario un contenido más exclusivo, de más calidad y con una mayor interactividad. En este ámbito, las nuevas narrativas juegan un papel fundamental.

Con el fin de abordar la dificultad que supone la jerga y el tecnicismo económico y hacerlos comprensibles para el alumnado y su forma de transmitirlos, se ha buscado implementar innovaciones en la enseñanza-aprendizaje de la asignatura de Periodismo Económico, que se imparte en el Grado de Periodismo de la Universidad de Castilla-La Mancha durante el curso 2021-2022. En esta metodología, se requiere una interacción constante entre el profesor y los estudiantes (Escobar Medina, 2015).

2. OBJETIVOS

La finalidad principal de esta innovación docente en el aula es representar mediante narrativas interactivas informaciones económicas de manera que el usuario pueda participar en el contenido, aprenda y se informe sobre las últimas noticias de esta índole. Estos trabajos pretenden que el alumnado desarrolle de manera práctica y de una forma creativa los conceptos de economía que son actualidad. A partir de la premisa de este objetivo general, también se pretende cumplir con los siguientes objetivos específicos (OE):

- OE1. Desarrollar la capacidad de comprensión y asimilación de información económica. Potenciar la habilidad de los estudiantes para comprender y asimilar el conocimiento económico mediante la organización del trabajo, la selección de documentos relevantes, la lectura detallada y el análisis crítico.
- OE2. Incrementar la motivación, creatividad y atención del alumnado. Mediante el empleo de las narrativas interactivas se pretende cambiar la percepción del aprendizaje sobre información económica que, a priori, está percibida como densa y enrevesada.
- OE3. Promover el aprendizaje activo y la toma de decisiones. Orientar al alumnado para que participe de manera activa en su proceso de aprendizaje y asuma la responsabilidad de tomar decisiones fundamentales en la creación de las narrativas interactivas. Esto implica la elección del tema, el tipo de narrativa, las herramientas utilizadas en su producción y el diseño de sus trabajos.
- OE4. Transformar los contenidos económicos en información clara y accesible. Desarrollar habilidades para trasladar la información económica de forma asequible. El estudiantado deberá diseñar las narrativas interactivas con la finalidad de que el usuario comprenda el contenido desarrollado a través de las narrativas interactivas. En este sentido, el alumnado demostrará su conocimiento sobre el tema que trate en cada una de sus creaciones.

3. METODOLOGÍA MEDIANTE GAMIFICACIÓN

Durante el desarrollo de la asignatura de Periodismo Económico del Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la UCLM en el curso 2021-2022, se establecieron tres entregas con el fin de comparar entre ellas la adquisición de conocimientos en materia económica, su comprensión y su capacidad de transmitirlos de forma clara para el lector o el usuario.

En primer lugar, los alumnos tenían que elaborar una entrevista para prensa con las siguientes características: redacción de una entrevista original con un personaje de la preferencia del alumnado relacionado con la economía y tenía que incluir las siguientes partes: un título de acto de habla directo con un máximo de 60 caracteres (incluyendo espacios), Un antetítulo o subtítulo informativo-interpretativo con un máximo de 100 caracteres (incluyendo espacios); un cuerpo de texto de entre 1.000-1.200 palabras, con el formato pregunta-respuesta; y una fotografía (preferentemente elaborada por el estudiantado). El profesor era el encargado de aprobar o rechazar al personaje de la entrevista en base a su pertinencia. La finalidad de esta práctica inicial es evaluar cómo el alumnado asimila los contenidos económicos a través de trabajos tradicionales, como es la redacción en prensa, y compararlos con aquellos que utilizan tecnologías como las narrativas interactivas.

