

**ADA-Madrid**



# Relada

(Revista Electrónica de ADA)

**Vol. 5 (3) 2011**

ISSN: 1988-5822



# E-learning en la asignatura “Procesos de la comunicación en publicidad, relaciones públicas y comunicación audiovisual” de la Titulación de Grado de Periodismo on line de la URJC

**Esther Martínez Pastor**

Universidad Rey Juan Carlos  
[esther.martinez.pastor@urjc.es](mailto:esther.martinez.pastor@urjc.es)

**M<sup>a</sup> Isabel Serrano Maíllo**

Universidad Complutense de Madrid  
[sabela\\_serrano@yahoo.com](mailto:sabela_serrano@yahoo.com)

**Resumen:** Este artículo muestra la experiencia de la formación on line de la asignatura “Procesos de la comunicación en publicidad, relaciones públicas y comunicación audiovisual” de la Titulación de Grado de Periodismo on line de la Universidad Rey Juan Carlos. Se explican las competencias, los objetivos, la evaluación y los recursos empleados para la docencia e-learning y, así como, los éxitos y errores fruto de la experiencia en el tercer año de implantación.

**Palabras clave:** Formación on line. Periodismo. Recursos. Competencias. Evaluación. EEES.

**Abstract:** This article shows the experience of the online subject "Communication processes in advertising, public relations and audiovisual communication" of the degree in online journalism at the Universidad Rey Juan Carlos. We expose the responsibilities, objectives, evaluation and resources used for e-learning, as well as the successes and failures based on this experience in its third year of implementation.

**Keywords:** EEES. E-Learning. Journalism. Media studies. Degree. Evaluation.

## INTRODUCCIÓN

El Grado de Periodismo on line en la Universidad Rey Juan Carlos se implantó en el 2008. En una de las pocas Universidades que ofrecen esta modalidad y el número de matriculados anualmente oscila entre los 50 y los 80 alumnos esto indica el éxito de la modalidad. Los alumnos que acceden a esta

titulación on line son generalmente de dos tipos: adultos que quieren estudiar su segunda carrera o que dejaron sin terminar sus estudios y, un porcentaje menor, jóvenes que comienzan su primera carrera y que no pudieron acceder a la opción presencial por corte de nota o trabajan y prefieren estudiar a distancia.

Nosotros expondremos el caso de la asignatura de Procesos de comunicación en publicidad, relaciones públicas y audiovisual de 1 curso, 1 semestre de 6 ECTS de carácter obligatoria.

## **ANÁLISIS DE CASO DE LA ASIGNATURA “PROCESOS DE LA COMUNICACIÓN EN PUBLICIDAD, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL”**

La asignatura “Procesos de la comunicación en publicidad, relaciones públicas y comunicación audiovisual” pretende completar la visión de la comunicación en disciplinas de Ciencias de la Comunicación que no son propias del área de Periodismo. Para ello, el alumno deberá desarrollar las siguientes competencias específicas: comprensión el funcionamiento de la publicidad, de las relaciones públicas y de la comunicación audiovisual. El temario aborda el proceso comunicacional en las tres áreas y enfatizando en cuatro aspectos principales: primero se realiza una aproximación al concepto y a las características más relevantes; después se explican los principales sujetos implicados en el proceso comunicacional; se continua con el análisis del lenguaje específico de cada disciplina y, se finaliza con el proceso de la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación audiovisual. De manera que el alumno del grado en periodismo conozca el proceso comunicacional de las demás disciplinas de ciencias de la comunicación.

