



INNOVACIÓN MEDIANTE ABP EN LA ASIGNATURA DE HISTORIA DE LA PUBLICIDAD

El podcast como herramienta de aprendizaje

Innovation through PBL in the subject of history of advertising
The podcast as a learning tool

SILVIA RINCÓN ALONSO¹

¹Universidad Francisco de Vitoria, España

KEYWORDS

Podcast
Podcasting
Teaching Innovation
ABP
EEES
History of advertising
Advertising Degree

ABSTRACT

This project collects the work process carried out by 107 students in the subject of History of Advertising taught in the first year of the degree in Advertising at the Francisco de Vitoria University.
This project has allowed the incorporation of Project-Based Learning as a teaching methodology and its application to the production of a podcast by students.
In this sense, we see that both the PBL and the podcast are presented as an alternative to traditional learning methods, thus favoring the acquisition of the skills that are required of the student within the European Higher Education Area (EHEA).

PALABRAS CLAVE

Podcast
Podcasting
Innovación docente
ABP
EEES
Historia de la Publicidad
Grado de Publicidad

RESUMEN

Este proyecto recoge el proceso de trabajo realizado por 107 alumnos en la asignatura de Historia de la Publicidad impartida en primer curso del grado en Publicidad de la Universidad Francisco de Vitoria.
Dicho proyecto ha permitido incorporar como metodología docente el Aprendizaje Basado en Proyectos y su aplicación a la producción de un podcast por parte de los alumnos.
En este sentido, vemos que tanto el ABP, como el podcast se presentan como una alternativa a los métodos tradicionales de aprendizaje favoreciendo así la adquisición de competencias que le son solicitadas al alumno dentro del Espacio Europeo Educación Superior (EEES).

Recibido: 29/ 07 / 2022

Aceptado: 30/ 09 / 2022

1. introducción

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP o BPA) y su aplicación a la realización de un podcast por parte del alumnado universitario se presenta como un modelo de enseñanza que responde a las demandas que el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) lleva años reclamando a las universidades europeas. Dichas demandas están relacionadas con la adquisición de competencias que el alumno debe adquirir para poder responder con solvencia a las necesidades reales que el entorno profesional tiene. Entre las competencias más solicitadas actualmente por las empresas están, por un lado, las denominadas *Soft Skills*, que afectan fundamentalmente a aspectos relacionados con las actitudes que las personas mostramos ante los diferentes retos que se nos presentan y entre las que se encuentran competencias como el saber trabajar en equipo, asumir la responsabilidad que requiere el enfrentarnos a los cambios o tener la capacidad de demostrar autonomía cuando la situación así lo requiera. Junto a estas competencias, están las competencias técnicas o *Hard Skills* que el alumno deberá incorporar a su currículum académico universitario para poder desempeñarse correctamente en los entornos tecnológicos y profesionales.

Para poder cumplir con la adquisición de ambos tipos de competencias, los docentes y estudiantes universitarios, disponen de metodologías de aprendizaje como es el denominado Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) y su aplicación a la elaboración de herramientas digitales como son los podcasts educativos.

Siendo el objetivo principal del actual trabajo transferir al alumno las competencias específicas de la asignatura de Historia de la Publicidad mediante la aplicación de la metodología del ABP aplicada a la elaboración de un podcast, presentamos, en primer lugar, un estado de la cuestión en el que se expone qué ocurre en torno a las realidades que hemos mencionado: por un lado, analizaremos lo que se entiende por una metodología de enseñanza-aprendizaje basada en el ABP y qué aplicación se le está dando en estos momentos dentro de la educación superior. Por otro lado, se revisa el estado en el que se encuentra la industria del podcast en general y su introducción en los ámbitos universitarios como herramientas que están siendo elaboradas por parte de los alumnos mediante la ayuda de metodologías como el ABP. Por último, presentaremos el proyecto de Innovación Docente que se ha realizado en la asignatura de Historia de la Publicidad de la Universidad Francisco de Vitoria, y que ha sido llevada a cabo mediante la aplicación de la metodología ABP a la realización de un podcast por parte de los alumnos de primer curso del grado en Publicidad. Tras esto, procederemos a ver los datos que la encuesta realizada a los estudiantes con los que se ha trabajado nos ofrece respecto al grado de satisfacción de los alumnos ante el proyecto propuesto, así como su percepción respecto al aprendizaje obtenido sobre la materia de Historia de la Publicidad y las dificultades principales con las que se ha encontrado.

Con respecto a los datos que se manejan en torno al uso del podcast en los espacios universitarios en España, se demuestran que, a pesar de que el 51% de los españoles dicen escuchar podcast de forma habitual, (Spotify, 2021) su implementación en los sectores educativos no está yendo tan deprisa como se desearía.

Por otra parte, veremos que, con respecto a la introducción de la metodología ABP en los contextos educativos, todavía estamos lejos de que dicha metodología llegue a ser algo significativo en el currículum de las titulaciones.

Los resultados obtenidos en este estudio nos demuestran, por una parte, las preferencias del alumno de trabajar mediante metodologías innovadoras que les permitan participar activamente en la producción de herramientas digitales como es el podcast, y por otro, la necesidad de que la comunidad docente universitaria adquiera los conocimientos necesarios para que la aplicación de este tipo de proyectos se realice de forma adecuada y cumplan con su función de involucrar al alumno en su propio proceso de aprendizaje.

2. Objetivos

2.1. Objetivo principal.

Transferir al alumno las competencias específicas de la asignatura de Historia de la Publicidad mediante la aplicación de la metodología del ABP aplicada a la elaboración de un podcast.

2.2. Objetivos secundarios.

Introducir en la asignatura de Historia de la Publicidad la metodología de aprendizaje inverso.

Contribuir al uso de las nuevas tecnologías y al uso de nuevas experiencias de creación narrativa por parte del alumno a través de la realización de un podcast.

Fomentar en el alumno la autonomía, colaboración, responsabilidad y toma de decisiones, propias de la metodología del Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)

3. Metodología

Para el desarrollo de este trabajo se ha usado una metodología de naturaleza exploratoria, descriptiva y cualitativa. La metodología exploratoria nos ayuda a tener un conocimiento de los fenómenos objeto de estudio como son la metodología de APB y la producción de podcast por parte del alumno universitario. La segunda fase de nuestra

investigación se acerca a la metodología descriptiva al recoger las fases que el propio proyecto que presentamos contiene. Por último, la metodología cuantitativa nos ayuda a la recopilación de datos que nos permita medir el grado de satisfacción del alumno con la metodología empleada para la realización de un podcast en la asignatura de Historia de la Publicidad.

Para la primera fase, de carácter exploratorio, autores como Ausín et al. (2016) creen que al aplicar la metodología ABP para la elaboración de un podcast por parte de los alumnos se logra facilitar el aprendizaje autónomo de los estudiantes, respetando el ritmo de aprendizaje de cada uno y fomentando la participación activa de los alumnos. A la hora de aplicar la metodología de ABP es importante tener en cuenta los diferentes modelos de aplicación que existen. En nuestro caso, utilizaremos el modelo que Kolmos et al. (2015) definen como modelo *Add-on strategy*. García Martín y Pérez Martínez (2017) citan a los mencionados autores y se refieren a este modelo de ABP diciendo que el mismo es aplicable dentro de una asignatura específica y suele ser llevado a cabo por un solo profesor. Además, dicen, que esta actividad suele incluirse dentro de otras actividades curriculares que ya existen. Por último, este modelo tiene la ventaja de no necesitar la adopción de cambios por parte de ningún departamento.

En nuestro caso, el proyecto que proponemos reúne todas las características del modelo *Add-on strategy*, al ser la asignatura de Historia de la Publicidad una asignatura individual, que no pertenece a ningún departamento, que es gestionada por un solo docente y que en la misma se mantienen otras actividades curriculares que complementan la producción del podcast.