La segunda práctica consistió en transformar información económica de interés para el alumnado en narrativas interactivas. El tema era libre, pero siempre debía estar relacionado con la economía. El estudiantado tenía la opción de elegir entre diferentes tipos de narrativas interactivas, como mapas, concursos (quiz), vídeos e infografías, entre otros, utilizando una serie de herramientas gratuitas sugeridas. El alumnado tenía la libertad de escoger otra aplicación que no estuviera en el listado siempre y cuando creara lenguajes interactivos. Se requería el uso de al menos dos herramientas diferentes, como podrían ser Piktochart, Flourish, Dattawrapper, Infogram, Canva, Visme, Genially, Easel.ly, Visual.ly, MyMaps, StoryMapJS, StoryMaps, Draw.io, Mapchart, MapInSeconds, Juxtapose, Thinglink y Apester.

Para el desarrollo de esta práctica, el profesor enseñó algunas de las funcionalidades básicas de estas herramientas y mostró algunos de los ejemplos que se han realizado a nivel profesional en distintos medios de comunicación y de otros estudiantes que habían elaborado esta práctica en el curso anterior. El docente explicó algunas de sus funciones, pero el manejo más profundo de la aplicación y la competencia de habilidades específicas corría a cuenta de cada uno de los creadores.

En la última práctica, los estudiantes debían crear un póster interactivo sobre un tema económico de su preferencia. El póster debía incluir elementos como infografías, gráficas, mapas y otros componentes interactivos que ayudaran al entendimiento por parte del receptor. Las dos herramientas sugeridas para su elaboración fueron Piktochart e Infogram. En caso de que alguna de estas herramientas hubiera sido utilizada en la práctica anterior, se requería que se utilizara la otra aplicación para esta entrega.

Al igual que en la práctica anterior, el profesor explicó el funcionamiento de estas dos herramientas, pero profundizó en su uso porque solamente las había explicado de manera superficial en la segunda entrega. También mostró ejemplos de antiguos alumnos y las diferentes opciones de diseño disponibles. Se otorgó libertad creativa en esta práctica, siempre y cuando se cumpliera con el requisito indispensable de la interactividad.

Las rúbricas de evaluación que se tienen en cuenta a la hora de evaluar las narrativas interactivas suman 10 puntos y son las siguientes: 1) documentación general y especializada de sus temas (2 puntos), 2) comprensión de los conceptos económicos y su representación en las narrativas interactivas (4), 3) pertinencia del uso de la herramienta adecuada, aplicando el lenguaje más idóneo para cada una de ellas (2), y 4) diseño y creatividad a la hora de representar los temas económicos (2). En el caso de la entrevista, la primera rúbrica coincide con la aplicada a las narrativas interactivas y la segunda rúbrica también trata la comprensión de los conceptos económicos y su transmisión eficaz en formato entrevista (4). Sin embargo, la tercera rúbrica se enfoca en la correcta aplicación de los criterios solicitados por el profesor y las características propias del género de la entrevista, otorgando una calificación de 2 puntos. La cuarta rúbrica se refiere a la corrección y estilo de la expresión escrita, también con una calificación de 2.

En la elaboración de las prácticas se implementó una metodología activa de aprendizaje que implica diferentes estrategias didácticas, como es la gamificación (Batistello, y Cybis Pereira, 2019). Esta metodología busca la estimulación de la interdisciplinariedad de conocimientos en el alumnado, el impulso de la creatividad, una mayor comprensión de los contenidos y la promoción del aprendizaje basado en competencias. Además de la función del docente a la hora de enseñar las herramientas digitales, el profesor cumple la función de guía y orientador de sus creaciones.

El objetivo con esta metodología es aumentar la comprensión, la creatividad y los conocimientos en materia de información económica, mediante los distintos tipos de lenguajes que proporcionan las narrativas interactivas (Mestre Pérez, 20) y que, además, contribuyen a ofrecer discursos comunicativos de una manera interactiva y dinámica. De acuerdo con Mestre (2018, 10 de febrero), el alumno debe partir de la idea que quiere realizar para emplear la narrativa interactiva con la que quiera comunicar su información económica.