La docencia de una materia online como esta requiere de una precisa y clara planificación tanto para el alumno como para el docente. Por ello, la Guía docente dentro del marco de la EEES es cuasi un contrato vinculante entre las partes, en el que se detalla no solo el temario de la asignatura y la bibliografía, sino todas las actividades evaluables, los porcentajes aplicables, el tipo de prueba, el tiempo de trabajo y el periodo en el que se llevará a cabo. Además, de incluirse en el campus on line de la asignatura un planning detallado por semana en el que se indican los temas, pruebas, entregas, etc. No obstante y a pesar de que la publicación de esta guía debe ser previa al comienzo de la impartición de la asignatura, sería conveniente que algunos de los extremos recogidos en ella y que ya hemos expuesto, fueran pactados o negociados con los alumnos. De esta manera, se hace al alumno partícipe de su propio aprendizaje, lo que, por otro lado, va a ocupar gran parte de su tiempo. Además, mediante esta técnica se incentiva la competencia del compromiso. Se trata de una competencia no específica de la asignatura, sino general y transversal pero que sin duda le será de gran ayuda a lo largo de su vida. La estrategia consiste en negociar con el alumno (sería perfecto que fuera de uno en uno, pero si no es posible hacer un contrato por cada uno, por el número de alumnos, intentar al menos hacer uno común). Que sean ellos los que determinen, por ejemplo, los porcentajes con los que valorar sus trabajos, el tiempo necesario para desarrollar las tareas, el día de entrega, etc. Es

conveniente dejar claro desde el principio que aquel acuerdo al que se llega debe ser considerado letra sagrada y que ambas partes se comprometen a cumplirlo. Es conveniente imprimir el “contrato” y que lo firmen el alumno y el profesor. Al tenerlo en la mano no hay duda de lo que se debe cumplir y, en caso de incumplimiento se puede tirar del papel. Es importante dejar claro desde el principio que las normas son las que están escritas y no hay vuelta atrás. Con esto favoreceremos también la competencia general de responsabilidad. Además, conviene aclarar que esta asignatura se imparte desde que la Titulación on line se implantó en la URJC y la docencia realizada durante los tres años ha evolucionado y adaptado al medio on line. En este caso concreto mostramos la experiencia de este último año 2010-11.

### **Planificación, herramientas y evaluación**

Esta asignatura está estructurada entre cuatro bloques:

1. Conceptos y tipos de comunicación: consta de un tema introductorio sobre los Conceptos y tipos de comunicación no periodísticos.
2. Publicidad: es una aproximación a esta disciplina y al proceso de ideación, creación y difusión de las campañas publicitarias a través de tres temas.
3. Relaciones Públicas: se introduce esta disciplina, sus características y el proceso de crear y difundir estos mensajes mediante dos temas.
4. Comunicación audiovisual: se explica el concepto de Comunicación Audiovisual, a sus características y a su proceso de producción a través de 3 temas.

Un vez vistos los contenidos de la materia pasamos a explicar la metodología y la planificación utilizada para impartir la docencia durante el primer cuatrimestre impartidas en 14 sesiones semanales del 14 de septiembre al 7 de diciembre de 2010 (Anexo I).

En la primera semana del curso:

- a. El profesor se presenta ya sea con video conferencia o a través de un texto que redacta. En nuestro caso, es un texto que se añade en la parte correspondiente del campus con una fotografía del docente para que el alumno le ponga cara a pesar de la distancia. En ocasiones, hay docentes que convocan una primera sesión presencial o varias durante el curso. Creemos que esto en ocasiones, puede ser una buena opción pero puede ser un inconveniente para algunos alumnos que viven a mucha distancia de Madrid, lugar en el que se ubica la Facultad de Ciencias de la Comunicación y al que pertenecen. En esta primera fase sería conveniente acercarnos a lo que el alumno espera de la asignatura o de nosotros. Hay muchas fórmulas para alcanzar este objetivo, pero el más eficaz es el de ponerlo por escrito. Por escrito y con nombre. Debemos asumir desde el principio que lo anónimo es contraproducente en el aprendizaje de la competencia de la responsabilidad. También sería positivo, en esta primera sesión, explicarles qué se espera de ellos. Qué competencias esperamos que desarrollen, o cuáles esperamos que ya hayan asumido. Es relevante que desde el principio queden establecidos los roles profesor/alumnos y lo que cada uno espera del otro.

- b. Se cuelga el planning de la asignatura que se impartirá a lo largo del curso, con sus pruebas, actividades, etc., además, de la Guía docente semanales. Como ya hemos apuntado más arriba, todo debe quedar muy claro en las normas desde el primer día y, a poder ser, debe ser pactado con los alumnos. Una vez determinadas las normas son letra sagrada y salvo causas de fuerza mayor deben respetarse a rajatabla para fomentar la competencia de responsabilidad y compromiso.
- c. Y se incide en las normas básicas de funcionamiento de la asignatura tales como los días que se contestan los emails, la utilización de foros, el uso de los chat, etc.

