



UNIVERSIDAD  
**COMPLUTENSE**  
MADRID

Proyecto de innovación  
Convocatoria 2021/2022

Número de proyecto: 8

El uso de Twitter como herramienta de aprendizaje de la economía pública

Responsable del proyecto: Rosa María Urbanos Garrido

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales  
Departamento: Economía Aplicada, Pública y Política

## **1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto**

En términos generales, el proyecto pretendía promover el interés de los estudiantes por la Economía Pública y la Fiscalidad como disciplinas que están muy presentes en nuestra vida diaria, así como mejorar la calidad de su aprendizaje a través de las redes sociales, en concreto Twitter.

En concreto, se exponían tres objetivos principales en torno a los que gira el proyecto:

1. El primer objetivo tenía como fin principal la creación de un nexo de unión entre los contenidos de las asignaturas de Economía Pública y Fiscalidad desarrollados en clase y las noticias de actualidad que tienen lugar en el día a día, tanto en nuestro país como fuera de las fronteras.

De este modo, se pretendía que los contenidos explicados en el aula fuesen afianzados por los alumnos mediante la visualización práctica en la realidad y que pudieran cuestionar las políticas que se están llevando a cabo desde las Administraciones Públicas, fomentando el desarrollo de la crítica constructiva. La conexión con las noticias de actualidad debería servirles asimismo para comprender mejor el mundo que les rodea, que es una de las competencias que persiguen las asignaturas de la disciplina.

2. El segundo objetivo consistía en enseñar, de manera indirecta, a reconocer las fuentes de información fiables con contenidos de calidad, añadiendo nuevas fuentes a las que ya tuvieran reconocidas. Saber realizar una selección de noticias, informes o estudios rigurosos, aprendiendo a “dudar” y descartar aquellas fuentes de información de baja calidad y cuestionable fiabilidad, era uno de los objetivos prioritarios que se había fijado en el presente proyecto.

De este modo, se esperaba que los alumnos supieran identificar las fuentes fiables y hacer uso de ellas en las tareas de evaluación continua propuestas en las asignaturas, ya que en los últimos años se detectó que los alumnos tienden a dar por veraz y rigurosa cualquier tipo de información contenida en blogs, Facebook, u otros tipos de medios de comunicación y redes sociales.

3. Finalmente, el último objetivo que se fijó fue que la creación de la cuenta Twitter sirviera como herramienta fuera del aula para crear debates sobre temas de actualidad tratados en clase pero que, debido a la falta de tiempo, no pueden llegar a ser tratados en profundidad. La principal idea era despertar curiosidad e interés entre los estudiantes sobre temas concretos, alentarlos a participar publicando sus comentarios en la red social y, secundariamente, evitar la vergüenza de exponer oralmente en público sus opiniones persales.

## **2. Objetivos alcanzados**

Para valorar los objetivos alcanzados se han utilizado indicadores relacionados con la actividad de la cuenta y con las respuestas a una encuesta de valoración realizada a los estudiantes.

Una vez finalizado el curso la cuenta tiene 70 seguidores, de los cuales 49 corresponden previsiblemente a estudiantes de los grados de Economía, ADE,

Economía-Relaciones Internacionales y Economía-Matemáticas y Estadística. Es importante señalar que en ocasiones no se hace explícita la identidad de las personas que siguen la cuenta, por lo que no es posible ofrecer datos exactos. Las cifras de seguimiento han sido, en general, muy bajas, dado que en el grupo en el que ha participado una mayor proporción de estudiantes apenas se ha llegado al 11% de los matriculados. Por otra parte, muy pocos alumnos han propuesto noticias o preguntas para ser debatidas o comentadas a través de la cuenta de Twitter. En total se han publicado 147 Tweets, lo que supone aproximadamente 5 tweets de media por semana lectiva, de los cuales la inmensa mayoría han sido iniciativa del equipo docente participante en el proyecto. En consecuencia, la eficacia del proyecto en lo que respecta a alentar a los estudiantes a participar en los debates y a trasladarlos fuera del aula ha sido muy limitada.