Por su parte, el Buck Institute for education¹ (BIE, 2017), referente a nivel mundial en cuanto al Aprendizaje Basado en Proyectos aplicados al mundo docente, ha desarrollado una serie de pasos que todo proyecto basado en dicha metodología debería seguir. Entre los mencionados pasos están 1) Establecer de forma muy clara los objetivos que se desean alcanzar con el proyecto, 2) Trazar el mapa del proyecto 3) Definir un sistema de evaluación y 4) Gestionar el proyecto. En nuestro caso, además de los puntos que acabamos de mencionar, incluiremos una calendarización del proyecto y un número de entregas parciales que, junto con la realización de una hoja de ruta detallada y un sistema de evaluación determinado, conformarán los apartados de gestión del proyecto.

La metodología exploratoria también nos permite acercarnos a la producción de un podcast por parte del alumno universitario, teniendo en cuenta las diferentes fases y elementos que para ello son necesarios. En este sentido, Hartnet (2010), citado por Guerrero et al. (2017), cree que, a parte de los aspectos técnicos, imprescindibles para poder producir una pieza sonora como es el podcast, también son necesario tener en cuenta otros temas como son la calidad en la narración y el dar indicaciones adecuadas para que los alumnos no se desvíen del tema central. Además, Guerrero et al. (2017) recuerdan que el alumno debe tener en cuenta que un podcast debe mantener una estructura con “un inicio, un desenlace y un final que debe ser equilibrado para mantener a la audiencia interesada”. (p.90). A lo anterior se suma la posibilidad de que el podcast sea considerado como una pieza con autonomía propia, con un número concreto de secciones establecidas en el guion, y que sus diferentes secciones establezcan un orden de principio a fin. Por el contrario, puede ocurrir que la elaboración de un podcast sea considerado un capítulo de una serie en el que cada pieza sonora deberá seguir la misma estructura y secciones que las otras piezas que conforman la serie. Por último, Guerrero et al. (2017) mencionan que al elaborar un podcast “la duración debe ser calculada y planteada en el desarrollo del guion, ya que de su control depende que los diferentes momentos de la narración guarden un ritmo adecuado” (p.90).

Tras la fase exploratoria, se emplea, como ya hemos dicho, una metodología descriptiva a través de la cual se recoge: 1) la descripción del proyecto 2) la calendarización 3) el material facilitado al alumno 4) las entregas y 5) el sistema de evaluación. En esta fase se elaboran y describen todos los materiales que formarán parte del proceso de enseñanza.

Para finalizar, se usará una metodología de carácter cuantitativo para la elaboración de un instrumento que permita medir cuatro variables: 1) la satisfacción general del alumno con respecto a la metodología empleada para su aprendizaje 2) la satisfacción general del alumno con respecto al proceso de producción del podcast 3) las dificultades que el alumno ha encontrado a la hora de seguir la metodología propuesta y la producción del podcast y 4) la percepción del alumno del aprendizaje obtenido sobre la materia de Historia de la Publicidad. El instrumento que se usó fue la encuesta formada por 22 preguntas con un tiempo medio de respuesta de 6,28 minutos. La encuesta se aplica a 75 alumnos de los 107 que conforman el universo total.

De las 22 preguntas, 2 preguntas estuvieron relacionadas con la adecuación de la metodología usada para el proyecto para el aprendizaje de la asignatura y con la satisfacción que en general el alumno tenía de haber trabajado a través de la metodología propuesta. Para estas 2 preguntas se usó la escala de Likert del 1 al 6, donde 1 correspondía a que el alumno se sentía nada satisfecho y 6 se sentía completamente satisfecho. Otras 11 preguntas fueron preguntas cerradas y en ellas el alumno debía responder sí o no a cuestiones relacionadas con la adecuación de la información que se les facilitó para la realización del proyecto, como a cuestiones relacionadas con la posibilidad de volver a realizar un proyecto así en años sucesivos y en otras asignaturas.

En 6 preguntas, también cerradas, el alumno podía elegir entre una de las opciones de las 3 respuestas que se le ofrecían. Estas preguntas estaban orientadas a saber qué preferencia tenía el alumno en relación con la metodología docente que se había empleado en la asignatura de Historia de la Publicidad, frente a otras metodologías convencionales.

Por último, el cuestionario recogía 3 preguntas abiertas en las que el alumno podía expresar aspectos relacionados con las dificultades que había encontrado durante la realización del proyecto, qué era lo que más le había gustado del proyecto y qué aspectos cambiaría del mismo.

La validación de la encuesta fue realizada a través de 1) una prueba piloto y un test de comprensibilidad a 10 alumnos del grado de Publicidad que no habían participado en el proyecto 2) Juicio descriptivo y valoración cuantitativa sobre el entendimiento de las preguntas y la adecuación de los ítems elaborados realizada por 3 expertos (2 miembros del departamento de Calidad de la investigación de la Universidad Francisco de Vitoria y un profesor del grado de Publicidad de la misma universidad).

4. Estado de la cuestión

4.1 El Aprendizaje Basado en proyectos dentro del ámbito universitario

Como ya hemos mencionado, tanto el EEES como la Declaración de Bolonia (1999) demandan que el sistema universitario permita el aprendizaje por competencias a través de metodologías que logren situar al alumno en el centro de los procesos de enseñanza y aprendizaje y facilite su papel activo en los procesos de formación. Para ello, serán necesarias la implementación de nuevas metodologías que nos permitan ir acercándonos a lo exigido por Bolonia. El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) es una de esas metodologías que permiten al alumno participar en proyectos como es del que nos ocupamos en este trabajo: la elaboración de un podcast.

Marti et al. (2010) dicen que el ABP es un sistema de aprendizaje a través del cual los alumnos pueden desarrollar sus capacidades de manera activa, a través de la planeación, implementación y evaluación de proyectos que tienen cabida en el mundo real. Estos autores nos dicen que, desde el punto de vista del docente, el ABP permite trabajar más como orientador y guía al margen del proyecto. Además, al alumno, le permite establecer metas concretas y precisas de forma explícita. En lo que respecta al alumno, el ABP logra trabajar en su motivación intrínseca, le invita al trabajo colaborativo, le permite realizar mejoras y rectificaciones mientras aprende y fomenta su responsabilidad.

Además de lo anterior, Maldonado Pérez (2018) considera que el ABP exige la formación de equipos multidisciplinares que permite a los alumnos relacionarse entre ellos independientemente de las culturas, idiomas o conocimiento de que dispongan. Esto contribuye, así mismo, a que el alumno conozca escenarios parecidos a los que se encontrará en su realidad laboral. Para esta autora, el que un ABP prospere y sea fructífero requiere, por parte del docente, de un sistema de instrucciones preestablecido, de la asignación de unos roles para cada estudiante y de unos objetivos que deben estar definidos de forma muy clara desde el principio.

Llegado a este punto, es importante diferenciar entre el Aprendizaje Basado en Proyectos y el Aprendizaje basado en Problemas. Rodríguez-Sandoval et al. (2010), citan a Mettas y Constantinou (2007) para explicar que el Aprendizaje Basado en Problemas, como su propio nombre indica, consiste en plantearle un problema al alumno para que este pueda, o bien solucionarlo, o bien aportar una solución parcial al mismo. Por su parte, Araz y Sungur (2007) añaden que, en ocasiones, dicho problema puede ser presentado al alumno de forma intencionalmente mal estructurada y pueden o no estar basados en problemas reales.