Las herramientas básicas para realizar la docencia tradicional, adaptadas al medio online, son:

- a. Las clases magistrales en podcast, es decir, en archivos multimedia de audio de una duración entre 20min. y 40 min. correspondientes al temario.
- b. Los podcast se complementan por ppt que ayudan a para seguir las clases magistrales del audio.
- c. Los podcast se complementan por vídeos que ejemplifican la materia explicada sobre todo en publicidad y en la parte de comunicación audiovisual.
- d. Los podcast se complementan por artículos y otros documentos escaneados relativos a la materia.
- e. Los podcast se complementan por un glosario relativo a la materia.

Los podcast, las ppt y los artículos se cuelgan semanalmente en el campus virtual. Los demás documentos dependiendo de la materia abordada.

Es fundamental que el alumno entienda que para cualquier tipo de aprendizaje hay que comenzar por saber la teoría e interesarse por el contenido de la materia. Así, debemos tener en cuenta que tan pernicioso es reducir nuestra enseñanza, tan solo, a las clases magistrales, como prescindir de ellas por completo, pues en ellas se encuentra la base sobre la que se sustentará el aprendizaje de la materia.

Además, se utilizan otras herramientas para adaptares al EEES en el que está enmarcada esta asignatura como son:

- a. La aportación teórica y práctica con vídeos, imágenes, etc. de las materias estudiadas en una WIKIPEDIA creada ad hoc en la que deben participar un número mínimo de veces durante el curso.
- b. Esta actividad, complementaria del glosario, ayuda al alumno en el desarrollo de varias competencias tanto específicas como generales y transversales. Así, mediante esta actividad, el alumno debe ser capaz, por un lado, de encontrar, comprender y definir los conceptos relativos a la asignatura, pero, a la vez tiene que ser capaz de buscar información, seleccionar lo más relevante, descartar aquello que viene de fuentes no fiables, debe ser capaz de resumir toda la información obtenida sobre un concepto y convertirla en una definición/explicación enciclopédica y, en definitiva, redactar para los demás (ser capaz de hacer comprensible para los demás aquello que ha incorporado a la wikipedia), Hasta aquí: competencias de investigación y redacción. Además, debe ser capaz de atreverse a participar en algo que los demás pueden corregir, lo que favorece la competencias de tener iniciativa y de aceptar las críticas.

- c. Las aportaciones teóricas en un foro abierto por el profesor. En este caso, como es obvio, debe tratarse de un foro nominativo. Es fundamental conocer quién es el alumno que participa para poder evaluarlo, pero además, es fundamental el feed back constante por parte del profesor. Para que esta asignatura se desarrolle como esperamos, es necesario dejar claro desde el principio las normas de funcionamiento del foro. Se tratará de normas fáciles pero innegociables. Así, por ejemplo, debe quedar claro que se trata de un foro de la asignatura, si será el profesor el que conteste o si deberán hacerlo entre ellos, etc... Además es importante establecer que, a pesar de que se establece un número mínimo de entradas, se tendrá en cuenta el contenido de las aportaciones, porque de otro modo, podemos “morir de éxito” y encontrarnos un foro con miles de entradas relacionadas con la materia pero vacías de contenido interesante. Los alumnos deben saber que responden por aquello que escriben.
- d. Tres prácticas relativas a los bloques de publicidad y comunicación audiovisual con unas indicaciones expresas por el profesor. Estas prácticas deben ser entregadas en un plazo determinado previamente establecido y no cabrá la posibilidad de entregar más tarde ni en otra fecha. Esto favorece las competencias de responsabilidad y planificación. Deben ser capaces de planificar el trabajo de forma que esté terminado en la fecha establecida., Y cada uno responde de que esto sea así. Si no, deberán atenerse a las consecuencias (tener un cero en esa práctica). En este asunto, la ventaja que aportan las nuevas tecnologías, es que nos dan la posibilidad de entrega a través del campus virtual con día y hora tope, momento después del cual no hay posibilidad de entrega, Estas son dos competencias fundamentales para el aprendizaje que nos proponemos en el Espacio Superior Europeo. En esta asignatura hemos optado por los trabajos individuales dado que es online y la asignatura es del primer semestre del primer año y los alumnos están adaptándose a un medio que desconocían. Aunque, entendemos que hay herramientas que posibilitan esta actividad y que el trabajo en grupo es muy positivo. Sin embargo, nos hemos decantado por la modalidad individual y creemos conveniente que en los últimos años de Grado se fomente los trabajos grupales.
- e. Trabajos individuales: Con este tipo de práctica, lo que el alumno debe llegar a ser capaz de hacer es, de modo general: creatividad, iniciativa, ser capaz de planificar el trabajo y respetar los plazos que él mismo se imponga, ser capaz de investigar, buscar información y seleccionar la más relevante, buscar y encontrar las fuentes informativas, ser capaz de plasmar lo que se ha aprendido (redacción coherente), ser capaz de entregar un trabajo con una presentación cuidada. Pero además, con el trabajo individual se adquieren competencias específicas que parten del conocimiento de la materia para terminar en la comprensión del objeto del trabajo. Como profesores, al plantearnos este tipo de trabajo, debemos tener claro si nos interesa más que el alumno elija el tema del trabajo y si se lo daremos nosotros. Cada opción tiene sus ventajas e inconvenientes. Así, si es el alumno el que, decide el tema sobre el que trabajará, suponemos que se decantará por un tema de su interés y trabajará más a