Por su parte, la encuesta elaborada para conocer la valoración que los estudiantes han hecho de la iniciativa (que se ofrece en el anexo) fue contestada por 27 personas (el 55% de los seguidores considerados potencialmente como estudiantes, una vez eliminados aquellos que claramente correspondían a otro perfil). De ellos, el 52% declara no haber cambiado sustancialmente el uso que hacía de Twitter a lo largo del curso, y solo el 22,2% afirma haber intensificado su uso de la red social con fines académicos. El 81% declara que la cuenta de Twitter de la asignatura le ha servido para identificar nuevas fuentes de información económica, y el 69,2% confirma que la cuenta le ha resultado útil para identificar mejor qué fuentes de información económica son fiables. Por otra parte, el 81% declara que la cuenta de Twitter le ha servido para estar al día de las noticias que se producían en el ámbito de la asignatura y el 73% que le ha resultado útil para comprender mejor algunos aspectos del temario. Además, el 80% de los estudiantes que completaron la encuesta confirman que esta iniciativa les ha sido útil para estimular su interés por la asignatura. Estos porcentajes indican que la mayor parte de los objetivos del proyecto se han logrado con un razonable grado de éxito, siendo la mayor limitación el reducido número de estudiantes que ha participado en la iniciativa. Por último, cabe destacar que los comentarios de los estudiantes sobre el proyecto son en general muy positivos, e incluyen sugerencias interesantes que podemos incorporar en próximos cursos, como la posibilidad de realizar encuestas a modo de “concurso” dentro de la cuenta de Twitter, para así hacer el aprendizaje más atractivo.

### **3. Metodología empleada en el proyecto**

Para la consecución de los objetivos planteados, se creó una cuenta de Twitter con el nombre [@EcoPublica\\_UCM](https://twitter.com/EcoPublica_UCM) (actualmente disponible para su comprobación). Posteriormente, desde la cuenta Twitter, gestionada por las profesoras que conformamos el proyecto, se estableció una selección de cuentas Twitter a las que se decidió seguir, marcando desde un primer momento un conjunto de instituciones y fuentes de información que se consideran rigurosas y de interés, entre las que se incluyen Departamentos del Gobierno, como los Ministerios de Trabajo, Economía, Hacienda y Función Pública, otras instituciones públicas nacionales como la AEAT, el Banco de España, el Instituto de Estudios Fiscales o la AIReF, instituciones internacionales (Comisión Europea, OCDE...), entidades privadas que producen información y estudios con altos estándares de calidad y rigor (FUNCAS, FEDEA...), publicaciones científicas (Journal of Public Economics...), algunos medios

de comunicación (The Economist, Agenda Pública) o incluso algunos blogs, como The Conversation o Nada es Gratis. Actualmente se sigue a 53 cuentas.

Con el fin de comprobar la orientación del proyecto, se diseñó un formulario de Google para ser cumplimentado por los estudiantes del grupo D de Economía Pública a comienzos de septiembre, por ser el único grupo de primer cuatrimestre que participaba en la iniciativa. Dicho formulario también figura en el anexo. La tasa de respuesta fue del 50%. Del total de estudiantes que respondieron a este formulario, el 68,6% declaró disponer de una cuenta de Twitter. De ellos, el 46% de ellos declaró utilizarla diariamente y el 29% con alguna frecuencia, aunque no diariamente. Pese al uso mayoritario de esta red social, sólo la cuarta parte de los estudiantes declararon utilizarla con fines académicos, aunque casi la mitad mostraron confianza en la utilidad de Twitter para hacerles comprender mejor algunos aspectos de las asignaturas del grado, y aproximadamente dos tercios declararon que Twitter podría serles útil para reforzar conocimientos a través de lecturas e hilos de discusión. Cuando se examinó el listado de fuentes de información habituales que los estudiantes emplean en el desarrollo de sus estudios universitarios, se confirmó que una parte destacable corresponde a fuentes poco rigurosas como divulgadores políticos, cuentas de Instagram, prensa generalista, Economipedia, etc.