Por su parte, en el Aprendizaje basado en Proyectos, los alumnos tienen como propósito el crear un producto final y para ello, en colaboración con el docente "crean un plan para la gestión del proyecto" (Rodríguez-Sandoval, et al., 2010. p.16). Dentro de este marco, los alumnos analizan datos que les son facilitados, comunican sus propias ideas a otros alumnos y llegan a conclusiones (Blumenfeld, et al., 1991). La línea que diferencia ambas metodologías no está siempre clara debido a que en ocasiones se usan a la vez y cumplen papeles complementarios (Mettas y Constantinou, 2007), sin embargo, otros autores (Watson, 2002) piensan que el Aprendizaje Basado en Problemas es un subtipo de los Aprendizajes Basados en Proyecto. En cualquier caso, el Aprendizaje Basado en Proyectos que es en el que se centra este trabajo, requiere, por parte del docente, dar acceso a la información que necesitará el estudiante para el proyecto y dar las instrucciones necesarias para que el alumno maneje de forma apropiada las diferentes tareas y se pueda verificar, en diferentes tiempos, que el alumno está cumpliendo, tanto de manera grupal, como de forma individual, con sus diferentes responsabilidades. También requiere de un ambiente conductivo para garantizar que el proyecto se realiza de una forma eficaz y ordenada (Blumenfeld et al., 1991). En relación también al tipo de ambiente que el docente debe saber implementar en el aula para el buen funcionamiento de estas metodologías y proyectos está el ser capaz de generar un clima de confianza. En este sentido, Núñez del Río y Abad (2014) realizan un estudio en el que concluyen que las características propias de un docente que sabe crear las condiciones óptimas para el aprendizaje son, por un lado, la claridad en la exposición de las tareas que el alumno debe realizar, la valoración del esfuerzo realizado por el alumno no solo en función de sus resultados, sino en función de las dificultades que cada uno de ellos debe superar. También será necesario que

el docente muestre su propia motivación y entusiasmo por el proyecto a los alumnos, creando para ello, espacios de conversación informales en los que el profesor pueda expresar de forma explícita la ilusión que le genera poder trabajar con metodologías innovadoras. Por último, estos autores destacan la necesidad de fomentar “el desarrollo de expectativas positivas hacia las conductas de los alumnos a partir de sus diferencias individuales, la práctica de una actitud cuidadosa hacia el trabajo de cada alumno y la facilitación de feedback constructivo a los alumnos” (p.259).

Destacamos en este apartado, las dificultades que la elaboración y ejecución de un ABP presenta a los estudiantes. Entre las mismas se encuentra el esfuerzo extra que esto les supone en cuanto a la asunción de una mayor responsabilidad y autonomía por su parte. Los autores también destacan la diferencia que existe entre que un alumno universitario de primer curso se enfrente a un trabajo de ABP y que lo haga un alumno de cuarto curso, mostrándose estos segundos mucho más experimentados y predispuestos a asumir las responsabilidades y a trabajar de una forma mucho más autónoma que los alumnos del primer curso. (García Martín y Pérez Martínez, 2017)

Con respecto a las dificultades encontradas por parte de los profesores a la hora de usar la metodología ABP en sus clases, está el tiempo y esfuerzo extra que para ellos supone el diseño de un trabajo así gestionado y, además, muchas veces, tampoco encuentran la motivación necesaria para hacerlo ni se sienten con la formación que este tipo de metodologías requiere. Sobre este último aspecto, es importante tener en cuenta que la gestión de un ABP exige, por parte del docente, unos conocimientos concretos sobre los fundamentos que se deben seguir y los principios pedagógicos que deben ser tenidos en cuenta para que el ABP consiga los objetivos que persiga. (García Martín y Pérez Martínez, 2017).

4.2. El Podcast en el entorno educativo

El podcast es una herramienta de trabajo que los docentes pueden desarrollar a través de metodologías como la que nos ocupa: ABP.

Sánchez Vera y Solano Fernández (2010) recogen que las primeras grabaciones de podcast dentro del contexto educativo tuvieron lugar en el año 2004 coincidiendo con el año de lanzamiento de “Apple de su iTunes 4.9, un programa capaz de reproducir organizar y comprar música” y desde el cual “se podían descargar la más amplia variedad de los mismos” (p.126). Por su parte, Cárdenas Parra y Ramírez Valencia, (2020) creen que tras un periodo en el que el podcast se entendió como algo vinculado a los espacios radiofónicos, con el paso del tiempo “se le ha dado una utilidad pedagógica” al comprobar que su elaboración y el uso en general de los mismos es aceptado de forma sencilla en los entornos educativos (p. 146)

Además, autores como Sierra (2006) se han hecho eco de la necesidad de incorporar nuevas herramientas de aprendizaje, como sería el podcast, para paliar el salto generacional que se estaba dando entre la forma de aprender que tienen hoy en día los alumnos y los instrumentos de enseñanza con los que el profesor trata de impartir los contenidos de sus signaturas. Ante este contexto, era necesario que los docentes integraran en su docencia herramientas digitales que permitieran al alumno incorporar el uso de tecnología en sus procesos de aprendizaje. Esto repercutiría en una mejora de la capacidad de síntesis, de la capacidad de desarrollar la metacognición y ayudaría a despertar la curiosidad de los alumnos, aspecto, este último, indispensable para que se produzca el aprendizaje. (Maag, 2007).

Algunos autores destacan que “la actividad de aprender es esencialmente una conversación que tiene lugar entre alumnos y otros miembros de la comunidad” (Solano Fernández y Amat Muñoz, 2008. p 2). Si, además, este proceso se produce en la red, el mismo se convierte en una oportunidad de intercambio de recursos verbales, sonoros y audiovisuales, dando lugar a la producción de un aprendizaje multimedia (Downes, 2007). Creemos que el podcast educativo puede contribuir a todo lo anterior.

El podcast educativo ha sido definido como una herramienta didáctica que se basa en la creación, a partir de un proceso de planificación didáctica determinada de un archivo de audio (Solano Fernández y Amat Muñoz, 2008). Dos años más tarde, Sánchez Vera y Solano Fernández (2010) añaden a esta definición que dicho podcast podría ser “elaborado por un docente, por un alumno, por una empresa o institución” (p.128). En cualquier caso, parece obvia la necesidad de que para la ejecución de un podcast por parte del alumnado, se hace imprescindible el acompañamiento de una metodología de enseñanza y aprendizaje que facilite el proceso de producción del mismo.

Precisamente, Solano Fernández y Amat Muñoz (2008) fueron pioneras en establecer las pautas que se debían seguir para el diseño de actividades de enseñanza y aprendizaje a través del podcast. Sin embargo, sus aportaciones estuvieron enfocadas únicamente a la realización de actividades con podcast por parte del profesor, estableciendo las pautas para la elaboración de proyectos docentes a través del uso de esta tecnología que aplicaba a la elaboración del “Libro audio”, “grabaciones de clases magistrales” o “grabaciones de sesiones prácticas”. Tan solo una de las actividades que estas autoras proponen, como diseño de actividades educativas a través del podcast, incluía a los alumnos como protagonistas y ejecutores de una actividad que diese como resultado la

grabación de un podcast. Estas autoras hablaban de la participación activa del alumno en podcast denominados “entrevistas informales” (p.8).

Sánchez Vera y Solano Fernández (2010) documentan el salto que el uso del podcast realiza en el ámbito educativo cuando este comienza a ser tenido en cuenta, no solo como un proyecto para la elaboración de podcast por parte de la comunidad docente, sino como un proceso de aprendizaje en el que el alumno universitario es capaz de crear sus propios podcast. Para ello, estas autoras destacan el caso de los alumnos de comunicación de la Universidad de Málaga a los cuales se les facilitó, a través de un blog, “las pautas para elaborar un podcast” (p.129).

Estas autoras hacen un recorrido por las experiencias que diferentes universidades de todo el mundo han ido desarrollando al incorporar el podcast como parte de sus procesos de enseñanza y aprendizaje. De esta forma, destacan los proyectos desarrollados a partir del año 2004 por el College Jogakuin en Osaka (Japón), la Universidad Duke en Estados Unidos, la Universidad Western Australia o La Universidad de Cambridge (Sánchez Vera y Solano Fernández, 2010.p.129)

4.3. El podcast en el ámbito universitario mediante la aplicación de la metodología ABP

Al igual que el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) fomenta el uso de nuevas metodologías de enseñanza y aprendizaje como ya hemos visto a través de los ABP, también se demandan el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación por parte del alumnado universitario con el fin de que sean capaces de adquirir competencias en dichos ámbitos de conocimiento. (Esteve, 2009). El podcast se presenta así como una herramienta que, elaborada a través de la metodología ya mencionada ofrece al estudiante la adquisición de dichas competencias.