gusto o que se decantará por un tema que le es más cercano y conocido y tendrá un más fácil acceso a las fuentes. Si se da el primer caso, puede ser interesante, pero puede ocurrir que el alumno elija el tema no por interés sino por comodidad y entonces el trabajo individual no alcanzará un verdadero objetivo. Si el profesor da el tema, puede ocurrir que el alumno lo interprete como una imposición y lo tome con un índice muy bajo de interés haciendo un trabajo poco brillante, aunque puede ser que sea el trabajo inesperado el que le haga entrar en un tema que ni imaginaba y se le abra un mundo de posibilidades que ni imaginaba (situación ideal). Una solución intermedia es el dar una lista de temas entre los que cada alumno puede elegir.

- f. Trabajos en grupo: Este tipo de actividades son muy apreciadas en el Espacio Europeo de Enseñanza Superior porque se supone que les prepara para aquello que hoy más se exige en el mundo laboral, que es trabajar en grupo. Lo ideal es que los grupos no sean mayores de 5 y que, a poder ser, los miembros sean elegidos de forma aleatoria o, al menos, que el grupo sea formado por el profesor. Ellos suelen preferir formar sus propios grupos, pero la recomendación es no hacerlo así, porque en los grupos preconcebidos los roles están pre-asignados, lo que limita la capacidad del grupo y de sus miembros.
- g. A cada miembro del grupo se le asigna un rol (debe, por tanto, haber tantos roles como miembros en el grupo). El trabajo en grupo fomenta gran cantidad de competencias: planificación del trabajo, capacidad de defender las propias ideas (seguridad), la capacidad de respetar las ideas de los demás (tolerancia), responsabilidad, coordinación, etc. Se trata de conseguir que los alumnos entiendan que todos responden por todos. Si uno falla, falla todo el grupo y de cada uno de ellos depende que todos funcionen. Cada uno es responsable de sí mismo y de todos los demás. Si uno no trabaja los demás deberán conseguir que lo haga o hacerlo por él. Es importante establecer una forma de evaluar el trabajo individual dentro del grupo, por un lado, y el trabajo grupal, por otro. Los alumnos suelen mostrarse muy reacios a trabajar en grupo, por lo que es importante que seamos capaces de hacerles entender por qué es tan importante realizar este tipo de actividades.
- h. Una prueba presencial escrita e individual. Este tipo de prueba, consideramos que sigue siendo importante para la evaluación del alumno. Si cierto que la tendencia es que vaya perdiendo peso en favor de las actividades de otro tipo ya expuestas. Aun así, es preciso el contar con un aprueba objetiva que muestre si el alumno ha alcanzado la competencia primordial de la asignatura: saber el contenido de la materia. Se recomienda que este tipo de prueba no responda, si es posible, al modelo de repetición de la teoría, sino al tipo de relacionar conceptos, al tipo de resolución de problemas o casos, etc. Además, del constante y continuo flujo de emails que se generan por las dudas, preguntas e inquietudes de los alumnos.

