

UNA REFLEXIÓN NECESARIA

Repensando la enseñanza de la economía en la universidad

Carolina Hintzmann

Directora del grado de Economía de la UOC

Joan Miquel Gomis

Director de *Oikonomics*. Profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC

En su quinta edición, la revista *Oikonomics* dedica este número a un tema de especial relevancia, como es el de la reflexión sobre la enseñanza de la economía en la universidad. Grupos de estudiantes y de profesores cuestionan los planteamientos y la orientación de esta formación, una crítica que se ha intensificado con la última crisis, pero que ya existía con anterioridad.

Para analizar esta cuestión, hemos recogido varias opiniones que reflejan con la profundidad necesaria los ejes centrales de la crítica, que tienen como denominador común la carencia de pluralidad. En la primera reflexión, a modo de introducción, el investigador del Internet Interdisciplinary Institute de la UOC, Ramon Ribera, revisa los orígenes del debate sobre el pluralismo en la enseñanza de la economía. Un debate cuyos orígenes el autor sitúa hace más de cuarenta años. Con toques autobiográficos, Ribera repasa y contextualiza de manera didáctica los momentos clave de la historia de la reflexión sobre el proceso que él denomina «despluralización de la economía».

En este entorno, la última crisis económica ha intensificado las actividades de varios colectivos de estudiantes que, en diferentes países, han hecho sentir su voz crítica con relación a la enseñanza de la economía. Estas voces se han agrupado en torno a grupos como el denominado Post-Crash, a los que están vinculados los autores del segundo artículo de este número, Ferran Español y Laura de la Villa. En su texto, los autores quieren poner de manifiesto la necesidad de que la formación económica sea por el bien de los estudiantes, pero también del mundo académico, las empresas y la sociedad en general, más plural desde una perspectiva teórica, metodológica e interdisciplinar.

Por su parte, abundando en este tema, el catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, Carlos Berzosa, afirma que en las últimas décadas se observa «una tendencia general para convertir la economía en un conocimiento que pretende asemejarse a las ciencias puras, como la matemática, y las ciencias experimentales, como la física». Señala que se prioriza la formación cuantitativa basada en la teoría neoclásica y se menosprecia lo que se denomina «literatura económica». En este contexto, entiende que cuestiones básicas para el análisis del mundo contemporáneo como la globalización, las desigualdades, la pobreza, el hambre... no son tratadas de forma adecuada.

El profesor de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC, Joan Torrent, introduce en el debate una perspectiva diferente. Analiza la cuestión desde el concepto de economía del conocimiento que, en el marco de la tercera revolución industrial, está transformando el paradigma científico de la economía y, por tanto, de su enseñanza. En su artículo defiende la opción de articular nuevas funciones del comportamiento y nuevas métricas de la economía. Un planteamiento que debería provocar cambios como, entre otros, avanzar desde el compor-

tamiento individual hacia el compromiso colectivo o de la competencia oligopolística a la red de negocios. Y en cuanto a la docencia, propone, entre otros aspectos, reconfigurar la organización de la educación de la economía hacia una red interdisciplinar de conocimiento transversal para resolver problemas.

En la entrevista final que completa el dossier, Elisenda Paluzie, decana de la Facultad de Economía y Empresa de la Universidad de Barcelona (UB), nos explica cómo afecta este debate a un centro de formación universitaria de referencia como es la UB. Paluzie se hace eco de las críticas de falta de pluralidad en la enseñanza y analiza la situación en el caso de la Facultad que dirige. Considera que, en general, hay que hacer un esfuerzo para evolucionar en la docencia de la economía, puesto que no se puede seguir enseñando economía como si no hubiera pasado nada en los últimos veinte años. En este sentido, hace una mención especial al llamado *The Core Project* como una iniciativa a tener en cuenta para presentar nuevas herramientas y manuales docentes para replantear la enseñanza de la economía.

En la sección de Miscelánea, en esta edición se incluye un artículo de Juan Carlos Gázquez, profesor titular de la Universidad de Almería y profesor colaborador de la UOC, sobre las llamadas «marcas de distribuidor», que califica como «fenómeno social y económico». El artículo analiza el papel de estas marcas en la cadena de distribución alimentaria y cómo están afectando tanto a los intereses de los minoristas como a sus estrategias comerciales.

En la sección de Trabajos Finales, se recoge el estudio de satisfacción y posicionamiento de Triathlon Vitoria-Gasteiz realizado por la graduada en Marketing e Investigación de Mercados, Itziar Galdos. Con esta propuesta, para un acontecimiento deportivo se presenta un planteamiento para «obtener indicadores y resultados objetivos sobre la satisfacción de los participantes y conocer el posicionamiento de la marca para establecer planes de acción en el planteamiento estratégico global del evento, basados en datos fiables y no en meras percepciones», como se indica en el trabajo.



Carolina Hintzmann

chintzmann@uoc.edu

**Profesora de los Estudios de Economía
y Empresa (UOC)**

Doctora en Economía por la Universidad de Barcelona y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la misma universidad. Directora del grado de Economía de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC y coordinadora de movilidad internacional de los mencionados estudios. Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la macroeconomía, el crecimiento económico, la productividad del trabajo y el *e-Learning*. Es miembro del grupo de investigación Management & e-Learning (MeL).



Joan Miquel Gomis

jgomisl@uoc.edu

Profesor de los Estudios de Economía y Empresa (UOC)

Doctor por el Departamento de Economía y Organización de Empresas de la Universidad de Barcelona. Licenciado en Ciencias de la Información por la UAB. Director del programa (grado) de Turismo de los Estudios de Economía y Empresa de la UOC. Director de *Oikonomics*. Ha sido codirector académico (2006-2010) del máster sobre Gestión, Política y Estrategia de los Destinos Turísticos, organizado conjuntamente por la UOC y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Sus áreas de especialización se sitúan en el ámbito de la dirección estratégica de la empresa turística, la aplicación de las TIC a la distribución y en el ámbito de la responsabilidad social. Investigador del grupo consolidado GRATET y miembro del Laboratorio del Nuevo Turismo de la UOC.

Los textos publicados en esta revista están –si no se indica lo contrario– bajo una licencia Reconocimiento-Sin obras derivadas 3.0 España de Creative Commons. Puede copiarlos, distribuirlos y comunicarlos públicamente siempre que cite su autor y la revista y la institución que los publica (autoría, nombre de la revista, institución editora); no haga con ellos obras derivadas. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/es/deed.es>.