Son ya varias las publicaciones científicas (García Peinazo, 2019; Moura y Carvalho, 2006; Solano Fernández y Sánchez Vera, 2010) que avalan la adecuación del podcast como herramienta para la enseñanza y el aprendizaje en el ámbito universitario (García-Hernández et al., 2022). Además, parece estar demostrado que el uso de las nuevas tecnologías como recurso docente puede aportar grandes beneficios a los estudiantes entre los que destaca el poder pedagógico que tienen las mismas (Yip, 2002). Además de estos beneficios, Vera y Fernández (2013) resaltan la creciente motivación por parte de los alumnos, la facilidad de almacenar contenidos y poder recurrir a ellos de una forma rápida y fácil, el ejercicio de habilidades técnicas o el desarrollo de habilidades como la expresión gráfica, audiovisual, etc. Por su parte, Santos et al. (2009) creen que, entre los beneficios que los adecuados usos de las tecnologías en el aula universitaria pueden ofrecernos están la flexibilidad de la exigencia presencial de la enseñanza universitaria, el aumento de la productividad tanto por parte de los alumnos como de los profesores y el aumento respecto a la facilidad de medición y seguimiento del trabajo por parte del profesor. Con todo este listado de beneficios es natural que la industria del podcast también haya sabido encontrar su sitio en el ámbito educativo universitario, siendo el mismo considerado hoy en día, como una herramienta que, además de “facilitar la docencia y el aprendizaje”, forma parte de los instrumentos que el alumno universitario puede elaborar a través de lo que se considera la aplicación de “metodologías activas o modelos de clase inversa” (Cea y De Vicente, 2020.p 35).

En este sentido, la elaboración de herramientas como el podcast por parte de los alumnos universitarios mediante la ayuda de metodologías como el ABP, pide paso para acompañar a otras herramientas y metodologías de aprendizaje más convencionales como pueden ser la realización de exámenes escritos, la clase magistral o los seminarios teóricos. Así, muchos estudiantes han comenzado a trabajar en sus asignaturas a través de proyectos de innovación docente que usan el ABP para la elaboración de podcast por parte de los estudiantes. Esto permite al alumno participar en proyectos individuales o grupales que se convierten en procesos de aprendizaje creativo. (Olmedo Salar et al., 2022). De esta forma, como ahora explicaremos, logramos, tal y como demanda el EEES a las universidades, “potenciar el papel activo del estudiante” (Esteve, 2009. p.58).

4. Descripción general del proyecto y proceso de aplicación del ABP

La enseñanza de la asignatura de Historia de la Publicidad puede resultar tediosa para muchos alumnos que muestran resistencia hacia el aprendizaje de contenidos puramente teóricos. Además, muchos de los estudiantes pueden llegar a ver la Historia de la Publicidad como algo lejano que escapa a sus intereses. Sin embargo, creemos que dicha asignatura es importante para el curriculum académico de los estudiantes del grado de Publicidad.

En este trabajo mostramos los resultados obtenidos en un proyecto de innovación docente realizado en el grado de Publicidad de la Universidad Francisco de Vitoria durante los cursos 2020-2021 y 2021-2022. Dicho proyecto, que lleva el título de “Retomando el poder de la voz: el Podcast y la Historia de la Publicidad” ha consistido en la incorporación del Aprendizaje Basado en Proyectos para la realización, por parte de los alumnos, de un podcast que les permitiese adquirir las competencias exigidas por la asignatura de Historia de la Publicidad. Asignatura que los alumnos cursan durante el primer año del grado de Publicidad. El número de alumnos que participó en el proyecto fue, en total, de 107. Siendo el número de alumnos de 54 el primer año y de 53 el segundo año.

Los alumnos han trabajado en grupos de mínimo 5 alumnos y máximos 7 alumnos. El primer año se trabajó con 6 equipos de 7 miembros y 2 equipos de 6 personas. El segundo año se trabajó con 6 equipos de 7 miembros, 1 equipo de 6 miembros y 1 equipo de 5 personas.

Cada equipo abordó la producción y realización de un podcast a partir de unas secciones que debían elaborar: 1) resumen de un periodo concreto de la Historia de la Publicidad, 2) desarrollo de la historia de una marca publicitaria, 3) biografía de una figura representativa de la industria publicitaria actual. A partir de estos contenidos, cada grupo podría elaborar su guion para la elaboración del podcast con libertad y autonomía siempre que cumplieran con el criterio de mantener una estructura lógica en la narración con un principio, un desarrollo y un final y que en el guion se reflejara con claridad cada una de las secciones solicitadas.

La duración de las piezas de audio debían ser de 7 minutos como máximo y de 6 minutos como mínimo.

Además, el proyecto debía ir acompañado de una memoria escrita cuyos contenidos serán recogidos de forma detallada más adelante.

4.1. Preguntas para la investigación

El punto de partida para este proyecto fue el cuestionamiento que el propio alumno de la asignatura de Historia de la Publicidad suele hacerse cada año sobre la idoneidad o no que tiene cursar la asignatura de Historia de la Publicidad en el curriculum académico del grado en Publicidad. Dicho cuestionamiento viene realizándose año tras año entre los alumnos de primer grado. Para la medición exacta sobre la falta de motivación que el alumno suele exponer al comienzo de esta asignatura el proyecto que ahora presentamos comienza en la primera sesión de clase aplicándole al alumno una encuesta informal formada por tres preguntas a las que deben responder a través del programa de gamificación Kahoot². Los alumnos están obligados a contestar haciéndolo de forma completamente anónima. Dichas preguntas se lanzan a la vez y son las siguientes: 1) ¿Quiénes de vosotros sí siente motivación ante el estudio de una asignatura que lleva por título Historia de la Publicidad?, 2) ¿Quiénes de vosotros se siente medianamente motivado para el estudio de esta asignatura? y 3) ¿Quiénes de vosotros no siente ninguna motivación ante la misma?. De los 107 alumnos que participan de este proyecto, 20 dicen sí sentirse motivados, 32 dicen estar medianamente motivados y 55 alumnos contestan que no están motivados para estudiar la mencionada asignatura. Ante la obviedad de los datos, se le explica al alumno el proyecto de ABP como metodología a través de la cual se cursará la asignatura y el podcast que deberán realizar y entregar al finalizar la misma.

Antes de presentarle al alumno las preguntas de investigación, se le presentan dos hipótesis de partida: 1) Conocer la historia de la Publicidad es fundamental para comprender el fundamento del grado que estudian. 2) Aprender Historia de la Publicidad puede resultar motivador, ameno y divertido, si se usan herramientas adecuadas para ello como es la elaboración de un podcast.

Una vez establecidas las hipótesis de partida, se les muestran las preguntas propias de un ABP que, en nuestro caso, tienen como finalidad ayudar a los alumnos a comprobar y descubrir por ellos mismos si las hipótesis de partida son ciertas. Dichas preguntas son: 1) ¿Por qué la Historia de la Publicidad suele ser considerada por los alumnos una asignatura inútil que no tiene sentido estudiar en el grado de Publicidad? 2) ¿Es cierto que estudiar historia de la Publicidad no tiene sentido debido a la rápida transformación que se da en la industria de la Publicidad y la obsolescencia de los contenidos de la asignatura? 3) ¿Cómo creéis que puede ayudaros los contenidos de la asignatura de Historia de la Publicidad a comprender mejor lo que actualmente pasa en esta industria? 4) ¿Por qué creéis que nace la Publicidad? 5) ¿Qué productos y servicios se anunciaban en cada época y qué técnicas de publicidad eran usadas para ello? 6) ¿Qué pensarán los actuales profesionales del sector sobre la Historia de la Publicidad? 7) ¿Crees que podrías responder a estas preguntas usando el pensamiento crítico y dándote la oportunidad de aprender algo que en principio no te motiva demasiado si para ello se utilizan herramientas tecnológicas que hagan más ameno tu aprendizaje?

