

# Prólogo

*Hipólito Vivar Zurita*

Catedrático Universidad Complutense de Madrid (UCM)

La docencia universitaria es una profesión atractiva, particularmente en el sector público. Los salarios de los docentes de educación superior son más altos que la media de los titulados que trabajan en otras profesiones, aunque en España varían significativamente en cada comunidad autónoma. Los requisitos de cualificación para llegar a ser profesor universitario y el posterior desarrollo de su carrera académica son establecidos por las administraciones central y autonómica. A través de las distintas agencias de acreditación clasifican y valoran el nivel de méritos de las actividades docentes e investigadoras de los solicitantes, que junto con la formación académica, dan el acceso a las diferentes figuras de profesor universitario.

Por lo general, los docentes no se sienten atraídos por incentivar la empleabilidad de sus estudiantes, ya que este punto no se les valora en su currículum, centrado únicamente en la docencia y la investigación. Aun siendo un ámbito fundamental la cooperación entre la universidad y la empresa, la participación de los profesores es escasa. Más del 75% de los académicos no participan de ninguna forma en estas labores: por ejemplo, asesoramiento y movilidad de los alumnos o investigaciones participadas con el sector profesional (Galán Muros *et al.*, 2019).

La cooperación es especialmente reducida en la elaboración de los planes de estudio, contenidos de las asignaturas, ofertas conjuntas de formación o la simple participación de profesionales en informar del sector industrial

al alumnado. Así lo confirman las directrices del Consejo de la Unión Europea en sus recomendaciones específicas a España: «Incrementar la cooperación entre los sectores educativo y empresarial con vistas a mejorar las capacidades y cualificaciones demandadas en el mercado laboral, especialmente en el ámbito de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)» (Consejo de la Unión Europea, 2019)

Con respecto a las áreas de las Ciencias Sociales y las Humanidades, la situación es más crítica, ya que sus centros de trabajo adolecen de la necesaria infraestructura para desarrollar proyectos de investigación, propios del entorno en que vivimos relacionados con las TIC, en plena sociedad de la información. La cualificación en formación específica de los humanistas relacionada con las tecnologías aplicadas a su campo de estudio es reducida y normalmente autodidacta. La interdisciplinariedad se circunscribe a su propio campo de estudio, y cuando se precisa para la investigación de proyectos digitales se contrata a una empresa especializada externa de carácter técnico. En esta tesitura se impide el establecimiento de equipos híbridos que compartan información sobre sus herramientas o métodos o que creen protocolos de interoperabilidad entre diferentes áreas de conocimiento.

La posibilidad de nuevos enfoques a la investigación social basada en la innovación y el intercambio de ideas, desde disciplinas experimentales, se torna en una barrera estanca e infranqueable que no da una respuesta a las crecientes necesidades de flexibilidad y adaptación de las Ciencias Sociales y las Humanidades a los nuevos cambios y tendencias en las TIC.

Según el informe Índice de Economía y Sociedad Digital (DESI, 2019), España avanza en el proceso de digitalización y se mantiene por encima de la media de la Unión Europea (UE). Un informe que —desde 2014 y a través de cinco grandes indicadores (conectividad, capital, uso de internet, integración de la tecnología digital y servicios

públicos digitales)— evalúa la evolución individual y colectiva de cada país con respecto a la media comunitaria. De esta manera, el documento se convierte en una referencia clave a la hora de marcar las políticas prioritarias de los gobiernos nacionales relacionadas con la economía digital.

De un total de 28 países, España se encuentra en el puesto número 11, por encima de la media europea, pero muy lejos de los países líderes en materia de digitalización: Finlandia, Suecia, Países Bajos y Dinamarca. En clave positiva, España es líder en despliegue de infraestructuras, se mantiene a la cabeza en materia de servicios públicos digitales, avanza en el uso de internet por parte de los ciudadanos y tiene un resultado significativo en la integración de la tecnología digital.

Por el contrario, España se encuentra rezagada en las competencias digitales de la ciudadanía y el talento digital. En suma, suspendemos en promover el avance científico y tecnológico del capital humano y no apostamos por la formación. Sigue habiendo una importante inadecuación de las cualificaciones, tanto en términos de naturaleza de las titulaciones como de campo de estudios de nuestros estudiantes, ajustándolos a los requerimientos del mercado laboral y en particular reforzando sus habilidades digitales y las competencias tecnológicas.

A pesar de las altas tasas de titulados en educación superior, la oferta de cualificaciones digitales no se ajusta a la creciente demanda de la industria. En 2017, el índice de titulados en educación superior (el 41,2% de la población entre 30 y 34 años) era superior a la media de la UE (39,9%), pero sigue habiendo una importante inadecuación de las cualificaciones en lo que respecta al área de conocimiento de las titulaciones, así como al contenido de los planes de estudio de estos. En 2015, el 19% de los trabajadores españoles estaban infracualificados para su empleo y el 22% estaban sobrecualificados (OCDE, 2016). Entrando en el detalle, la especialización en campos poco demandados en el mercado laboral de nuestros egresados

hace que éstos acepten trabajos por debajo del nivel de su titulación en empleos nada relacionados con la misma. Además, la creciente demanda de oferta de especialistas en todos los campos de estudio con conocimientos TIC hace que las empresas tengan que formar internamente personas con baja o inadecuada cualificación en competencias digitales para estos empleos. Una combinación que limita nuestro crecimiento y la capacidad de innovación en la economía digital.

Si bien se han puesto en marcha programas de educación y formación en competencias digitales en todos los niveles, las iniciativas del Gobierno persiguen machaconamente el mismo objetivo: aumentar el número de titulados en ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas (CTIM). Y en este apartado, con especial énfasis, en el objetivo de alcanzar una mayor participación en estos estudios de las mujeres en edad escolar.

