

USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO DE LA EDUCOMUNICACIÓN

coordinadores

Javier Sierra Sánchez
Isabel A. Vázquez Sacristán



Madrid • Milán • Londres • México D.F. • Sídney • Singapur • Taipéi • Shanghái
Seúl • Beijing • Hong Kong • Kuala Lumpur • Bangkok • Nueva York • Chicago
Dubuque • Los Ángeles • Columbus • Bogotá • Nueva Delhi • Toronto • Dubái

USO DE LAS REDES SOCIALES EN EL ÁMBITO DE LA EDUCOMUNICACIÓN

Coordinadores: Javier Sierra Sánchez e Isabel A. Vázquez Sacristán

ISBN-13 (impreso) 978-84-486-3475-9

ISBN-10 (impreso) 84-486-3475-6

ISBN-13 (ebook) 978-84-486-3476-6

ISBN-13 (VS) 978-84-486-3477-3

MHID 978-000-85-0374-1

Depósito legal: M-5210-2022



Publicado por McGraw-Hill

Edificio Oasis, 1.ª planta

Basauri, 17

28023 Aravaca (Madrid, España)

Tel. +34 91 1803000

www.mheducation.es

© 2022. Derechos exclusivos de McGraw Hill para manufactura y exportación. Este libro no puede ser re-exportado desde el país al que sea vendido por McGraw-Hill.

Reservados todos los derechos. No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de McGraw Hill.

Director de la Colección de Comunicación: Javier Sierra Sánchez

Coordinación editorial: Cristina Sánchez Sainz-Trápaga

Gerente División Universitaria: Pere Campanario Oliver

Dirección General Sur de Europa: Álvaro García Tejeda

Maquetación: José María Muntané

Arreglos de interior: ESTUDIO, C.B.

Diseño de cubierta: Rubén Rubial Villamarín

Arreglos de cubierta: Mar Nieto Novoa



Impresión: Liber Digital, S.L.

Impreso y encuadernado en ESPAÑA - Printed and bound in SPAIN

1234567890 – 22 23 24 25

Los nombres ficticios de compañías, productos, personas, personajes y/o datos que puedan haber sido aquí utilizados (en estudios de casos o ejemplos) no pretenden representar a ningún individuo, compañía, producto o situación de la realidad.

Contenido

CÓMO NOS COMUNICAMOS LOS DE COMUNICACIÓN. EL CASO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE LA UPSA	
Miriam de Frias Vicente, María Teresa Martín Martín, María Elena Rodríguez Blanco	9
INDICIOS DE UNA GRAN MIGRACIÓN: ANÁLISIS DE PREFERENCIA DE LO VIRTUAL FRENTE A LO REAL EN JÓVENES	
Esmeralda Román-Quiñones, Fernando Galindo-Rubio	27
COLABORACIONES ONLINE INTERNACIONALES DE APRENDIZAJE (COIL) Y EL USO DE REDES SOCIALES CON FINES EDUCATIVOS: PADLET Y SLACK	
Sandra Lizzeth Hernández Zelaya, Mercedes Ramos Gutiérrez	47
LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN SOBRE ECONOMÍA Y FINANZAS EN REDES SOCIALES Y MEDIOS SIMILARES PARA UNA EDUCACIÓN ABIERTA	
Inés Martín-de-Santos.....	61
INCIDENCIA DE LAS CAMPAÑAS PUBLICITARIAS Y RECURSOS DISPONIBLES EN INTERNET EN LOS HÁBITOS SALUDABLES EN ESCOLARES DE 10-12 AÑOS DE LA COMUNIDAD DE MADRID	
Asunción Torquemada Vidal, M. del Claustro Zambrana Tévar	77
EL PAPEL DE LAS REDES SOCIALES DESDE LA PERSPECTIVA DE PENSAMIENTO CRÍTICO	
Marián Queiruga-Dios, Felipe Rodrigo Gutiérrez de la Cámara, Esther Blasco Lozano, Carmen Romero de Ávila	93
FORMACIÓN DEL FUTURO PROFESORADO EN COMPETENCIA DIGITAL Y COMUNICATIVA CON EL USO DE LA RED SOCIAL TIKTOK	
Desiré García Lázaro, Rebeca Martín Nieto	109
CIBERANTROPOLOGÍA DE LAS REDES SOCIALES EN EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN VIRTUAL	
Jesús Miguel Flores-Vivar, Francisco José García- Peñalvo	127
MODELO DE REGRESIÓN LOGÍSTICA EN LA PREDICCIÓN DE LA CONDUCTA ANTISOCIAL EN ADOLESCENTES DE UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE LA CIUDAD DE LAMBAYEQUE	
Sandra Loaiza Chumacero, Jesús Salinas Flores, Santiago Bobadilla Ocaña.....	145
¿ESTOY HABLANDO SÓLO? LA PARTICIPACIÓN DEL ALUMNADO UNIVERSITARIO EN VIDEOCONFERENCIAS	
Gabriel Herrada Valverde	165

LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN SOBRE ECONOMÍA Y FINANZAS EN REDES SOCIALES Y MEDIOS SIMILARES PARA UNA EDUCACIÓN ABIERTA

Inés Martín-de-Santos

Universidad Complutense de Madrid

RESUMEN

Estudio analítico y crítico de una compilación selectiva de recursos en Internet aparecidos en redes sociales, listas de distribución o foros de discusión, moocs, blogs de investigadores influyentes de reconocido prestigio y herramientas equivalentes de carácter científico para el aprendizaje y conocimiento de la Economía y de las finanzas corporativas y personales como extensiones de la actividad docente universitaria y, alternativamente, como medios de autoaprendizaje. Identificación de proyectos institucionales y personales en el ámbito universitario como complementos de la actividad docente. El objetivo principal es orientar a los estudiantes universitarios sobre nuevas posibilidades de aprendizaje y formación.