Tras la creación de la cuenta en septiembre, las profesoras implicadas empezamos a darle difusión en el aula para que, voluntariamente, los alumnos pudieran seguir la cuenta. Noticias y documentos se twitearon con preguntas relativas al tema con el objetivo de alentar la participación. La frecuencia de la publicación de tweets se decidió que fuera de 2 noticias por semana. Las profesoras implicadas se encargaron de mantener activa y actualizada la cuenta cada semana con noticias de prensa, artículos científicos, publicaciones, webs oficiales, etc. La responsabilidad de la cuenta fue rotando, siendo cada semana responsabilidad de una de las profesoras.

La participación voluntaria ha servido para mejorar la nota de la asignatura para las personas que participaron de forma activa y provechosa, siendo la máxima calificación posible asociada a esta actividad de 1 punto sobre 10. Esto facilitó la identificación de los estudiantes que participaron en el proyecto, pese a que en algunos casos el perfil de sus cuentas dificultaba, a priori, conocer su identidad.

Los estudiantes fueron evaluados en función de su participación, que se graduó en tres niveles:

- \*Destacar el/los tweet/s con un “Me gusta” o retuitear sin comentario (sin calificación).
- \*Retuitear con comentario o contestar los tweets del equipo docente.
- \*Tomar la iniciativa twitteando una noticia o artículo de interés, para lo cual debía mencionar la cuenta de la asignatura para alertar a las profesoras de la actividad en la cuenta.

El seguimiento de la actividad de los estudiantes se realizó a través de las notificaciones de Twitter recibidas en la cuenta abierta por el equipo docente, teniendo en cuenta el número y la calidad de estas.

#### **4. Recursos humanos**

El proyecto tiene como investigadora principal del proyecto a Rosa Urbanos Garrido, siendo los profesores que formar parte del equipo y han implementado el proyecto en sus respectivos grupos: Marta Ortega Ortega, Alfonso Utrilla de la Hoz y Mercedes

Sastre García. Desgraciadamente, la enfermedad y el fallecimiento del profesor Utrilla en diciembre de 2021 impidieron su participación en el proyecto.

## 5. Desarrollo de las actividades

El desarrollo de la actividad se ha ajustado en gran medida al cronograma presentado en el proyecto, con ciertos ajustes necesarios para adecuar la actividad al desarrollo de las clases y la participación del alumnado.

<p><b>Primera semana de Septiembre 2021</b></p>	<p>Creación de la cuenta y selección de las cuentas a seguir. <b>Responsable:</b> Rosa Urbanos, investigadora principal del proyecto.</p>
<p><b>Segunda semana de Septiembre 2021</b></p>	<p>Elaboración de la encuesta de valoración del uso de Twitter con fines académicos por parte de los estudiantes, así como de su interés por la asignatura y de su conocimiento de algunas fuentes de información básicas. <b>Responsable:</b> Mercedes Sastre.</p>
<p><b>13 de Septiembre-Diciembre 2021</b></p>	<p><u>Desarrollo del proyecto para las asignaturas de <b>primer cuatrimestre</b>.</u></p> <p><b>Responsables:</b> el profesorado que conforma el proyecto se encargará de mantener activa y actualizada la cuenta de Twitter. Para ello, cada semana del mes, uno/a de ellos/as será el/la responsable de twittear al menos 1-2 noticias de prensa/artículos científicos/publicaciones, webs oficiales, etc. de actualidad, interpelando al alumnado para animar a su lectura y avivar el debate. Asimismo, la persona a la que corresponda mantener viva la cuenta de Twitter cada semana deberá encargarse de dar feedback a los estudiantes, contestando/retuiteando/marcando con un “me gusta” sus tweets.</p>
<p><b>24 de Enero-Mayo 2022</b></p>	<p><u>Desarrollo del proyecto para las asignaturas de <b>segundo cuatrimestre</b>,</u> y seguimiento de la actividad para las asignaturas de primer cuatrimestre. <b>Responsables:</b> todos los integrantes del proyecto docente en sus respectivos grupos.</p>
<p><b>Junio 2022</b></p>	<p>Finalización del proyecto de cara a la elaboración de la memoria. La cuenta de Twitter se mantiene abierta intentando crear y generar actividad en la red social, sin que planteemos a priori una fecha de cierre.</p>

