Jorge Clemente Mediavilla
Dimitrina J. Semova
(Editores)

El impacto social de la Universidad en la transferencia de conocimiento

Observatorio ATIC, nº 6

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE UNIVERSIDADES CON TITULACIONES DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SALAMANCA
2023

1ª edición: Salamanca (España), 2023.

Publicación auspiciada por ATIC, Asociación Española de Universidades con Titulaciones en Información y Comunicación.
http://titulaciones-atic.com
Email de contacto: comunicacion@titulaciones-atic.com

Diseño y producción gráfica: Pepa Peláez, Editora.

Del texto: © *by* Los Autores

De esta edición:
Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, sello propiedad de:
© *by* Pedro J. Crespo, Editor (2023)

Contacto:
Gestión: Avda. Juan Pablo II, 42, Ático A. 37008 Salamanca.
Taller editorial y Almacén: c/ Escuelas, 16. 49130 Manganeses de la Lampreana (Zamora).

info@comunicacionsocial.es
https://www.comunicacionsocial.es

ISBN: 978-84-17600-79-2

Depósito Legal: DL S 47-2023
Impreso en España. *Printed in Spain*

Introducción
El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento en Comunicación

Jorge Clemente Mediavilla
Universidad Complutense de Madrid
Dimitrina J. Semova
Universidad Complutense de Madrid

El presente volumen es el resultado de la colaboración de los investigadores de distintas facultades de Comunicación de España que, agrupadas en ATIC (Asociación de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación) dedican sus esfuerzos a la promoción, organización y el conocimiento de la formación universitaria de los diferentes profesionales de la comunicación, procurando el fomento del desarrollo de las facultades y estudios universitarios de Comunicación, promoviendo vínculos permanentes de cooperación e intercambio de ideas y experiencias entre las facultades de Comunicación en España y las de otros países y regiones del mundo.

El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento en Comunicación trata de alumbrar, desde diferentes puntos de vista y actuaciones, todas las iniciativas que desde las facultades españolas del ámbito de la Comunicación se están llevando a cabo para devolver a la sociedad una parte de lo que ella demanda a la universidad: la transferencia del conocimiento generado en las aulas, los laboratorios, las cátedras, los proyectos de investigación y en todas las iniciativas que desde la propia universidad surgen cada día.

Desde la universidad de Barcelona, los profesores Jorge Franganillo, Lydia Sánchez, Mª Ángeles García Asensio y Anna Marqués, profundizan en el estudio de la transferencia social del conocimiento a través del vídeo: el aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual. Los estudiantes de Comunicación Audiovisual adquieren destrezas técnicas y creativas, al tiempo que crecen en competencias cívicas y se capacitan para resolver problemas, tomar decisiones, e idear, planificar y ejecutar proyectos con una filosofía de calidad y excelencia. Igualmente, la necesidad de analizar el entorno, de investigar en las necesidades sociales y de generar y transferir conocimiento conduce a un trabajo interdisciplinario, en el que los estudiantes colaboran con profesionales de diversas áreas de conocimiento.

La profesora María Solano, de la universidad de CEU San Pablo de Madrid, nos habla de su nuevo Hub de emprendimiento, como una propuesta de valor para al servicio de la comunidad universitaria. Un hub que aglutina en su estructura un punto de gestión de estrategia de comunicación *ad intra* y *ad extra*, una estructura que permite dotar de contenidos creativos a las peticiones y los trabajos que se hayan iniciado, un gabinete de comunicación que da soporte a la Facultad y a otros departamentos, una redacción multimedia para llevar a cabo un seguimiento de la actualidad por diferentes canales y un laboratorio de ideas que permite explorar más allá de los métodos tradicionales de comunicación.

Desde la universidad de Alicante, la profesora Natalia Papí ahonda en las cátedras institucionales como herramientas en la transferencia del conocimiento. En particular, se pretende cuantificar y describir dichas cátedras universitarias, con el fin de cuantificar los principales temas en los que se centran las Cátedras Institucionales, con especial atención en los relacionados con el ámbito de la Comunicación, así como los rasgos más relevantes y los tipos de acciones que no solo pueden contrastarse con las aportaciones publicadas, sino que también pueden desvelar nuevas fórmulas de transferencia en Comunicación.