Durante el proceso, se emplea una metodología activa de aprendizaje en la que los estudiantes desempeñan un papel activo al investigar y documentarse, proponer temas y seleccionar las herramientas para elaborar sus narrativas interactivas, así como configurar el diseño final de sus trabajos. Esta metodología activa de aprendizaje se está adoptando cada vez más en asignaturas donde el uso de tecnologías es relevante (Ufarte Ruiz, Calo Rubio y Murcia Verdú, 2020), pero en este caso también se emplea para una pedagogía más productiva en el aula.

4. RESULTADOS

La introducción de esta innovación en el aula, dentro de la asignatura de Periodismo Económico del segundo cuatrimestre del cuarto año del Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la UCLM, tuvo lugar en el curso 2020-2021. Se implementó inicialmente como un proyecto piloto con el objetivo de evaluar su efectividad entre el estudiantado y determinar si contribuía a una mejor comprensión de los temas relacionados con la economía. El análisis de esta mejora docente se llevó a cabo en el curso 2021-2022, después haber implementado el sistema y comprobado su efectividad en el curso anterior.

Se diseñaron un total de tres prácticas con el objetivo de evaluar si los resultados variaban en función de los conocimientos adquiridos. Estas prácticas permitieron observar y comparar el trabajo del alumnado (n=49) a medida que avanzaba en la comprensión de los conceptos económicos y en la capacidad para transmitirlos de manera clara. El análisis de los resultados obtenidos en cada una de las prácticas proporcionó información relevante sobre el progreso y el nivel de aprendizaje alcanzado por los estudiantes a lo largo del curso.

En la primera práctica, que fue de naturaleza tradicional y consistió en la elaboración de entrevistas a expertos o personas relacionadas con la economía, participaron 34 de los 49 estudiantes matriculados en la asignatura. El promedio de calificación obtenido por los estudiantes en esta práctica fue de 5 sobre 10. Esta práctica fue la que menos participación tuvo de las tres.

A partir de las rúbricas preestablecidas, la nota media de cada uno de los elementos evaluables es la siguiente: documentación general y especializada de sus temas (1,13); comprensión de los conceptos económicos y su transmisión eficaz en formato entrevista (2,14); correcta aplicación de los criterios solicitados por el profesor y las características propias del género de la entrevista (0,91); y corrección y estilo de la expresión escrita (0,82)

En la segunda práctica, en la que el estudiantado creó narrativas interactivas para visualizar información económica utilizando diferentes herramientas como cuestionarios, mapas e infografías, con el requisito de utilizar al menos dos herramientas diferentes, ya sea con la misma información o con información diferente, participaron 38 estudiantes. En esta práctica, se observó un aumento en el promedio de calificación, llegando a 6,4.

FIGURA 1. Mapa interactivo realizado por alumnado de Periodismo Económico con Story-map JS, donde describe la nueva ruta de la seda.



Fuente: Storymaps.

Seguidamente, se presenta la nota media de cada uno de los elementos evaluables, basada en las rúbricas preestablecidas para la segunda práctica: documentación general y especializada de sus temas (1,28); comprensión de los conceptos económicos y su representación en las narrativas interactivas (2,56); pertinencia del uso de la herramienta adecuada, aplicando el lenguaje más idóneo para cada una de ellas (1,20); y diseño y creatividad a la hora de representar los temas económicos (1,36).

En la tercera y última práctica, que se centró en la elaboración de un póster con narrativas interactivas que incluía la incorporación de diferentes elementos visuales e interactivos, la participación aumentó ligeramente con la participación de 39 estudiantes como creadores del póster. La calificación promedio obtenida en esta entrega fue de 8,8.

A continuación, se detalla la calificación promedio obtenida en cada uno de los elementos evaluables de la tercera práctica, tomando como referencia las rúbricas preestablecidas: documentación general y especializada de sus temas (1,56); comprensión de los conceptos económicos y su representación en las narrativas interactivas (3,52); pertinencia del uso de la herramienta adecuada, aplicando el lenguaje más idóneo para cada una de ellas (1,87); y diseño y creatividad a la hora de representar los temas económicos (1,85).