PALABRAS CLAVE

Fuentes de información financiera, foros de discusión, redes sociales, moocs, blogs, influencers, Educación abierta

1 INTRODUCCIÓN

Los editores comerciales, por regla general, han cuidado dos cosas fundamentales: las normas de presentación de los originales (con estilos de descripciones y citas dispares) y el respeto a los derechos de copyright. Este segundo aspecto ha sido particularmente el seguro de su negocio y supervivencia.

Pero la edición de publicaciones científicas ha cambiado mucho en las últimas décadas, debido sobre todo al abaratamiento de las publicaciones mediante la difusión por medio de soportes electrónicos, pero esto también ha posibilitado la consulta y difusión de los contenidos sin respetar los derechos de autor de una manera fácil. El ejemplo más llamativo lo tenemos en el fenómeno *Sci-Hub*.

Lo mismo que la invención de la imprenta sirvió para multiplicar el acceso de la comunidad a los libros, la aparición de la documentación electrónica sirve para aumentar las posibilidades de acceso a los documentos de una manera sencilla y en buena parte gratuita. Esto resulta todo un desafío para los editores, que tratan por todos los medios de hacer valer sus legítimos derechos para la supervivencia de sus negocios y, en parte han conseguido mediante la concentración de empresas distribuidoras de publicaciones científicas y trasladando principalmente a los compradores más habituales (las bibliotecas) unas tarifas en las suscripciones visiblemente más elevadas que las que tendrían lugar en un entorno de mayor competitividad.

Pero, los editores tienen bastante difícil ganar esta batalla. De acuerdo con la evidencia de que el conocimiento es un bien que, aunque se transmita no se pierde, y de que una gran parte de los científicos no sólo cobra poco o nada por sus trabajos, sino que incluso se ve obligado a pagar por su esfuerzo, algunos organismos oficiales están intentando paliar el problema con interesantes proyectos destinados al propiciar el bien común.

En este sentido, recientemente, el 24 de marzo del 2021, la Unión Europea ha creado la plataforma *Open Research Europe* (<https://open-research-europe.ec.europa.eu/>), financiada por el programa Horizon 2020, para la publicación de investigaciones revisadas por pares en abierto sin coste alguno para los autores. Las fuentes de información científica en abierto (Martín-de-Santos; Martín-Vega, 2010) son cada vez más prolíferas e inevitablemente imprescindibles para agilizar los avances científicos.

Del mismo modo las actividades docentes tendrán que ir adaptándose poco a poco a las nuevas estructuras saliendo de los espacios cerrados de las aulas a la difusión de la ciencia en abierto.

A medida en que avanzan los sistemas de comunicación, la transmisión de informaciones resulta más cómoda y eficiente, pero también más impersonal, al menos en el sentido de que la presencia física no es del todo imprescindible.

Esto afecta también a las actividades docentes, sobre todo en el nivel universitario, donde la presencia del profesor tiende a ser telemática. Sin entrar en discusiones acerca de si este fenómeno es beneficioso o perjudicial, lo que parece evidente es que es imparable.

Los esfuerzos de algunos profesores por difundir explicaciones a través de plataformas informáticas son esfuerzos generosos y encomiables y, aunque algunas contribuciones puedan dar ocasión a controversias, en general son más los beneficios aportados que los perjuicios.

El acceso a la Red ofrece indudables ventajas para el aprendizaje, aunque también puede ocasionar consabidos perjuicios, sobre todo si la información obtenida no procede de sitios y/o páginas web fiables. Esta es una de las tareas fundamentales de los docentes en Internet: enseñar a discernir la información verídica de la engañosa, y es uno de los objetivos del estudio presente.

En este sentido, no cabe duda de que muchos gobiernos y universidades se han preocupado de organizar intranets que facilitan la consulta de materiales veraces, unas veces de libre acceso y otras con ciertas restricciones. Ejemplos de estas herramientas son, entre otros muchos, el motor de búsqueda *Cisne* de la Universidad Complutense de Madrid o *UPFinder* en la Universidad Pompeu Fabra. Estas utilidades resultan imprescindibles, sobre todo a la hora de obtener artículos de publicaciones periódicas ya que la mayor parte de las bibliotecas ha sustituido las suscripciones de las revistas en papel por el soporte electrónico y/o por el préstamo interbibliotecario y la compra de artículos a la carta para los miembros de cada comunidad universitaria.

Los recursos en Internet son fuentes de información fundamentales que aportan rapidez de consulta y eficiencia, pero también pueden implicar riesgos tanto para empresarios emprendedores (Mi; Zhang, Lin, 2018) como para inversores neófitos que no hayan recibido una orientación previa de los maestros.