Para que puedan ir respondiendo por sí mismos a las preguntas planteadas y comprobar si las hipótesis de partida se cumplen, se les pide establecen 3 temas de investigación que deberán terminar plasmando en la realización de un podcast y en una memoria escrita. Los tres aspectos sobre los que deben investigar son: 1) un periodo de la historia de la Publicidad concreto, 2) una marca o un producto o servicio que existiese o se publicitase en el periodo de la historia de la publicidad sobre el que trabajan y 3) un testimonio verídico sobre lo que una figura representativa y actual de la industria de la Publicidad piensan sobre la importancia de la Historia de la Publicidad en general y sobre el periodo de la historia de la Publicidad sobre el que les haya tocado investigar.

4.2. Calendarización del proyecto

El proyecto se llevó a cabo durante el segundo cuatrimestre académico del año 2020-2021 y el segundo cuatrimestre del año 2021-2022

En total los alumnos disponen de 30 horas de trabajo presencial en el aula (15 sesiones) y 45 horas de trabajo autónomo.

² Kahoot es una aplicación online orientada a la educación social y a la gamificación en el aula.

Las 15 sesiones de aula fueron distribuidas de la siguiente manera:

Tabla 1 :Desarrollo del ABP y realización del podcast a través de la planificación docente

Primera sesión: presentación de la asignatura y presentación del proyecto I	
Descripción	<p>Presentación e introducción de la asignatura.</p> <p>Encuesta a través de Kahoo.</p> <p>Presentación de concepto de ABP</p> <p>Presentación de la herramienta Podcast y memoria escrita como entregas finales.</p> <p>Presentación de las hipótesis de partida.</p> <p>Presentación de las preguntas de investigación.</p> <p>Presentación del material docente facilitado a través del Aula virtual: hoja de ruta, bibliografía, presentaciones académicas con contenidos teóricos, indicaciones técnicas y formales para la realización del podcast.</p> <p>Presentación del cronograma de entregas.</p> <p>Presentación del sistema de evaluación de la asignatura.</p>
Segunda sesión: presentación del proyecto II	
Descripción	<p>Los alumnos resuelven las dudas que les haya podido generar la información que se les ha dado durante la primera sesión.</p> <p>Organización de grupos por sorteo.</p> <p>Sorteo del periodo de la Historia de la Publicidad sobre el que trabajarán.</p> <p>Cada grupo, elige una marca o un producto o servicio que existiese o se publicitase en el periodo de la historia de la publicidad sobre el que trabajan.</p> <p>Cada grupo elige a un profesional al que deberán entrevistar para saber qué opinión tiene sobre la Historia de la Publicidad.</p> <p>Explicación de los requerimientos académicos y técnicos para producir la pieza de audio. Dado que el proyecto fue realizado en época de pandemia, en función de cómo evolucionasen las condiciones sanitarias, nos planteamos 3 escenarios posibles: 1) que los alumnos puedan entregar su proyecto de audio en un audio grabado con el móvil, 2) que los alumnos utilicen algunas de las herramientas gratuitas que existen en el mercado para la realización profesional de podcast (Adobe Audition Audacity PodBean, Easypodcast, SoundCloud), 3) que el alumno pueda disponer de los estudios de radio de la universidad para la grabación del proyecto.</p> <p>Explicación de los diferentes roles académicos y técnicos que cada miembro del equipo debe asumir durante el proyecto.</p>
Tercera sesión: repaso de la hoja de ruta del proyecto y definición de equipos.	
Descripción	<p>Sesión destinada por entero a la resolución de dudas: se recogen las dificultades que los alumnos creen que se van a encontrar al trabajar a través de la metodología de ABP y dificultades que tendrán a la hora de realizar el podcast</p>
Cuarta, quinta, sexta, séptima y octava sesión: clase expositiva para la entrega de materiales teóricos sobre la Historia de la Publicidad y trabajo en equipo	
Descripción	<p>Durante la primera parte de estas sesiones la docente la dedicará a exponer los aspectos más importantes referentes a cada época histórica de la Publicidad, aunque los alumnos saben que, siguiendo los principios de la metodología invertida que supone el trabajo mediante el ABP, ellos tienen la responsabilidad de consultar este material de forma autónoma y por su cuenta.</p> <p>La segunda parte de estas 5 sesiones están destinadas al trabajo por equipos. Disponiendo la clase para ello y asistiendo la docente a aquellos equipos que necesiten resolver dudas.</p>
Novena, décima y undécima sesión; resolución de dudas.	
Descripción	<p>Presentaciones orales por equipos de la primera entrega cuyo material se detalla en Tabla 4</p> <p>Reflexión conjunta sobre el avance en las preguntas de investigación</p>
Duodécima sesión. Evaluación	

Examen tipo test sobre los contenidos teóricos de la asignatura

Descripción

Decimotercera, decimocuarta, decimoquinta sesión: presentaciones orales

Descripción

Cada equipo tendrá 30 minutos para la defensa de su trabajo. En dicha defensa deben participar todos los miembros del equipo. Deben elaborar un Power Point para la presentación de los contenidos de la memoria. Además, deben exponer el resultado final de su podcast para que todos los compañeros puedan escucharlo. Por último, en dicha presentación, deben hacer una reflexión sobre las hipótesis de partida, así como deben también responder, de forma conjunta y previo consenso por el equipo, a las preguntas de investigación.

Realización de cuestionario.

Fuente: Elaboración propia

4.3. Material facilitado al alumno.

Entendemos que, para la correcta ejecución por parte del alumno del podcast, así como para el correcto entendimiento de la metodología de ABP se requiere que el alumno tenga a su disposición, a través del aula virtual de la asignatura, la hoja de ruta que le permitirá saber qué pasos debe dar en cada momento, con qué recursos cuenta y cuál debe ser el rol que debe asumir de forma individual y como parte del equipo al que pertenece.

Consideramos que este documento es decisivo para que el alumno pueda enfrentarse a la realización del proyecto con seguridad. Además, será el documento base que los equipos de trabajo deberán compartir. La hoja de ruta también les permite adquirir autonomía y no depender del docente durante la realización del trabajo. Dada la importancia que tiene este documento, recogemos a continuación los epígrafes principales del mismo.

Tabla 2: Epígrafes principales de la *Hoja de ruta* facilitada al alumno

Descripción general del proyecto
Descripción de los puntos clave del ABP
Hipotesis de partida
Preguntas de investigación
Principios colaborativos y de autonomía
Estructura del Podcast
Estructura de la memoria escrita
Descripción de los roles técnicos y académicos

Fuente: elaboración propia

Además de la hoja de ruta, el alumno dispone, en el aula virtual, del siguiente material

Tabla 3: Listado de material de consulta subido al aula virtual

Presentaciones teóricas sobre cada periodo de la Historia de la Publicidad
Modelo de acta que deberán rellenar y subir al aula virtual por cada reunión de trabajo
Listado de bibliografía y fuentes que deben consultar
Cronograma de entregas parciales y entrega final
Archivos de audios con Jingles entre los que deben elegir como sintonía del podcast

Fuente: Elaboración propia

4.4. Entregas.

Para el correcto seguimiento del trabajo del alumno, además de las tutorías por equipos que se van teniendo con el docente, el alumno deberá hacer un total de 3 entregas a lo largo del desarrollo de la asignatura. Dichas entregas nos permiten constatar la evolución de su trabajo. Las entregas no son evaluadas como tal, pero sí son tenidas en cuenta en la rúbrica del trabajo. La evaluación, en este sentido, consiste en la obligatoriedad que el equipo tienes de subir al aula virtual las 3 entregas. Además, el material de la entrega número 1 y la 3 deberán ser presentadas en clase.