Los profesores José Antonio Ruiz y Laia Falcón, de la universidad Complutense de Madrid, nos hablan de la empleabilidad y el perfil vocacional de los estudiantes de grado, a partir de dos aspectos principales: las herramientas con las que la Facultad de Ciencias de la Información cuenta, para orientar a los estudiantes en el desarrollo de competencias y habilidades que mejoren su empleabilidad, así como el programa de investigación y acción con el que este centro emprende un análisis en profundidad de la identidad universitaria y el perfil vocacional de su alumnado, destinado a fomentar la calidad de la interacción entre estudiantes, sensibilizar a los distintos colectivos que participan en el estudio sobre su papel en la mejora de la formación universitaria y diseñar acciones institucionales, de interacción y coordinación docente, prestando una especial atención a la igualdad y la inclusión de los colectivos más vulnerables.

En el caso de la universidad de Granada, los profesores Juan Ángel Jódar y Jordi Alberich analizan las iniciativas de su universidad para el emprendimiento en Comunicación, haciendo un repaso a las principales iniciativas de emprendimiento en creación audiovisual y nuevos medios desarrolladas por estudiantes y egresados. Empresas reconocidas y consolidadas en el sector audiovisual, la creación artística y los videojuegos irrumpieron en el mercado profesional por iniciativa de jóvenes estudiantes que desarrollaron su inquietud emprendedora y cuyos casos se analizarán en profundidad.

Desde la universidad de Sevilla, Mar Ramírez-Alvarado, Gloria Jiménez y Víctor Hernández-Santaolalla nos comentan la experiencia de su facultad en la gestión de prácticas en empresas en el ámbito de la Comunicación y la transferencia del conocimiento, con un doble objetivo: presentar el modelo

existente en la Universidad de Sevilla a través del Secretariado de Prácticas en Empresa y Empleo, así como mostrar la experiencia en la gestión de las prácticas curriculares en la Facultad de Comunicación, evidenciando conceptos como los perfiles profesionales, la precariedad laboral, el fomento del emprendimiento o la realidad empresarial emergente.

Por su parte, la profesora Isabel Villanueva, nos habla de la experiencia de innovación docente a través del Espacio CIM (Comunicación e Innovación en la Música) de la Universidad Internacional de Cataluña, describiendo el proceso de consolidación de esta iniciativa llevada a cabo por la facultad de Ciencias de la Comunicación, que ha conseguido crear una red entre las empresas audiovisuales y musicales con los talentos creativos del sector audiovisual, ofreciendo a los estudiantes un espacio de visibilidad y acceso directo a estos sectores profesionales.

Desde la Universidad de Navarra, las profesoras Raquel Puente y Mercedes Medina nos hablan del emprendimiento en el campo de la Comunicación, a pesar de las dificultades existentes en dicho ámbito. Ahondarán en la relación existente entre la formación general de pregrado y la propensión a iniciar un negocio, de manera específica en el caso de egresados del ámbito de la Comunicación, que debido a la digitalización de los medios y el impacto de la pandemia, han encontrado menores fuentes de empleos en las grandes empresas de comunicación, siendo imperativo en muchos casos convertirse en emprendedores, con el objetivo de reconocer cómo optimizar la formación en estas áreas para incentivar de forma adecuada el emprendimiento de estos egresados.

En el caso de la Universidad Nebrija, los profesores Marta Saavedra, Nicolás Grijalba y Marta Perlado, nos muestran la experiencia del Festival de Cortos AdN como escaparate del nuevo talento audiovisual y plataforma de colaboración entre España e Iberoamérica, el festival universitario de cortometrajes más antiguo del país, por lo que su análisis ofrecerá pautas de acción interesantes para otros proyectos de innovación docente vinculados con la Comunicación Audiovisual. Se observan las *técnicas* más exitosas que pueden nutrir proyectos académicos vinculados con el audiovisual, así como los logros del Festival y su impacto social para confirmar la transferencia de conocimiento en la formación del alumnado y la responsabilidad de la universidad en beneficio de la cultura y el impulso del pensamiento crítico.

Desde la Universidad de Salamanca, María Marcos, David Blanco y Teresa Martín nos hablan sobre *cómo elaborar un catálogo de cine español diverso* para su uso educativo, con el objetivo de conocer los niveles de diversidad en las películas españolas contemporáneas, además de comprobar si los datos son congruentes con los estudios precedentes sobre representación mediática de género, de personas LGBTQ+, de personas migrantes/racializadas o de personas ancianas.