La pretensión de este estudio es doble. Por una parte, elaborar un directorio de recursos fundamentales en Internet para el conocimiento de la Economía y, por otra parte, advertir de las limitaciones y de los riesgos que pueden ocasionar ciertas fuentes de información.

Con ello se pretende, por un lado, fomentar el interés por la cultura económica tanto en los recintos universitarios como fuera de ellos, y, por otro lado, alertar acerca de la inestabilidad del actual sistema financiero. Los apartados que aparecen más adelante muestran algunos de los recursos más relevantes para ayudar a conocer el mundo financiero tanto a principiantes como a iniciados y también a aficionados.

A. LAS REDES SOCIALES

Aunque el estudio de las redes sociales de modo panorámico (Wasserman; Faust, 1997) ya sea un asunto ampliamente tratado desde los más variados aspectos, adentrarse en el fenómeno cultural de las redes sociales es meterse en un mundo

complejo para ofrecer una visión panorámica aceptable por el momento, debido sobre todo a los variados aspectos que presentan (economía, educación, empleo, historia, política, relaciones afectivas, ...) y tanto a la falta de una taxonomía suficientemente consensuada como a una bibliografía extensa, dispersa y tan poco abarcable como difícilmente aconsejable debido de su pronta obsolescencia en el ámbito de la investigación.

Como dato ilustrativo baste decir que en España se han presentado más de doscientas tesis doctorales sobre asuntos relacionados con las redes sociales. Tan es su alcance que las asignaturas sueltas resultan insuficientes para su dominio y abundan los másteres y otras titulaciones universitarias sobre esta materia para la formación de los profesionales de esta materia conocidos como *community managers*. La influencia de los contenidos en las redes sociales para la toma de decisiones es importante (Bailey; Cao; Kuchler; Stroebel, 2018; Pavan, Velasco, Jiménez, Gonzalo, Acevedo, s.f.) y no se pone en entredicho la utilidad de las redes en el mundo de las finanzas (Kenett; Havlin, 2105), pero todos los esfuerzos son pocos para vislumbrar un modelo único que sirva para cuantificar las mismas ventajas en determinados casos especiales.

Desde la perspectiva histórica, en Informática, se atribuye a John A. Barnes la creación del concepto de redes sociales en 1954 y el comienzo de estas durante la última década del siglo pasado¹.

Después de la escritura y de la imprenta, la aparición de las redes sociales en Internet, como otro medio de comunicación social, es probablemente el mayor avance histórico para la difusión de la información a la mayor parte de la población, pero una vez más hay que recordar en ellas la falta de control informativo susceptible de poder faltar a la verdad. No obstante, tan es su poder que casi la mitad de los usuarios que se suscriben a las redes sociales admite estar influido por ellas a la hora de tomar decisiones para realizar sus compras, lo cual ha incidido en las estrategias de venta empresariales para atender a las virtuales demandas.

A pesar de su aparente gratuidad, las redes sociales generan inmensas ganancias para sus administradores, cuyo principal activo financiero es la información. Para el comercio resultan recomendables (Di Giannatale, Elbittar, Maya, Ramirez, Roa, 2010; Lázaro Ávila, 2019; San Millán Fernández, Medrano García, Blanco Jiménez, 2009) aunque, como continuamente se ensayan nuevas estrategias en el marketing de ventas (Sheridan; Kotrla, 2017), esta clase de obras quedan prontamente obsoletas.

Como en tantas otras ocasiones, aparecen detractores (Lanier, 2018) y defensores (Rissoan, Romain, 2019) y como ha ocurrido también otras tantas veces lo que determina las ventajas o los inconvenientes no es el objeto sino el uso que se haga

1 Se entiende que se trata de redes sociales en el entorno informático ya que algunas publicaciones aluden a este fenómeno desde una perspectiva retrospectiva, remitiéndose a siglos pasados, v.g. Imízcoz Beunza, & Oliveri Korta. (2010). *Economía doméstica y redes sociales en el Antiguo Régimen*. Sílex.

de él. En las actividades empresariales, no cabe duda de que las redes sociales constituyen herramientas primordiales (Celaya, 2011) orientadas tanto al personal como al marketing y a los negocios en general hasta el punto de que algunos empresarios prevén que, para comunicaciones de amplio espectro, las redes sociales sustituirán progresivamente a la mensajería a través del correo electrónico.

Además del análisis técnico, las redes sociales a través de la opinión pública influyen notablemente en las fluctuaciones de los valores de las empresas que cotizan en Bolsa. Se trata del conocido elemento psicológico, una variable peligrosa, pero harto significativa tal como señalan diversos estudios, entre otros Markum (2016), quien recoge algunos trabajos anteriores², o contribuciones más recientes (Pejman; Hamidreza; Abbas; Mahsa, 2019).

En cuanto a redes sociales de contenido financiero, aunque menos tratados, contamos con algunos estudios previos (González de la Garza, 2015). En España, Gnoss (<https://www.gnoss.com/>) es una de las más interesantes. Creada en La Rioja en 2003 por el empresario humanista Ricardo Alonso Maturana, que facilita interconectar experiencias e intereses de personas, empresas (BBV, ...) e instituciones (Biblioteca Nacional de España, ...). Forma parte del proyecto Linking Open Data (LOD), lo que le añade un valor añadido al propiciar y fomentar la difusión de informaciones en abierto. Es una plataforma que presenta un diseño amigable con incursiones en procedimientos de inteligencia artificial y web semántica que permite islas personales de carácter autogestionario. Su aprovechamiento en la enseñanza universitaria es evidente.