Describimos, a continuación, el contenido que el equipo deberá desarrollar para cada una de las entregas:

Tabla 4: Entregas parciales del proyecto

Primera entrega
El alumno responsable de esta tarea deberá entregar una ficha/documento en Canvas cumplimentando los siguientes aspectos sobre el proyecto: miembros del equipo, roles asignados a cada miembro, periodo de la Historia de la Publicidad sobre el que trabaja, Creativo sobre el que trabajará, historia de la marca que estudiará, bibliografía que se usará, índice detallado de la memoria, descripción del proceso de trabajo, tecnología que se empleará, posibles dificultades que creen tendrán para la elaboración del proyecto
Segunda entrega:
Cada alumno del equipo deberá subir al aula virtual un PDF con la parte de contenidos teóricos que ha desarrollado para el podcast y para la memoria.
Tercera entrega:
El equipo subirá a Canvas el podcast definitivo que haya producido y la memoria final del proyecto

Fuente: Elaboración propia

4.5. Sistema de evaluación

La elaboración del proyecto supone un 60% de la nota final de la asignatura y todos los miembros del equipo recibirán la misma nota. Dicho porcentaje se divide a su vez en tres ítems:

20% calidad de la pieza sonora realizada

20% memoria escrita

20% presentación final del proyecto en clase

A continuación, recogemos la rúbrica para cada uno de los ítems establecidos:

Tabla 5: Rúbrica para la evaluación del proyecto

Item evaluable	Valor porcentual
1. Evaluación de la pieza sonora	
Entregas calendarizadas	5%
Uso de fuentes adecuadas	5%
Estructura de los contenidos del podcast	5%
Resolución de conflictos durante la realización del proyecto	5%
Valor total de la nota final	20%
2. Evaluación de la memoria escrita	
Entregas calendarizadas	5%
Uso de fuentes adecuadas	5%
Estructura de los contenidos de la memoria	5%
Resolución de conflictos durante la realización del proyecto	5%
Valor total sobre la nota final	20%
3. Presentación y defensa oral del proyecto	
Reflexiones sobre las hipótesis y preguntas de investigación	10%
Resoluciones alcanzadas y consensuadas por el equipo ante las preguntas de investigación	10%
Valor total sobre la nota final	20%
Total valor del proyecto	60%

Fuente: Elaboración propia

6. Resultados

En el cuestionario de satisfacción realizado a los alumnos tras la realización del proyecto se estableció en función de 3 variables: 1) Percepción del alumno sobre el aprendizaje adquirido en la materia de Historia de la Publicidad 2) Satisfacción general del estudiante ante la metodología de enseñanza-aprendizaje empleada en la asignatura

de Historia de la Publicidad 3) Adecuación del material facilitado para la ejecución del proyecto 4) Principales dificultades que habían tenido durante la realización del proyecto.

Con respecto a la primera variable: 1) Percepción del alumno sobre el aprendizaje adquirido en la materia de Historia de la Publicidad, el 95,9% de los alumnos contestaron que sí que habían aprendido Historia de la Publicidad, frente al 4,1% que decían no haber aprendido. El 87,8% de los alumnos creían que su aprendizaje sobre la materia de Historia de la Publicidad se había visto reforzado gracias a la metodología de trabajo empleada, mientras que el 12,2% no creían que esto hubiera sido así. El 72,9% de los alumnos dijeron preferir esta metodología de aprendizaje, frente al 26,1% que preferían metodologías más tradicionales como la clase magistral o los seminarios teóricos.

Los resultados para la segunda variable: 2) Satisfacción general del estudiante ante la metodología de enseñanza-aprendizaje empleada en la asignatura de Historia de la Publicidad, decían que el 90,5% de los estudiantes pensaban que era adecuado mantener esta metodología de aprendizaje en la asignatura, frente al 9,5% que dijeron que no. Ante la pregunta de si les gustaría cursar más asignaturas a través de la misma metodología, el 83,8% respondió que sí, frente al 16,2% que dijo que no. Ante la pregunta que les permitía elegir entre el 1 y el 6 para hablar de la satisfacción general del proyecto, siendo 1 nada satisfecho y 6 totalmente satisfecho, los resultados fueron los siguientes: el 32,4% valoraron su satisfacción con un 6, el 36,5% la valoró con un 5, el 18,9% la valoró con un 4, el 9,4% la valoró con un 3, el 2,7% la valoró con un 2 y ningún alumno valoró su grado de satisfacción con un 1. Por último, al preguntarle a los alumnos si se habían divertido realizando este proyecto, el 86,5% de los alumnos contestaron que sí se habían divertido y el 13,5% restante contestó que no.

Respecto a la tercera variable: 3) Adecuación del material facilitado para la ejecución del proyecto, el 85% de los alumnos creía que el material que se les había facilitado para la realización del proyecto era suficiente y adecuada, frente al 15% que no lo consideraba así. Respecto al material teórico que se les facilitó, el 88% de los alumnos consideran que era suficiente y adecuado, frente al 12% que pensaban que no lo había sido. En cuanto a si pensaba que la universidad disponía de los medios técnicos suficientes para la realización de la parte técnica del podcast, el 98% contestó que sí, frente al 2% que contestó que no.

Por último, al responder a las preguntas de la cuarta variable: 4) Principales dificultades que habían tenido durante la realización del proyecto, el 39,19% de los alumnos contestaron que su mayor dificultad había estado en la capacidad de síntesis que requería cada apartado del podcast y la adecuada organización del material que iban elaborando, el 35,14% dijo que su mayor dificultad había sido tener claro todo el proceso y el 25,68% restando respondió que lo que más le había costado había sido trabajar en equipo. Respecto a su valoración general sobre la dificultad de trabajar con la metodología propuesta, los alumnos, ante una escala del 1 al 6 donde 1 era nada difícil y el 6 era muy difícil el 5,4% marcó un 6, el 21,6% marcó un 5, el 25% marcó el 4, el 32,4% marcó el 3, el 9,4% marcó el 2 y el 5,4% marcó el 1.

7. Análisis y discusión

Los resultados obtenidos durante la aplicación del presente proyecto a los alumnos de la asignatura de Historia de la Publicidad de la Universidad Francisco de Vitoria durante los años 2020-2021 y 2021-2022, nos permiten comprobar, de acuerdo con otros autores, (Martí et al., 2010; Maldonado Pérez, 2018; Ausín et al. 2016) que al aplicar la metodología ABP para la elaboración de un podcast por parte de los alumnos se logra facilitar el aprendizaje autónomo de los estudiantes, respetando el ritmo de aprendizaje de cada uno y fomentando su participación activa en el mismo. Si bien lo anterior es cierto y puede observarse en general y en la mayoría de los alumnos, también se ha podido comprobar las dificultades que otros autores recogen respecto a la aplicación de este tipo de metodologías y proyectos. En este sentido, tal y como se expone en nuestro marco teórico, algunos alumnos manifestaron la sensación de tener que realizar un trabajo extra, respecto a otras metodologías y a otros trabajos a los que están habituados. En este sentido, a través de los procesos de tutorización y de reuniones del docente con cada equipo de trabajo, se observa cierta frustración por dicho aumento de trabajo expresando. También se observa la presión que algunos alumnos sentían al tener que asumir responsabilidades dentro de un equipo de trabajo y tener que mostrarse autónomos a la hora de recabar información, decidir qué información es importante y cual no, o tener que decidir, por ejemplo, qué método de trabajo siguen para la grabación del podcast. En este sentido, creemos necesario reforzar desde el principio la información que el alumno recibe respecto al fundamento de la metodología bajo la que está trabajando y explicarle el porqué y el para qué de la misma. Se observa que esto último, alivia parte de la tensión que los alumnos muestran ante un cambio en su forma de aprender y de recibir los contenidos de una materia. Lo anterior también le permite atreverse a establecer metas concretas y precisas de forma explícita, le facilita el trabajar en su motivación intrínseca, le invita al trabajo colaborativo y le permite realizar mejoras y rectificaciones mientras aprende y fomenta su responsabilidad.