El Plan de Formación en Competencias Digitales y Tecnológicas, que en 2018 puso en marcha el Gobierno, se centra en ayudar a los titulados en TIC, el 3,9% sobre el total de los graduados, para satisfacer mejor la demanda de estos especialistas para las empresas. Con este panorama, los resultados de nuestro país en competencias digitales reflejados por el DESI son preocupantes, por debajo de la media europea (España se encuentra en el puesto 17 de un total de 28 países) y lejos de las grandes economías del continente. Si bien ocupamos una posición de liderazgo en el despliegue y calidad de las infraestructuras, especialmente en el despliegue de la fibra óptica; por el contrario, los españoles estamos atrasados en el fomento de la alfabetización digital de la ciudadanía, en la formación continua de los trabajadores y sobre todo en la adaptación de los desarrollos curriculares de nuestros estudiantes.

La respuesta a estas crecientes necesidades de conocimiento tecnológico es la colaboración entre las universidades y las empresas. Una mirada comparativa a nivel internacional del mismo informe DESI de 17 países adi-

ciones fuera de la Unión Europea (UE) muestran otras variables como son: la financiación de la innovación digital, el entorno institucional y el análisis del talento digital que ayudan a entender de forma más precisa la coyuntura digital. En nuestro país la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE) y la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE) han acordado incrementar la participación de las empresas en la implantación de nuevos contenidos y métodos de aprendizaje en los planes de estudios de nuestras facultades con el fin de mejorar la empleabilidad de los titulados universitarios.

Además de los esfuerzos de cooperación entre la universidad y las empresas, la reducción de la correspondencia entre formación y necesidades del mercado de trabajo constituye un reto para España que depende también de otros factores: la falta de movilidad de los estudiantes, la escasa formación del personal docente en competencias digitales, la rigidez de las oficinas de prácticas externas y empleabilidad de los centros, y la falta de transferencia de los conocimientos a la sociedad.

Esta reflexión nos sirve para comprender cuáles son los siguientes pasos que debemos emprender, desde diferentes estamentos, para aprovechar al máximo el potencial de la digitalización en la sociedad de la información en la que vivimos. La inclusión de competencias digitales básicas y avanzadas, en el marco de la sociedad de la información, pasa por redefinir la forma de aprender e investigar en los campos de las Ciencias Sociales y Humanidades.

El binomio Formación-Empleo debe estar cada vez más cerca, con mayor hincapié, si cabe, en un sector, el de la Comunicación, donde la transformación está siendo acelerada por el cambio tecnológico. Los niveles de comunicación y conexión entre las personas, con los avances tecnológicos, se han multiplicado a una velocidad inimaginable (Salazar, 2018) y esto es debido al alto grado de penetración de internet que ya es parte de nuestro modelo

de vida y, en el campo de la comunicación, de nuestras organizaciones (Perlado, 2013).

Se recogen en este libro 12 aportaciones que presentan profesores de 6 universidades públicas y privadas e igual número de empresas que abordan las profesiones, procesos, contenidos y efectos de la comunicación tras el despliegue digital. Esta participación es necesariamente igualitaria dado el carácter colaborativo en este texto entre la industria y las instituciones académicas. Desde la universidad —pero también desde el sector profesional— interesa resolver cuestiones tales como: ¿Qué competencias reclaman los empleadores?, ¿Cuáles son las áreas de mayor empleabilidad? o ¿Hacia qué modelos de negocio están yendo las diferentes áreas que conforman la Comunicación?

Una consideración final. En la era digital en que estamos inmersos, el factor humano, el desarrollo de sus competencias y consecuente empleabilidad, es el elemento diferenciador. Es preciso acompasar la mejor formación con las exigencias de la innovación industrial. Merece la pena recordar que en nuestras facultades de Comunicación nos encontramos atascados en un paradigma educativo del siglo pasado, mientras que el mundo exterior nos demuestra a diario que estamos equivocados. En este libro, docentes y profesionales dan un paso al frente y analizan el rol de la comunicación en la sociedad digital y reflexionan acerca del horizonte de sus profesiones, con el objetivo de ampliar la perspectiva de mercado y ayudar a estrechar la obligada relación entre la Universidad y la Empresa.

Madrid, noviembre de 2019.

## Bibliografía

- Consejo de la Unión Europea (2019), Recomendación del Consejo relativa al Programa Nacional de Reformas de 2019 de España y por la que se emite un dictamen del Consejo sobre el Programa de Estabilidad de 2019 de España, disponible en: [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2019-european-semester-country-specific-recommendation-commission-recommendation-spain\\_es.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/2019-european-semester-country-specific-recommendation-commission-recommendation-spain_es.pdf)
- DESI (2019). *The Digital Economy and Society Index (2019)*. Disponible en: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>
- Galán Muros, V.; Davey, T.; D'Este, P.; Meerman, A.; Orazbayeva, B.; Troutt, M.P.; Melonari, M. (2019), State of University-Business Cooperation SPAIN: University Perspective, [Estado de la cooperación universidad-empresa ESPAÑA: la perspectiva universitaria]
- OECD (2016). *Education at a Glance 2016: OECD Indicators*, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.187/eag-2016-en>
- Perlado-Lamo-de-Espinosa, M. (2013). Nuevas oportunidades en la comunicación digital: nuevos perfiles y competencias. *Prospectivas y tendencias para la comunicación en el siglo XXI*, 17(6), 429-440.
- Salazar, Idoia (2018). Los robots y la Inteligencia artificial. nuevos retos del periodismo. *Doxa Comunicación*, 27, pp. 295-315. <https://doi.org/10.31921/doxa-com.n27a15>