TABLA 1. Las tablas tendrán un ancho máximo (y recomendado) de 11,5cm. Emplearán Arial Narrow del tamaño necesario para su correcta lectura. El color de fondo será blanco y las celdas estarán delimitadas por líneas finas. Si se usan links en la descripción se acortarán con el servicio <https://bitly.com/>

Rúbricas	Nota media de la entrevista (N=34)	Nota media de las narrativas interactivas (n=38)	Nota media del póster interactivo (n=39)
Documentación general y especializada de sus temas (2 puntos)	1,13	1,28	1,56
Comprensión de los conceptos económicos (4 puntos)	2,14	2,56	3,52

Fuente: elaboración propia

El alumnado elaboró narrativas interactivas sobre informaciones económicas centrándose en mapas, gráficas, póster, cuestionarios (quiz), test de personalidad, vídeos y fotografías con elementos interactivos y visuales. El estudiantado representó diversos temas económicos, tales como los combustibles fósiles y el cambio climático, la nueva ruta de la seda, la subida del precio del combustible, el aumento de los precios, la economía en el deporte, la situación del desempleo, los datos sobre la deuda pública y la gestión de los ahorros, entre otros.

5. DISCUSIÓN

Durante los cuatro cursos académicos en los que el profesor ha impartido la asignatura de Periodismo Económico del Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la UCLM, tres de ellos han contado con la metodología activa de aprendizaje mediante la gamificación. Durante este tiempo, se ha comprobado que la elaboración de trabajos más enrevesados, analíticos y densos no capacita de la misma forma al estudiantado para que consiga asimilar y comprender información relacionada con la economía. En muchas ocasiones, los enfoques tradicionales de entrega de trabajos resultan aburridos para los alumnos y no logran transmitir de manera efectiva el lenguaje económico fundamental y necesario para aprobar una asignatura de periodismo especializado.

Además, la implementación de prácticas alternativas, como el uso de narrativas interactivas para la visualización del periodismo de datos (Murcia Verdú, 2019), brinda al alumnado la oportunidad de adquirir habilidades tanto en el manejo de estas herramientas como en la capacidad de comunicar de manera comprensible este tipo de contenido económico. Además, el estudiantado sufre una falta de motivación cuando se trata de una entrega convencional. La interacción del usuario, que en este caso es el profesor, es un factor determinante en la estimulación del alumnado.

También es importante determinar las causas de fallar en una entrega tradicional como es la entrevista. Según Ufarte Ruiz (2016), es fundamental establecer una conversación profunda durante las entrevistas, especialmente en el ámbito de la economía. En este tipo de entrevistas, es necesario que los entrevistados expliquen conceptos complejos de manera didáctica, con el objetivo de hacerlos comprensibles para el público en general. Como periodistas, debemos ser audaces al plantear preguntas que vayan más allá de lo evidente y que aborden aspectos que aún no se han abordado. Por tanto, en esta primera práctica, se espera que el alumnado haya adquirido la habilidad de formular preguntas adecuadamente a lo largo de su formación en el Grado de Periodismo. El objetivo es que no se limiten a repetir las respuestas del entrevistado, sino que vayan más allá y profundicen en el tema, con el fin de transmitir al lector la información deseada de manera efectiva. Durante su formación, se les enseña a desarrollar esta habilidad para poder comunicar de manera más completa y significativa.

Los resultados evidencian un alejamiento del alumnado de las materias tradicionales y un acercamiento a las tecnologías innovadoras, herramientas con las que se sienten más familiarizados y disfrutan más a la hora de trabajar y desarrollar las competencias básicas de la asignatura. De acuerdo con Suberviola (2021), los estudiantes se alejan de las aulas cuando las metodologías son las tradicionales y se mantienen o desarrollan un trabajo más productivo cuando se innova en la docencia.