Asimismo, en nuestro país, desde la perspectiva feminista, una de las redes sociales especializadas, también denominadas *temáticas* o *verticales*, más emparentadas con la economía y las finanzas es *Womenalia*, ideada por mujeres con la finalidad de transmitir experiencias entre mujeres emprendedoras.

En renta variable, Rankia (<https://www.rankia.com/>) es un interesante referente. Se trata de una comunidad financiera con foros, blogs, cursos y comparadores para ayudar a inversores y ahorradores interesados en Bolsa, fondos de inversión y ahorro. Pese a su interés, hay que tener en cuenta que uno de los problemas más frecuentes, sobre todo en empresas cotizadas, es el enorme riesgo que supone en la actualidad la renta variable ya que la mayoría de los pequeños y medianos inversores pierde dinero en Bolsa debido a varios motivos, entre otros la opacidad de muchas empresas y la volatilidad con que los valores cambian repentinamente de tendencia en algunos casos debido a prácticas poco ortodoxas por parte de fondos de inversión y de grandes inversores que priman la pura especulación sobre la rentabilidad empresarial. Induciendo a las inversiones de riesgo, los bancos centrales con su persistente política de bajos intereses, están propiciando este

2 Shiller, R. J., S. Fischer, and B. M. Friedman (1984). Stock Prices and Social Dynamics. *Brookings Papers on Economic Activity*, p. 457–510. Fisher, K. L. and M. Statman (2003). Consumer Confidence and Stock Returns. *Journal of Portfolio Management*, 30, p. 115–127. Bremmer, D. (2008). Consumer Confidence and Stock Prices. Paper presented at: 72nd Annual Meeting of the Midwest Economics Association Hyatt Regency, Chicago.

tipo de inversiones que perjudican el ahorro y hacen olvidar que la liquidez también puede considerarse un activo financiero más, abocando la economía mundial a una endémica y peligrosa inseguridad.

Finalmente, entre esta sucinta relación de recursos, es interesante resaltar la *Economipedia* en la red Instagram en:

<https://www.instagram.com/economipedia/?hl=es>

B. LOS FOROS DE DISCUSIÓN O LISTAS DE DISTRIBUCIÓN

Los foros de discusión, aunque menos propagados que otras redes sociales de tipo misceláneo, no han pasado de moda. Se encuentran entre las agrupaciones profesionales más innovadoras para mantener en contacto a la comunidad científica con el objeto de contrastar experiencias, anunciar eventos, solucionar dudas, ... y, en definitiva, actualizar la actividad docente e investigadora. Tienen una evidente similitud con el funcionamiento de los colegios invisibles surgidos a través de la *Real Society* londinense a mediados del siglo XVII.

De manera muy simple, un foro de discusión es una plataforma hospedada en un servidor, controlada por uno o varios administradores o moderadores que mediante un software denominado genéricamente *listserv*, recibe mensajes de cada suscriptor a la lista y los redistribuye entre todos los suscriptores a través del correo electrónico. La admisión al foro, en ciertos casos, puede requerir determinadas garantías como, por ejemplo, demostrar la afinidad del solicitante con la materia tratada, y asimismo los moderadores pueden censurar y descartar mensajes inapropiados como insultos personales o publicidad con fines lucrativos a título individual.

Estos foros o listas son mecanismos parecidos a las tradicionales tertulias, pero de manera telemática. Están controladas por uno o varios administradores o *maintainers* que aprueban o rechazan la suscripción al foro. El único requisito es contar con una cuenta de correo donde periódicamente se recibirán los mensajes de todos los miembros y se podrán asimismo enviar mensajes al *listserv*³ o dirección de cada lista. Estos mensajes ordinariamente pasan por la revisión de los *maintainers* para evitar incumplir las normas de la lista como, por ejemplo, informaciones falsas, etc.

La importancia de los foros de discusión es grande en el entorno universitario ya que ordinariamente participan en ellos personas afines y expertas en los temas desarrollados y permiten trasladar toda clase de experiencias académicas, así como mantener al día a los participantes sobre el estado de materias afines a su interés.

No debe confundirse este sistema con la abundancia de páginas abiertas de Internet en las que, con escasos requisitos, cualquiera puede participar aportando ideas propias acertadas o desacertadas. En este caso, se trataría de recursos derivados de las primitivas *news* o *foros de noticias* como, en lo concerniente a las finanzas, por ejemplo, la relación de recursos presentada por Aurelio Jiménez, Los 10 mejores

3 Este término se usa indistintamente para referirse tanto a la dirección de la lista como al programa que recibe y distribuye los mensajes.

foros de finanzas personales e inversión en español e inglés <https://holainversion.com/mejores-foros-inversion/> ⁴.

Asimismo, tampoco son foros de discusión los sitios web que no permiten esa ágil correspondencia entre suscriptores como *Small Business Finance Community Listserv*, mantenido por el U.S. Department of the Treasury (<https://www.treasury.gov/resource-center/sb-programs/Pages/ssbci-listserv.aspx>), y centrado en los negocios de las pequeñas y medianas empresas.