La evaluación de las pruebas corresponde a diferentes porcentajes y debe indicar cuáles de ellas son reevaluables y cuáles son los porcentajes

aplicables. Es interesante proponer a los alumnos que sean ellos los que decidan cuánto debe valer cada una de las pruebas. Es interesante porque puede darnos pistas sobre qué les interesa más o en cuál de las diferentes actividades se ven más seguros. No obstante, antes de la consulta debemos estar seguros de hasta dónde estamos dispuestos a ceder, porque una vez hecha la consulta no es conveniente rechazar el resultado o poner las normas a posteriori.

- a. Prueba escrita presencial es un 40% de todo el temario colgado en “contenidos” ya sean postcast, artículos, glosario, etc. y esta parte se recuperar en mayo la primera convocatoria será en diciembre. la evaluación de las prácticas es un 40%: 20% publicidad y 20% com. audiovisual la recuperación será a lo largo del curso y no en mayo. hay dos fechas una primera para que los alumnos entreguen la práctica y otra de recuperación, cumpliendo con los objetivos de Bolonia en la que se indica que todas las pruebas podrán ser reevaluables si así se indica. Consideramos interesante este extremo, ya que lo relevante es que el alumno alcance los objetivos que en cuanto a las competencias hemos establecido, sin ser tan relevante el cuándo como el cuánto y el qué, pero no podemos descuidar el hecho de que los plazos y el límite en las oportunidades que les brindamos para que alcancen su objetivo repercute directamente en la competencia de responsabilidad. Deben ser conscientes de que los actos tienen consecuencias positivas o negativas y deben asumirlo. Eso sin contar la injusticia que representa este hecho en relación a los alumnos que sí cumplieron en el momento pactado. Es tarea del profesor encontrar el justo medio con la estrategia que prefiera, como por ejemplo, permitiendo la reevaluación pero con nota limitada.
- b. La 10% participación en los foros abiertos por el docente por las aportaciones teórica y no por los comentarios personales y/o juicios de opinión. la recuperación será durante el curso (como mínimo 4 aportaciones).
- c. Y Lo mismo para la wikipedia con un mínimo de 5 aportaciones.

## CONCLUSIONES

La metodología utilizada tiene resultados positivos por la constante participación de los alumnos en los foros, en la Wikipedia y en los emails (354) que envían de forma personal al profesor. Además, en los tres años impartiendo esta materia hemos cambiado la manera de dar la clase magistral y hemos pasado de colgar los apuntes a subir postcast. De esta manera se crea un lazo más personal, directo y empático con el alumno. Éste no se encuentra en un entorno tan frío porque el profesor le habla, además puede seguir la clase en cualquier lugar esta facilita mucho se aprendizaje. Los entornos de participación conjunta como la wiki y los foros permite que al igual que en una clase presencial cada uno pueda conocer a sus compañeros. De igual modo, estos entornos facilitan en conocimientos porque las dudas o inquietudes que cada alumno son respondidas y los demás pueden hacerlas suyas. Esto en las clases presenciales se pierde uno pregunta el resto habla y no ha atendido, la respuesta se pierde. En



este sentido, es muy favorable. Aunque, todavía queda mucho por hacer y la experiencia en este medio nos permitirá seguir indagando nuevas metodologías docentes que logren consolidar este entorno, pero es innegable que nos queda por hacer mucho con tesón e ilusión.