El empleo de herramientas es cada vez más intuitivo y los recursos que ofrecen son variados para tratar multitud de temas diferentes. Solo es

necesario por parte del profesor varias sesiones para trabajar en la enseñanza básica de los instrumentos de creación de narrativas interactivas y la muestra de ejemplos. Para una producción mayor y con más creatividad de la práctica es necesario que el estudiantado trabaje por sí mismo y, por consiguiente, desarrolla una metodología activa de aprendizaje. El empleo del uso de las tecnologías y la necesidad de sintetizar la información y hacerla comprensible al lector mediante imágenes y esquemas obliga al alumnado a tener que traducirla de una manera accesible para el usuario.

La creación de dos narrativas interactivas previas a la elaboración del póster, que también es interactivo, permitió a los estudiantes adquirir conocimientos y mejorar su capacidad para gestionar recursos y elementos visuales en el desarrollo de sus proyectos. Además de aprender sobre temas económicos a lo largo del curso, la retroalimentación proporcionada por el profesor en las entregas anteriores fue útil para que el alumnado lo aplicara posteriormente en la última práctica.

6. CONCLUSIONES

La innovación docente ha cumplido el objetivo general que consiste en representar informaciones económicas mediante narrativas interactivas de manera que el usuario pueda participar de una manera activa y no consume este tipo de contenidos únicamente mediante la acción de la lectura, además de aprender mientras se informa de la actualidad. Con estos trabajos, el alumnado desarrolla de manera práctica y empleando de una forma creativa los conceptos económicos.

El estudiantado ha asimilado mejor los contenidos cuando elaboraba prácticas de narrativas interactivas (OE1). Mientras que en las entrevistas a expertos no profundizaban en ciertos contenidos por falta de entendimiento de la temática, con las prácticas más innovadoras tenían que trasladar este tipo de información de manera que fuera accesible para el usuario (OE4). La selección de documentos relevantes, la lectura detallada y su análisis contribuyeron a mejorar la comprensión de los conceptos económicos y, a su vez, contribuye a que los usuarios también lleguen a un mejor entendimiento.

El alumnado participó de manera activa en su proceso de aprendizaje, tomando decisiones clave en la creación de sus narrativas interactivas, como la elección del tema, el tipo de narrativa más acorde y las herramientas empleadas en su producción (OE3). Aunque el docente orientó al estudiantado en las temáticas trabajadas, esta metodología de enseñanza sirvió para formar la responsabilidad, compromiso y capacidad comunicativa del alumnado.

La implementación de narrativas interactivas dentro de la enseñanza sobre Periodismo Económico incrementó la motivación, creatividad y atención del alumnado, cambiando su percepción sobre la información económica que, a priori, era percibida como densa y enrevesada. Esto generó una mayor participación en el proceso de aprendizaje (OE2).

Durante todo el proceso de trabajo, se observó un progreso gradual del conocimiento del alumnado. Desde el 5 que el estudiantado obtuvo con la práctica tradicional hasta el 8,8 de la última práctica, la elaboración de un póster interactivo, la comprensión sobre temas económicos y su capacidad para documentarse sobre este tipo de información siempre conseguía mejorar.

En definitiva, la implementación de narrativas interactivas en la asignatura de Periodismo Económico del Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la UCLM demostró ser una innovación docente efectiva para alcanzar los objetivos planteados y obtener resultados positivos en el aprendizaje de los estudiantes. Por tanto, el aprendizaje basado en la gamificación fue una buena aplicación docente en el aula y seguirá empleándose en los siguientes cursos académicos de esta asignatura.

7. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

En primer lugar, quisiera expresar mi agradecimiento al profesor Juan Carlos Guillermo Ceballos Santamaría por impartir la teoría inicial de la asignatura de Periodismo Económico del Grado de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la UCLM. Gracias a sus enseñanzas previas sobre economía, he podido sumergirme en las narrativas interactivas con el alumnado y abordar de manera práctica e innovadora los temas

económicos. También es fundamental destacar y agradecer el arduo trabajo del alumnado, quienes se han comprometido y han dedicado su esfuerzo para crear trabajos más creativos y desarrollados. Sin su talento y dedicación, este proyecto de innovación docente no habría sido posible.