En nuestro país, Rediris (<https://www.rediris.es/>) constituye el mayor compendio de foros de discusión científica, actualmente mantenido por los ministerios de Ciencia e Innovación y Asuntos Económicos y Transformación Digital. Contiene más de 500 listas de distribución. La suscripción a estos foros es gratuita.

En relación con la Economía, Rediris recoge 25 foros (<https://www.rediris.es/list/select-iris.phtml?string=economia>), pero ninguno de ellos sobre Contabilidad y Finanzas, en cambio, aparecen otros que no debieran figurar en esta sección como, por ejemplo, los archivos de empresa, más vinculados a la Archivística que a la Economía.

Fuera de nuestra geografía, por ejemplo, en Estados Unidos, la Universidad de Houston, entre otras, ha implementado un foro de debate sobre finanzas (<https://uh.edu/office-of-finance/listserv/>) con la ventaja de que no requiere especiales exigencias para poder suscribirse a la lista.

C. MOOCS



149 impresionantes Mooc gratis que empiezan desde hoy 15 de mayo. ¡Aprovéchalos!

Newsletter

¿A qué esperas para suscribirte a nuestra

Al margen de polémicas suscitadas sobre el concepto de *moooc*, que apenas afectan a su operatividad, básicamente los *mooocs* (Massive Open Online Courses) son cursillos monográficos en línea, a expensas de instituciones académicas o iniciativas privadas, ordinariamente de menor duración que los cursos oficiales, cuyo objetivo

⁴ Consulta 30/08/2021.

principal es la especialización en determinadas materias. Los precedentes de este sistema de enseñanza se localizan en el proyecto OpenCourseWare del MIT hacia 1991 y surgen como complementos de las enseñanzas regladas.

La implementación de *moocs* en la enseñanza parece que aumenta el rendimiento académico de los estudiantes (Zhang, 2016). La conveniencia de crear *moocs* para la educación financiera cuenta con estudios interesantes, sobre todo en países subdesarrollados (Siddike; Kohda; Hoque, 2017) donde la asistencia presencial a las clases supone unos costes inasumibles para muchos asistentes.

La oferta de *moocs* en Internet es amplia tanto por parte de organismos públicos como de instituciones privadas. Más de 800 universidades en todo el mundo ofrecen esta clase de cursos⁵. Por regla general, la participación en algunos *moocs* es gratuita, pero si se desea una certificación de asistencia y superación del curso, ordinariamente se pide abonar unas tasas. Esto se produce sobre todo en convocatorias de entidades gubernamentales.

En diversas páginas web, se pueden ver listas de este tipo de actividades, como esta que presento a continuación, de la que he extraído los *moocs* tocantes a temas financieros⁶.

- Toma de Decisiones Financieras
- Autoridad, dirección y liderazgo
- La familia empresaria: individuo, dinámica y tiempo
- Fundamentos del Emprendimiento: Pensamiento y Acción
- Introducción a las Finanzas
- Solución de problemas y toma de decisiones
- Estructura de capital y política de dividendos
- Gestión del talento humano
- Administración financiera y su función en la empresa
- Finanzas operativas: cómo construir una empresa sólida
- Análisis de situaciones de negocio
- Comunicaciones integradas de marketing: Publicidad, Relaciones Públicas
- Habilidades gerenciales: Proyecto final
- Marketing Gerencial
- Finanzas para profesionales no financieros

5 Cfr. <https://www.elperiodico.com/es/activos/empleo/20181210/mejores-moocs-aprender-finanzas-universidades-gratis-7181464> [Consulta 28/07/2021].

6 Cfr. <https://mooc.es/149-impresionantes-mooc-gratis-que-empiezan-desde-hoy-15-de-mayo-aprovechaos/> [Consulta 09/08/2021].

- Gestión de proyectos: las bases del éxito
- Aspectos fundamentales de la gerencia
- ¿Cómo financiar mi empresa?
- El plan de marketing
- Marketing Verde
- Empezar la emprendeduría “sic”
- La gestión de personas y equipos
- Introducción al Mercado
- Emprendimiento y métodos ágiles de desarrollo en videojuegos
- Inglés Empresarial: Finanzas y Economía
- Gestión Empresarial Exitosa para Pymes
- Posicionamiento: La base del éxito en la estrategia de marketing
- La gestión en la empresa familiar
- Liderazgo Instruccional: Perspectiva Global y Prácticas Locales
- Introducción a las finanzas: Principios de valoración
- Plugin: Sincronizando estrategia de negocios con ejecución efectiva

Faltan, no obstante, algunos *moocs* ya clásicos en esta lista como Coursera, EdX, Tutellus y Miriadax.

D. BLOGS

Los blogs, en general, son páginas web de carácter monográfico de mayor o menor importancia (dependiendo de la persona que figura como autora y editora de dichas páginas) que suelen ordenar cronológicamente la actualización de sus informaciones.

En Internet corren diversas listas de blogueros, pero sin indicar cómo se han obtenido los rankings de expuestos, es decir sin estudios cuantitativos previos como, por ejemplo, la relación de *Los 40 bloggers españoles de negocio y finanzas que debes seguir*⁷, en la que se detectan algunas omisiones importantes.