Respecto a al papel que debe desempeñar un docente ante un proyecto de ABP estamos de acuerdo con autores como García Martín y Pérez Martínez (2017) cuando dicen que la labor que debe asumir el profesor ante este tipo de metodologías y de proyectos debe estar orientado a trabajar más como orientador y guía del trabajo que elaboran los alumnos y debe saber mantenerse, en muchas ocasiones, al margen del mismo, permitiendo que

el alumno se equivoque y rectifique sin que se sienta juzgado ni por el docente ni por el resto de los compañeros. En este sentido, nuestra experiencia nos dice que, si bien la teoría es fácil de entender, la dificultad estriba en saber dónde está la línea que el docente debe respetar para saber en qué momento del proyecto es necesaria su intervención y en qué momento debe mantenerse al margen, aunque ello suponga la frustración y desmotivación transitoria de algunos alumnos que esperan sentirse más acompañados o poder resolver todas sus dudas a través de la ayuda del profesor. En este mismo sentido, creemos que es imprescindible que el docente trabaje y se esfuerce desde el principio en crear un clima de trabajo basado en la confianza, en el que el alumno se sienta cómodo y respetado en sus decisiones, tanto en las que debe tomar a nivel individual, como las que debe tomar en equipo. Este ambiente de confianza

También con relación al docente que trabaja en este tipo de proyectos y mediante este tipo de metodologías se corrobora lo que García Martín y Pérez Martínez (2017) dicen respecto al trabajo extra que también para el docente supone la preparación previa del material de trabajo que se le entregará al alumno y sobre todo el trabajo extra que supone poder planificar con eficacia los diferentes elementos que deben tenerse en cuenta para que la metodología y el proyecto sean realmente eficaces en cuanto a los objetivos que se persiguen que deben estar centrados en lograr que el alumno adquiera las competencias propias de la asignatura y que además adquiera las habilidades propias por las cuales se aplican este tipo de metodologías. Para lograr lo anterior, nos mostramos de acuerdo con los autores anteriormente mencionados cuando dicen que hace falta más formación por parte del profesorado a la hora de usar las metodologías de ABP, siendo necesaria una formación específica sobre los fundamentos de la misma, las herramientas de planificación que existen, los proyectos más adecuados para la aplicación de la misma, el seguimiento de alumnos y de equipos, la correcta evaluación y la elaboración del material necesaria para el alumno.

Coincidimos también con Núñez del Río y Abad (2014) cuando destacan la necesidad de crear un clima adecuado de trabajo para que este tipo de metodologías y de proyectos se realicen de forma adecuada. Así, creemos imprescindible que exista una motivación y una ilusión real por parte del docente y que exista un feedback constante sobre la conducta de los estudiantes, reconociendo la valía de las diferencias individuales. En nuestro caso y dado que el proyecto se realiza en un aula de primer curso, donde los alumnos aún no se conocen bien entre ellos, creemos también imprescindible fomentar el que los alumnos participen de forma oral en el aula expresando sus miedos y dificultades ante la propuesta metodológica y que esto sea entendido como una fortaleza y no como una debilidad.

Por último, volvemos a estar de acuerdo con Núñez del Río y Abad (2014) y creemos que también es necesario que el docente muestre su propia motivación y entusiasmo por el proyecto a los alumnos, crenado para ello, espacios de conversación informales en los que el profesor pueda expresar de forma explícita la ilusión que le genera poder trabajar con metodologías innovadoras. Por último, estos autores destacan la necesidad de fomentar "el desarrollo de expectativas positivas hacia las conductas de los alumnos a partir de sus diferencias individuales, la práctica de una actitud cuidadosa hacia el trabajo de cada alumno y la facilitación de feedback constructivo a los alumnos.

Con respecto a los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los alumnos tras la realización del proyecto nos permiten confirmar que su grado de satisfacción general es alto y además creen haber aprendido lo suficiente sobre la materia en la que se trabajaba. Otro aspecto que nos parece muy importante tener en cuenta es el gran porcentaje de alumnos que dicen haberse divertido con la realización de este proyecto, ya que, como hemos visto, esto indica un elevado grado de motivación que resulta imprescindible para que el alumno aprenda. Además, otro de los indicadores que nos permite confirmar la idoneidad de llevar al aula universitaria este tipo de proyectos es el que un gran porcentaje de alumnos estaría dispuesto a cursar más asignaturas a través de la metodología utilizada en nuestro caso. Destacamos también en este sentido el hecho de que gran parte de los alumnos recomendaría continuar con esta metodología en la asignatura de Historia de la Publicidad, siendo esta, con frecuencia, una asignatura que al alumno le cuesta cursar por tener que enfrentarse a la memorización constante de contenidos teóricos propios de las asignaturas de Historia en general.

Sin embargo, vemos que, así como los alumnos creen que se les ha facilitado el material suficiente para que pudieran realizar el proyecto sin dificultades, sí que se confirma lo que veíamos en nuestro estado de la cuestión al hablar de las dificultades que los alumnos universitarios de primer grado suelen mostrar con respecto a su capacidad de organización y autonomía para afrontar proyectos de innovación docente a los que aún parecen que no terminan de estar acostumbrados. En este sentido, destaca también el hecho de que exista un porcentaje relevante de alumnos a los que les cuesta trabajar en equipo, confirmándose así que esta competencia no ha sido trabajada lo suficiente a lo largo de sus etapas educativas anteriores y siendo esta, sin embargo, una de las competencias que más deberán desarrollar a lo largo de su vida profesional.

8. Conclusiones

Creemos que la relevancia de este proyecto consiste en la propuesta que hacemos al alumno para pasar de una metodología clásica a la hora de impartir una asignatura teórica, como es la Historia de la Publicidad, a

una metodología de aprendizaje en la que el alumno ha sido el principal protagonista. De esta forma, logramos reforzar las metodologías clásicas, como son las clases magistrales, propias de asignaturas teóricas, con otras metodologías inversas en las que el alumno se convierte en miembro activo de su propio aprendizaje.

Respecto al objetivo principal que se perseguía en este trabajo que recordamos consistía en Introducir al alumno de la asignatura de Historia de la Publicidad en una experiencia de trabajo mediante la aplicación de la metodología del ABP y en una experiencia de creación narrativa a través de la realización de podcast como herramienta para el aprendizaje, podemos decir que los alumnos se mostraron, desde el principio, colaboradores y mostraron entusiasmo ante la idea. Tras este comportamiento podemos concluir que el factor motivacional y el entusiasmo mostrado por los docentes repercute de forma directa en la motivación del alumnado y en su predisposición a realizar cambios en su modo de aprender.

Con respecto a uno de los objetivos secundarios, que consistía en que el alumno adquiriese las competencias generales y específicas correspondientes a la asignatura de Historia de la Publicidad a través de nuevas metodologías y herramientas tecnológicas podemos concluir, tanto a través de los resultados de la encuesta, como a través del examen tipo test que se les realizó que dicho objetivo también se había cumplido. En este sentido, ofrecemos los datos obtenidos en el mencionado examen en el que un 83% de los alumnos superó la prueba con notas que iban entre el 7 y el 10. Un 14% obtuvieron una calificación entre 5 y 6 y el 3% del alumnado sacó una nota inferior al 5.

La inmersión que el alumno ha tenido que hacer en la metodología de ABP y en la realización del podcast, le ha exigido tener que cambiar sus planteamientos ante el aprendizaje, encontrándonos algunas resistencias ante las necesidades que requieren este tipo de metodologías por parte del alumno: la atención constante sobre la fase del proyecto en la que se está, la coordinación con otros miembros del equipo, la superación de frustraciones y la consulta frecuente al aula virtual para tener información sobre los materiales facilitados. En este sentido, es necesario seguir trabajando en las metodologías inversas en otras asignaturas para que el alumno se vaya acostumbrando a las mismas y supere las dificultades ante los cambios que esta metodología les exige.