8. REFERENCIAS

- Batistello, P. y Cybis Pereira, A. T. (2019). El aprendizaje basado en competencias y metodologías activas: aplicando la gamificación. *Revista Científica De Arquitectura Y Urbanismo*, 40(2), 31–42. <https://bit.ly/3qfSk2w>
- Benito, Á. y Cruz, A. (2005). *Nuevas claves para la docencia universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior*. Narcea Ediciones.
- Bernabeu, N. y Goldstein, A. (2016). *Creatividad y aprendizaje: El juego como herramienta pedagógica* (Vol. 144). Narcea Ediciones.
- Cabrero Almenara, J. (2010). Los retos de la integración de las TICs en los procesos educativos. Límites y posibilidades. *Perspectiva Educacional, formación de profesores*, 49(1), 32-61.
- Escobar Medina, M. B. (2015). Influencia de la interacción alumno-docente en el proceso enseñanza-aprendizaje. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*, (8).
- Fernández March, A. F. (2006). Metodologías activas para la formación de competencias. *Educatio siglo XXI*, 24, 35-56.
- Gutiérrez Coba, L. (2001). Temas de interés para los periódicos de prestigio. El caso de El País (España) y El Espectador (Colombia). *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, (10), 7.
- Fidalgo Redondo, R. y García Sánchez, J. N. (2007). Las directrices del Espacio Europeo de Educación Superior en el marco legislativo del sistema universitario español. *Aula Abierta*, 35(1, 2), 35-48.
- Limón Serrano, N. (2019). Plan integral de innovación docente para la enseñanza de disciplinas en el ámbito del periodismo audiovisual. *FECIES 2019* (pp. 833-839). Asociación Española de Psicología Conductual.
- López-Cepeda, A. M., Ufarte-Ruiz, M. J., & Murcia-Verdú, F. J. (2019). Medios audiovisuales de servicio público y desinformación. Principales políticas y estrategias contra las noticias falsas. *Las nuevas narrativas, en el entorno social* (pp. 155-170). Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- Mestre, J. (2018, 20 de febrero). *Narrativas interactivas: ¿cuál usar y por qué?* FLUOR Lifestyle.
<https://bit.ly/43bB9xG>

- Mestre Pérez, R. (2007). Retórica hipertextual: para un modelo de análisis de la ficción interactiva. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (28), 157-165.
<https://bit.ly/3N0JK0x>
- Murcia Verdú, F. J. (2019). El periodista de datos: la información se cuenta en cifras. *Nuevos perfiles profesionales para el mercado periodístico* (pp. 69-82). Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Murcia Verdú, F. J., Ramos Antón, R. y Calvo Rubio, L. M. (2022). Análisis comparado de la calidad de crónicas deportivas elaboradas por inteligencia artificial y periodistas: Aplicación de la inteligencia artificial en comunicación. *Revista Latina de Comunicación Social*, (80), 31.
- Rodríguez Jaume, M. J. (2009). *Espacio Europeo de Educación Superior y metodologías docentes activas: dossier de trabajo*. Universidad de Alicante.
- Rodríguez Moreno, M. L. (2005). Las demandas sociales y el mercado laboral ante la integración europea del conocimiento universitario. *Cuadernos de Integración Europea*, (2), 54-68.
<https://bit.ly/45x9AR2>
- Suberviola, I. (2021). Análisis de los factores predictivos del abandono escolar temprano. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, 25-52.
- Toledo, P. y Sánchez, J. M. (2018). Aprendizaje basado en Proyectos: Una experiencia universitaria. *Profesorado, Revista de Currículum y Formación del Profesorado*, 22(2), 471-491.
<http://doi.org/10.30827/profesorado.v22i2.7733>
- Ufarte Ruiz, M. J.; Calvo Rubio, L. M. y Murcia Verdú, F. J. (2020). Las tecnologías hi-tech en los grados en Periodismo. Planes de estudios, formación de los periodistas y propuestas de inserción curricular. *adComunica. Revista Científica del Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 20, Universitat Jaume I, 43-66.
<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2020.20.3>