Dentro de una larga lista de blogueros en Economía y Finanzas⁸, algunos blogs no pasan desapercibidos a los economistas como los de: Enrique Dans. <https://www.enriquedans.com/tag/blog>. Miscelánea financiera. Salva Marqués. <https://www.rankia.com/blog/salvando-mis-finanzas/4464484-hola-soy-salva-marques-tal-vez-recuerden-por-Interesantes-para-inversores-en-renta-variable>. Antonio

7 <https://finaton.com/es/info/los-40-bloggers-espanoles-de-negocio-y-finanzas-que-debes-seguir> [Consulta 28/07/2021]

8 Cfr. Sergio Yuste Teruel. *Los 7 mejores 7 blogs de finanzas personales* <https://www.gestionpasiva.com/mejores-blogs-de-finanzas-personales/> [Consulta 28/07/2021].

Alcocer Fernández-Pinilla. <https://www.antonioalcocer.com/>. Aconsejable para seguir cursos sobre Finanzas corporativas, Análisis de inversiones, valoración de empresas, planificación financiera, ahorro y jubilación. Miguel Ángel García. <http://blogmiguelangel.com/>, enfocado a la gestión financiera de las empresas. José Sande y Luis Martínez Sirera <https://josesande.com/>. Muy interesante para Economía, Empresa y Educación Financiera en los estudios de 3º y 4º de ESO y Bachillerato. Ofrecen gratuitamente libros de texto, libros de ejercicios, comics, guías didácticas, enlaces a vídeos online, recursos didácticos online tanto en español como en inglés, selección de películas para la docencia y algunos materiales complementarios diversos más.

E. ARBITRISTAS

Ser arbitrista es ante todo mostrar la vocación de mejorar el estado de las cosas. Se atribuye este término a la persona que durante el período de la dinastía de los Austrias elaboraba memoriales con propuestas de política económica para incrementar el bienestar social. Resultan viejas inquietudes que ya observamos en períodos históricos anteriores como se puede observar, por ejemplo, en muchos aspectos de la obra de Ibn Jaldún durante la Baja Edad Media. En España, se cultivó este tipo de publicaciones, haciéndose más patente sobre todo en el período decadente durante la época de Carlos II. Su reflejo en el siglo XIX es la corriente regeneracionista y en la actualidad las iniciativas particulares aparecidas en los *mass media*.

Se puede decir que la versión actual de los arbitristas de antaño son algunas de las personas que más tiempo ocupan en programas televisivos. Sin excluir a otros muchos no menos importantes, me atrevo a señalar los más conocidos:

Gonzalo Bernardos Rodríguez

José Luis Fernández Santillana

José Emilio Irazo

José María Gay de Liébana (fallecido el 16 de julio del 2021).

Daniel Lacalle

Vicenç Navarro López

Santiago Niño Becerra

Miguel Sebastián Gascón

F. YOUTUBERS

No abundan los docentes que cuelguen sus lecciones en la plataforma YouTube o que, al menos, permitan la grabación de sus exposiciones, siendo como es, una excelente herramienta para la enseñanza a distancia y sobre todo en períodos de pandemia.

Introduzco en este bloque a aquellas personas que, independientemente de que se coincida o no con su interpretación de las finanzas, son dignas de elogio por su generoso esfuerzo a la enseñanza de la Economía y las Finanzas. Algunos no han sido muy constantes ni regulares, pero han dejado alguna muestra de su capacidad docente como buenos transmisores de conocimiento, tal es el caso de Julián Pavón. Otros han sido más prolíficos como, por ejemplo:

- *Xavier Puig. Abarca variedad de temas. Destacables son, entre otras, sus sesiones sobre Matemáticas financieras y finanzas para no economistas.*

- *Xavier Salas i Martí. Autor de diversidad de temas curiosos de cariz económico interpretados desde la perspectiva del Neoliberalismo.*

G. INFLUENCERS

El papel de los llamados *influencers*⁹ acapara cada día mayor interés en los medios de comunicación. En el ámbito científico también se deja notar este fenómeno popular. Sus intervenciones pueden cambiar el curso ordinario de los mercados de manera drástica sin mucha lógica. Un ejemplo reciente surgió con el accionariado de Coca-Cola cuando el jugador de fútbol Cristiano Ronaldo, en una rueda de prensa, sustituyó una botella de esta marca por un vaso de agua. Pero también hay maneras posibles de influir sobre los *influencers* para mejorar los estados de pobreza (El-Zoghbi, 2021).

En el terreno económico también han surgido muchos *influencers* o influyentes sobre negocios que a menudo publican sus comentarios en redes sociales como Twitter. Algunos tuiteros relevantes, tanto del mundo académico como de los medios de comunicación, se pueden localizar en:

<https://www.clubinfluencers.com/tuiteros-mas-influyentes-economia/> Entre los más populares figuran la periodista Laura Blanco, el profesor Daniel Lacalle, la periodista Marta García Aller, el economista José Carlos Díez, el defensor del liberalismo económico a ultranza Juan Ramón Rallo, el también periodista Miquel Roig, el profesor Carlos Rodríguez Braun, el otro profesor Emilio Ontiveros, el informador Pablo Rodríguez, la periodista Susana Criado, ...