Para paliar y mitigar las dificultades que el alumno muestra en algunas partes de este tipo de proyectos es necesario que los docentes universitarios optimicemos nuestros conocimientos sobre la elaboración de proyectos mediante la aplicación de la metodología de ABP. En este sentido, se hace necesario que los docentes valoren con anterioridad el tiempo del que disponen y la motivación que tienen para poner en marcha este tipo de proyectos que requieren por su parte de una mayor dedicación y seguimiento hacia el alumno y de un conocimiento específico sobre las herramientas básicas que harán que las nuevas metodologías aplicadas a la realización de proyectos resulten eficaces. Entre los conocimientos necesarios por parte del profesorado resulta relevante no solo conocer bien los fundamentos de las nuevas metodologías, sino manejar con solvencia herramientas como con son las hojas de ruta, los cronogramas o las rúbricas de evaluación. Además, será necesario que el profesor también disponga de conocimientos sobre el producto final que, en ocasiones, se elaborará a través del ABP. En nuestro caso, siendo el producto final la elaboración de un podcast, se tuvo la necesidad de que el docente ampliase conocimientos sobre el proceso de elaboración de esta pieza sonora y sobre los principios narrativos a través de los cuales deben ser elaborados.

9. Agradecimientos

Mostramos nuestro agradecimiento al departamento de Innovación Docente de la Universidad Francisco de Vitoria. Dicho departamento se ubica dentro del Vicerrectorado de Innovación. Gracias al mismo, ha sido posible la realización de este proyecto de innovación docente que, bajo el título *Retomando el poder de la voz: el Podcast y la Historia de la Publicidad* ha hecho posible que un total de 107 alumnos hayan participado en el mismo.

También agradecemos la colaboración de la profesora Leticia del Corral que, tras conocer el proyecto, nos ayudó, como docente de la asignatura de Historia de la Publicidad, a aplicarlo a los alumnos del curso 2021-2022.

Referencias

- Araz, G. y Sungur, S. (2007) The interplay between cognitive and motivational variables in a problem-based learning environment. *Learning and Individual Differences*, 17, 291-297.
- Ausín, V., Abella, V., Delgado, V., y Hortigüela, D. (2016). Aprendizaje basado en proyectos a través de las TIC: Una experiencia de innovación docente desde las aulas universitarias. *Formación universitaria*, 9 (3), 31-38.
- Blumenfeld, P.C., Soloway, E., Marx, R.W., Krajcik, J.S., Guzdial, M. y Palincsar, A. (1991) Motivating projectbased learning: Sustaining the doing, supporting the learning. *Educational Psychologist*, 26 (3 y 4), 369-398.
- Cárdenas Parra, C.M. y Ramírez Valencia, A. (2020). Uso de podcast en la enseñanza de la lengua inglesa. *Revista boletín Redipe*, 10 (2), 144-157
- Cea, A. y de Vicente, A.M. (2020). *El uso del podcasting en el aprendizaje: evaluación de usos y experiencias en la literatura académica*. VII Jornadas Iberoamericanas de Innovación Educativa en el Ámbito de las TIC y las TAC. https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/76442/2/El_uso_del_podcasting.pdf
- Downes, S. (2007). Learning Networks in Practice. En *BECTA. Emerging Technologies for Learning*. http://partners.becta.org.uk/page_documents/research/emerging_technologies07.pdf
- Esteve, F. (2009). Bolonia y las TIC: de la docencia 1.0 al aprendizaje 2.0. *La Cuestión Universitaria*, 5, 58-67.
- García Martín, J. y Pérez Martínez, J.E. (2018). Aprendizaje basado en proyectos: método para el diseño de actividades. *CEF*, 10, 37-63
- García-Hernández C., Ruiz-Fernández J., Herrán-Alonso M. y Gallinar-Cañedo D. (2022). Podcast para el aprendizaje y la difusión de los Fundamentos de la Geografía. *Cuadernos Geográficos*, 61(1), 168-188. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v61i1.18491>
- García-Peinazo, D. (2019). A la parrilla suena mejor: El podcast como estrategia didáctica basada en el ABP para el análisis y la gestión de eventos en la asignatura Historia de la Música. *Tercio Creciente*, 15, 73-84. <https://dx.doi.org/10.17561/rtc.n15.5>
- Kolmos, A., Hadgraft, R. G. y Holgaard, J. E. (2015). Response strategies for curriculum change in engineering. *International Journal of Technology and De-sign Education*, 25(4), 1-21.
- Maag, M. (2007). iPod, uPod? An emerging mobile learning tool in nursing education and students' satisfaction. https://portal.uah.es/portal/page/portal/epd2_profesores/prof23288/publicaciones/deMarcos2011_CIN_Final_Using_M_Learning_on_Nursing_Courses_to_Improve.8.pdf
- Maldonado Pérez, M. (2008). Aprendizaje basado en proyectos colaborativos. Una experiencia en educación superior. *Laurus*, 14 (28), 158-180 <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=76111716009>
- Marti, J.A., Heydrich, M., Rojas, M. y Hernández, A. (2010). Aprendizaje basado en proyectos. Una experiencia de innovación docente. *Revista Universidad EAFIT*. 46, (158), 11-21.
- Mettas, AC. y Constantinou, CC. (2017) The technology fair: a project-based learning approach for enhancing problem solving skills and interest in design and technology education. *International Journal of Technology and Design Education*, 18, 79-100.
- Moliner, O. y Sánchez-Tarazaga, L. (2015). PBL o aprendizaje basado en proyectos: una experiencia de coordinación y enseñanza auténtica en la universidad. *Quaderns Digitals*, 81, 116-133.
- Moura, A. y Carvalho, A. (2006). Podcast: potencialidades na educação. *Prisma*, (3), 88-110. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2112>
- Núñez del Río, M. C. y Fontana Abad, M. (2014). Competencia socioemocional en el aula: Características del profesor que favorecen la motivación por el aprendizaje en alumnos de Enseñanza Secundaria Obligatoria. REOP - *Revista Española De Orientación Y Psicopedagogía*, 20(3) 257–269. <https://doi.org/10.5944/reop.vol.20.num.3.2009.11501>
- Olmedo Salar, S., López Villafranca, P. y Muñoz Cámara, E. (2022). Radiografía del universo sonoro en los estudios de comunicación en España: la aplicación del pódcast en el aula. *Revista Latina de Comunicación Social*, 80, 21-39. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2022-1770>
- Piñeiro Otero, T. (2011). La utilización de los podcast en la Universidad Española: entre la institución y la enseñanza hologramática. *UNLZ*, 15, (4), 27-49
- Rodríguez-Sandoval, Eduardo, Vargas-Solano, Édgar Mauricio, y Luna-Cortés, Janeth. (2010). Evaluación de la estrategia „aprendizaje basado en proyectos“. *Educación y Educadores*, 13 (1), 13-25. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-12942010000100002&lng=en&lng=es.
- Sánchez Vera, M. y Solano Fernández, I. M. (2013). El uso de recursos multimedia para la renovación metodológica: una experiencia en futuros maestros de Educación Infantil. *EDUTEC 2013*. Conferencia llevada a cabo en el XVI Congreso EDUTEC 2013, Costa Rica.
- Sánchez Vera, M. y Solano Fernández, I.M. (2010). Aprendiendo en cualquier lugar: el podcast educativo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (36), 125-139. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36815128010>
- Santos, J., Galán, J.M., Izquierdo, L. y del Olmo, R. (2009). Aplicaciones de las TIC en el nuevo modelo de enseñanza del EEES. XIII Congreso de Ingeniería de Organización. *Dirección y Organización*, 39, 5-11. doi.org/10.37610/dyo.v0i39.22

- Solano Fernández, I.M. y Amat Muñoz, L. (2008). Digitum, biblioteca universitaria. Universidad de Murcia. *Editorial EDUTEC*. <http://hdl.handle.net/10201/14623>
- Watson G. (2002). Using technology to promote success in PBL courses. The technology source. University of North Carolina, : http://technologysource.org/article/using_technology_to_promote_success_in_pbl_courses/.
- Yip W. (2002). Students' Perceptions of the Technological Supports for Problem-based Learning. *Educ. Inf. Technol*, 7, 303-312.