## 6. Anexos

### CUESTIONARIO DE USO DE TWITTER

1. ¿Tienes una cuenta de Twitter?
  - a) Sí
  - b) No
2. En caso de que tengas una cuenta de Twitter, ¿con cuánta frecuencia la utilizas?
  - a) Diariamente: Una o más veces al día
  - b) Con cierta frecuencia: Una o más veces a la semana (no diariamente)
  - c) Ocasionalmente: Menos de una vez a la semana
3. En caso de tener una cuenta de Twitter, ¿para qué la utilizas? (marca la/s opción/es correcta/s)
  - a) Entretenimiento
  - b) Uso académico
  - c) Uso profesional
  - d) Otros usos
4. ¿Has utilizado alguna vez Twitter con fines académicos durante tus estudios?  
En caso afirmativo, explica por favor en qué asignatura/s
5. ¿Crees que Twitter te puede ser útil para comprender mejor algunos aspectos de las asignaturas del Grado?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
6. ¿Crees que Twitter te puede ser útil para reforzar conocimientos a través de lecturas e hilos de discusión?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Tal vez
7. Por favor, señala cuál/es de las siguientes fuentes de información has utilizado alguna vez a lo largo de tus estudios universitarios
  - a) Ministerio de Economía
  - b) Ministerio de Hacienda

- c) Consejerías de Economía y/o Hacienda de las Comunidades Autónomas
  - d) Banco de España
  - e) Instituto de Estudios Fiscales (IEF)
  - f) AIReF (Autoridad Independiente de Responsabilidad Fiscal)
  - g) Blog "Nada es Gratis"
  - h) FEDEA (Fundación de Estudios de Economía Aplicada)
  - i) Publicaciones periódicas (prensa económica, prensa generalista...)
  - j) Artículos publicados en revistas científicas
  - k) Cuentas de Twitter o blogs de economistas o profesores de Economía
8. En caso de que utilices habitualmente otras fuentes de información, por favor, enumera las principales

## CUESTIONARIO DE VALORACIÓN DE LA INICIATIVA

1. ¿Ha cambiado en algo el uso que hacías de Twitter en este último cuatrimestre?
  - a) No, uso Twitter más o menos del mismo modo
  - b) Sí, ahora uso Twitter con más frecuencia que antes
  - c) Sí, uso Twitter con más frecuencia y la utilizo más con fines académicos
  - d) Ns/Nc
  
2. ¿Te ha servido la cuenta de Twitter de la asignatura para identificar nuevas fuentes de información económica?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Ns/Nc
  
3. ¿Te ha servido la cuenta de Twitter de la asignatura para identificar mejor qué fuentes de información económica son fiables?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Ns/Nc
  
4. ¿Te ha servido la cuenta de Twitter de la asignatura para estar al día de las noticias que se producían en el ámbito de la Economía Pública?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Ns/Nc
  
5. ¿Te ha servido la cuenta de Twitter de la asignatura para comprender mejor algunos aspectos del temario?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Ns/Nc
  
6. ¿Te ha servido la cuenta de Twitter de la asignatura para estimular tu interés por la asignatura?
  - a) Sí
  - b) No
  - c) Ns/Nc
  
7. Si quieres opinar sobre la cuenta de Twitter de la asignatura, por favor, haz aquí los comentarios que quieras.