Los *influencers* están necesariamente relacionados con las redes sociales. Un estudio de la compañía de seguros Crédito y Caución¹⁰ revela datos interesantes como que los contenidos sobre temas económicos en las cuentas globales de Twitter son muy bajos (3,4%), la participación por profesionales es prácticamente idéntica entre profesores, periodistas y analistas de mercados. La intervención de las mujeres también es muy baja respecto a los varones, aunque en el caso de los periodistas casi se equiparan (47%), en cambio en el grupo de los docentes la representación es insignificante (7%).

⁹ La Real Academia Española recomienda emplear los términos *influidores*, *influenciadores* o *influyentes*.

¹⁰ <https://www.creditoycaucion.es/es/twecos/opinion> [Consulta 09/12/2021].

No todas las listas de principales influyentes están relacionadas con el prestigio académico de los mismos. Por ejemplo, en un estudio realizado por la Universidad John Hopkins de Estados Unidos en marzo del pasado año¹¹, el ministro español de Consumo Alberto Garzón obtenía mayor número de seguidores que el economista Xavier Salas i Martí como puede apreciarse en la tabla siguiente:

Nombre	País	Seguidores (miles)	Ranking
Paul Krugman	United States	4600	1
Gustavo Petro	Colombia	4024	2
Ricardo Amorin	Brazil	1400	3
Alberto Garzon	Spain	1144	4
Martin Lusteau	Argentina	1100	5
Oscar Iván Zuluaga	Colombia	805	6
Alfonso Prat Gay	Argentina	588	7
Rodrigo Constantino	Brazil	563	8
Nouriel Roubini	United States	512	9
Xavier Sala-i-Martin	Spain	505	10

H. CANDIDATOS A PREMIOS NOBEL Y PREMIOS JAIME I

Es aconsejable estar al tanto en los foros de Internet sobre aquellos posibles candidatos españoles a la concesión de los premios Nobel de Economía que se conceden a la trayectoria laboral de los científicos de mayor reconocimiento. En España, Manuel Arellano, es uno de los posibles aspirantes por la trascendencia de algunos de sus artículos. Los galardonados suponen buenos indicios de calidad, a pesar de algunas decisiones polémicas de los jurados y/o de afirmaciones cuestionables de algunos premiados (Díaz, 2021).

En el entorno nacional, las principales convocatorias en España son:

- *Premio de Economía Rey de España. Anteriormente Premio Rey Juan Carlos de Economía. Creado por la Fundación José Celma Prieto con periodicidad bienal. <https://www.fuam.es/noticias/fundacion-jose-celma-prieto-premio-de-economia-rey-juan-carlos-plazo-31052014/>*

11 <https://www.infobae.com/economia/2021/03/27/estrellas-en-twitter-quienes-son-los-influencers-economicos-argentinos-del-ranking-global-de-una-prestigiosa-universidad-de-eeuu/> [Consulta 16/08/2021]

- Premio Institut d'Estudis Financers. <https://www.iefweb.org/institut-destudis-financers-premis-finanzas-para-todos-del-plan-de-educacion-financiera-2020/>
- Premios de Economía de la fundación Rei Jaume I. <https://fprj.es/>
- Premios Princesa de Asturias de Ciencias Sociales. <https://www.fpa.es/es/premios-ciencias-sociales> Entre otros premiados, destaca Amartya Sen, también premio nobel.

I. EXCURSO. COMPLEMENTOS FORMATIVOS

Aunque las plataformas online, en este caso, no supongan el soporte ni la base de la formación académica de carácter telemático, y su inclusión en este apartado parezca forzada, estimo oportuno hacer una alusión a los másteres de especialización. Su número supera con creces al de las titulaciones de grado en la Enseñanza Superior, y no vamos a detenernos en hacer una enumeración de los más importantes, pero sobre todos ellos hay uno que destaca por su prestigio. Se trata del Máster del Centro de Estudios Monetarios y Financieros (CEMFI) <https://www.cemfi.es/>. Originariamente creado por el Banco de España en 1987 (ahora fundación independiente de este organismo desde 1991). Con una duración de dos años, es una de las mejores fábricas en la preparación de directivos financieros.

2. CONCLUSIONES

La transmisión del conocimiento a través de redes sociales ha adquirido hoy tanta importancia que incluso algunas redes están rivalizando con las cuentas de correo individuales. Este sistema de comunicación, así como otros recursos alternativos expuestos en este trabajo, aporta indudables ventajas y beneficios para el acceso a la información económico-financiera, sin eludir también los posibles contenidos fraudulentos.

Evidentemente, la información divulgativa carece de controles de calidad y de informaciones caprichosas e incluso tendenciosas, pero cada vez son más los proyectos educativos respaldados por personas de reconocido prestigio que ayudan a los interesados a completar su formación académica, en muchas ocasiones de manera gratuita.

Tanto en el nivel divulgativo como en el científico (en este segundo caso, como actividades complementarias) estas contribuciones ofrecen materiales instructivos dignos de ser apreciados, sobre todo para resolver las necesidades de información de muchos usuarios que no puedan costearse cursos de formación de elevada cuantía.

El proceso de publicaciones científicas en abierto (incluyendo los actuales repositorios y recolectores de estos, todavía aletargados por las limitaciones de uso), con unos apropiados controles de calidad, es irrefrenable. Aportará rapidez de difusión, mayor actualización de contenidos y libertad de acceso.