## BIBLIOGRAFÍA

- Blanco, A. (coord.) (2009). Desarrollo y Evaluación de Competencias en Educación Superior. Madrid: Narcea Universitaria. Blanco, A. "La evaluación de competencias a través del portafolio del estudiante en MBA." (2007), Universidad Europea de Madrid. Edita el Vicerrectorado de calidad e innovación educativa. Universidad de Cantabria.
- Blanco, A. y Bonsón, M.(2005). "Incorporación de competencias generales en la UEM y su adaptación al modelo de convergencia europeo." Mondragon Unibertsitatea 2005.
- Benito, A. y Cruz, A. (2005): Nuevas claves para la docencia universitaria. Madrid: Narcea.
- Learreta, B. La coordinación del profesorado ante las demandas del Espacio Europeo de Educación Superior: El caso de la Facultad de Ciencias de la Educación Física y Deporte en la Universidad Europea de Madrid,2006
- Sally Brown y Angela Glasner (edit.), Evaluar en la Universidad. Problemas y nuevos enfoques, Narcea s.a. de ediciones, 2007.
- Villa Aurelio, Pobrete Manuel, (2007) Aprendizaje basado en competencias, Una propuesta para la evaluación de las competencias genéricas, Vicerrectorado de Innovación y Calidad con la colaboración del ICE de la Universidad de Deusto.
- Tuning Educational Structures in Europe. Informe Final Fase Uno. (2003). González, Julia, Wagenaar, Robert (eds.). Bilbao: Universidad de Deusto. Consultado en: <http://www.relint.deusto.es/TUNINGProject/index.htm>
- Zabalza, M.A. (2003). Competencias docentes del profesorado universitario: calidad del desarrollo profesional. Madrid: Narcea.

ANEXO I

Inicio de la asignatura el día 14 de octubre	Fin del de la asignatura 7 dic. de diciembre	Indicar el tipo de actividades a desarrollar de manera global son foros, casos prácticos y prácticas.	-La evaluación del examen es un 40% y se puede recuperar en MAYO la primera convocatoria será en diciembre. - La evaluación de las prácticas es un 40%: -20% publicidad  -20% com. audiovisual  La recuperación será a lo largo del curso y NO EN MAYO. - La 10% participación en los foros abiertos por el docente por las aportaciones teórica y NO POR LOS COMENTARIOS PERSONALES Y/O JUICIOS DE OPINIÓN. La recuperación será durante el curso (como mínimo 4 aportaciones). Y Lo mismo para la WIKIPEDIA con un mínimo de 5 aportaciones.	Los martes de 11:00 a 12:00 se responderá a las dudas de los alumnos via	El examen será presencial de acuerdo con las fechas indicadas en la página web de la universidad.
Cada martes se suben nuevos contenidos los martes					
13 sept.	TEMA 1: Conceptos y tipos de comunicación		FORO: presentación de los alumnos y del profesor en el campus virtual		
21 sept.	TEMA 2: Concepto y características de la publicidad		FORO: planificación, estrategia y tácticas	Dirección y directrices para la WIKIPEDIA de la asignatura	
28 sept.	Tema 3: Proceso de la ideación, creación y difusión de las campañas publicitarias _I parte		FORO: persuasión y seducción		
05-oct	Tema 3: Proceso de la ideación, creación y difusión de las campañas publicitarias _ II parte		FORO: Spot		
11 de octubre	Tema 3: Proceso de la ideación, creación y difusión de las campañas publicitarias _III parte		FORO: Lenguaje publicitario		
19-oct	Tema 3: Proceso de la ideación, creación y difusión de las campañas publicitarias_ IV parte  Tema 4: solo lectura	ENTREGA DEL PROFESOR DE LA 1 PRÁCTICA AL ALUMNO (entrega del alumno 2 noviembre)	FORO: Segmentación		
26-oct	TEMA 5: Concepto y características de las RR. PP.				
02-nov	TEMA 6: Proceso de la ideación, creación y difusión de las RR .PP.	ENTREGA DE LA 1 PRÁCTICA DEL ALUMNO AL PROFESOR	FORO: RR.PP.		
09-nov	TEMA 7: Concepto y características de la Comunicación Audiovisual	ENTREGA DEL PROFESOR DE LA 2 PRÁCTICA AL ALUMNO (entrega del alumno 23 noviembre)			
16-nov	TEMA 8: El lenguaje audiovisual_ 1 parte				
23-nov	TEMA 8: El lenguaje audiovisual_ 2 parte	ENTREGA DE la 2 PRÁCTICA ALUMNO AL PROFESOR	FORO: com. audiovisual		
30-nov	TEMA 9: La comunicación audiovisual en la sociedad digital				
07-dic	Dudas del temario por foro habilitado				

Recibido: 11 marzo 2011.  
Aceptado: 11 abril 2011.