Sin embargo, en el ámbito académico, todavía se echa en falta el esfuerzo de editar y difundir recursos didácticos, en especial materiales audiovisuales como refuerzo de las clases magistrales para el beneficio de los alumnos y de cualquier otro tipo de público.

La participación del profesorado en la grabación de lecciones magistrales resulta todavía pusilánime y exigua, pero necesaria para el aprendizaje de la Economía porque una mayor cultura económica genera sin duda una mayor riqueza material.

BIBLIOGRAFÍA

Bailey, M., Cao, R., Kuchler, T., & Stroebel, J. (2018). The economic effects of social networks: Evidence from the housing market. *Journal of Political Economy*, 126(6), 2224-2276.

Castells, M. (1997). *La Sociedad Red. La era de la información. Vol. 1*. Alianza Editorial.

Celaya, J. (2011). *La empresa en la web2*. Planeta.

Di Giannatale, S., Elbittar, A., Maya, L., Ramirez, A., & Roa, M. J. (2010). Confianza, redes sociales y hábitos financieros: Un estudio empírico. *Documentos de Trabajo del CIDE* (México).

Díaz, B. (2021). Paul Krugman: "España podría acabar rescatando a Alemania de su próxima crisis". Entrevista al diario El Mundo, 13/02/2020. En: <https://www.elmundo.es/papel/lideres/2020/02/18/5e4ad9bafc6c83672e8b45c3.html> [Consulta 12/10/2021].

El-Zoghbi, M. (2021). Market systems thinking in inclusive finance: Influencing the influencers. En: Ledgerwood, J. (ed.). *Making Market Systems Work for the Poor*. UK: Practical Action Publishing, 147-156.

González de la Garza, L.M. (2015). Las economías de Red. In *Redes sociales, instrumentos de participación democrática. Análisis de las tecnologías implicadas y nuevas tendencias*. Dykinson

Jussila, J. J.; Kpñärkkäinen, H.; Aramo-Immonen, H. (2014). Social media utilization in business-to-business relationships of technology industry firms. *Computers in Human Behavior*, 30, 606-613.

Kenett, D. Y, Havlin, S. (2105). Network science: a useful tool in economics and finance. *Mind. Soc.*, 14, 155-167.

Lanier, J. (2018). *Diez razones para borrar tus redes sociales de inmediato*. Debate.

Lázaro Ávila, M. (2019). *Community Manager, la guía definitiva*. Anaya Multimedia.

Lladós, J.; Jiménez, A. I.; Garay, L. (2008). La innovació digital de l'empresa catalana: patrons, característiques i determinants. En: J. Vilaseca; J. Torrent. *L'Empresa Xarxa. Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Productivitat i Competitivitat*. Ariel.

Markum, R. (2016) A Study of Social Network Effects on the Stock Market, *Journal of Behavioral Finance*, 17(4), 342-351.

Martín-de-Santos, I.; Martín-Vega, A. (2010). Las fuentes abiertas de información. Un sistema de competencia perfecta. *Inteligencia y Seguridad: Revista de análisis y prospectiva*, 8, 91-112.

Mi, C., Zhang, Q., & Lin, C. T. (2018). The Equilibrium and Risk Analysis of Internet Finance under Social Networks Influence. *Systemics, Cybernetics and Informatics*, 16(5), 39-43.

Mirabell, O. (2013). Las TIC y la transferencia de conocimiento en el turismo. *Nuevos horizontes en la gestión del turismo*. Escola Universitària de Turisme i Gestió Hotelera, UAB, 57-81.

Mirabell, O. (2014). Knowledge Exchange in Social Networking Sites. *Perspectives on Social Media: A Yearbook*. Routledge. 11-18.

Pavan, B.; Velasco, J. J.; Jiménez, F.; Gonzalo, M.; Acevedo, I. *Las mejores prácticas en redes sociales para empresas: guía y casos de éxito*. Hipertextual; Movistar. Accesible en diversas páginas web, también en Amazon.

Pejman, E.; Hamidreza A.; Abbas G.; Mahsa A. (2019) Social Networks, Exchange Rate Fluctuation, and Economic Growth: ARDL Approach. *Tékhné* 17(1), 1-9.

Rissoan, R. (2019). Redes sociales, comprender y dominar estas nuevas herramientas de comunicación. 5ª ed. s.l. (Valencia): ENI.

San Millán Fernández, E.; Medrano García, M.L.; Blanco Jiménez, F.J. (2009). Redes Sociales Financieras. En: Attilio Celant; Txomin Iturralde (Coords.). *Creativity ans Survival of the Firm under Uncertainty*. Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa, AEDEM, 305-322.

Sheridan, M.; Kotrla, K. (2017). *They Ask You Answer*. John Wiley & Sons.

Siddike, M. A. K., Kohda, Y., & Hoque, M. (2017). Application of MOOCs for borrowers' financial education in microfinance. *Knowledge Management & E-Learning*, 9(2), 160-176.

Torrent i Sellens, J. (2009). Coneixement, xarxes i activitat econòmica: una anàlisi dels efectes de xarxa en l'economia del coneixement. *UOC Papers*. 8, 1-23.

Zhang, J. (2016). Can MOOCs be interesting to students? An experimental investigation from regulatory focus perspective. *Computers and Education*, 95, 340–351.

Wasserman, S.; Faust, K. (1997) *Social Network Analysis: Methods and Applications* (Cambridge University Press).