La profesora Emma Torres, de la Universidad de Vigo, analiza el impacto social y laboral de los estudios de Comunicación en Pontevedra, con el

objetivo de hacer balance de la evolución de estos estudios en una zona geográfica muy concreta (la provincia de Pontevedra), así como establecer un seguimiento eficaz de los resultados que permita ser tomado como referencia en la actualización de los planes de estudio de los títulos referidos, realizando un estudio comparativo entre la evolución y los posibles cambios que se hayan producido en la provincia de Pontevedra y la realidad de otras zonas del país, consideradas «ejes» del sector de la Comunicación: Madrid, Barcelona y Bilbao.

Desde la Universidad de Murcia, los profesores Pedro Hellín y Antonio Fernández analizan la realidad de la problemática de construir un marco evaluativo de toda la actividad generada a través de la transferencia del conocimiento que, además, trabaje sobre una definición de las múltiples actividades posibles y que sirva para que la universidad llegue a conocer sus resultados y concretar sus objetivos de manera precisa. Una tarea compleja por la multidimensionalidad de los conceptos y por la falta de un marco conceptual de consenso en la comunidad universitaria, que se intenta analizar a través de tres vectores de actuación principales, como la implicación y corresponsabilidad con problemáticas medioambientales y del tercer sector; el servicio y ayuda a instituciones públicas regionales para el bien común, así como la aplicabilidad de trabajos académicos a la comunidad.

Desde la Universidad Rey Juan Carlos, los profesores Miguel Baños y Rafael Gómez, nos hablan de los retos de la Comunicación en la cuarta revolución industrial, ahondando en el arte y la creatividad en la era del Big Data. La comunicación no es ajena a los profundos cambios que está viviendo la sociedad y cuya transformación ha afectado a todos los procesos y a la práctica totalidad de los perfiles profesionales. La capacidad para innovar se convierte, en este contexto, en una de las competencias o habilidades más valoradas. Por tanto, desde la universidad se hace necesaria la adaptación de la oferta formativa existente a las demandas sociales, así como la puesta en marcha de nuevas titulaciones de especialización, estableciendo sinergias con otros ámbitos de conocimiento.

La transferencia del conocimiento se ha convertido en los últimos años en un elemento de obligada consideración en la elaboración de planes de acción, de proyectos de investigación y, más recientemente, en la evaluación de la actividad del personal docente e investigador. La idea de este libro surge a raíz de las jornadas de ATIC que tuvieron lugar en el mes de noviembre de 2021 en Madrid y donde los participantes contaron sus experiencias de distintas facultades con titulaciones en Información y Comunicación en España, aportando información necesaria para el debate sobre posibilidades y obstáculos relacionados con el impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento. El mismo recoge también la reflexión sobre los criterios de evaluación del impacto social y la transferencia eficaz. De igual forma, a pesar de que la importancia y especificidad de la comunicación son innegables, queda

mucho por debatir y exigir en cuanto a la consideración de la Comunicación como campo específico de transferencia.

Ante estos retos, se hace *más necesario que nunca la propuesta de nuevos grados para acercar las facultades a las emergentes formas de creatividad e innovación.* También, porque una de las principales tareas de la Universidad debe ser la de facilitar la promoción del acceso de sus egresados al mundo laboral.

A modo resumido, el libro ofrece una revisión de las experiencias existentes con especial enfoque en la definición de nuevas ideas y conceptos; analiza las principales necesidades que deben ser afrontadas; describe los espacios experimentales donde se están probando soluciones innovadoras; recoge evaluaciones, valoraciones y recomendaciones sobre nuevos modelos y soluciones.

También se acerca a temas tan importantes como son: la cultura del emprendimiento en las industrias creativas contemporáneas; la hibridación del sector audiovisual, la demanda de nuevos perfiles o la creación de espacios experimentales como parte de los procesos de aprendizaje. Por otra parte, recoge interesantes casos prácticos sobre distintas iniciativas de emprendimiento en creación audiovisual y nuevos medios de estudiantes y egresados de las facultades de comunicación en España, que pueden servir de ejemplo y de hoja de ruta para la puesta en marcha de futuros proyectos.

Otro punto de interés: los problemas ante la transferencia del conocimiento. La realidad nos indica que, tanto en España como en Europa, la transferencia de experiencias a la industria y las empresas debe mejorar considerablemente para alcanzar los índices de países como los Estados Unidos o Japón. Para corregir la situación, todos necesitamos adoptar una actitud crítica y autocrítica, abriendo espacios de debate, poniendo en valor los casos de éxito, buscando nuevas vías para lo que no ha funcionado, compartiendo información.

Actualmente, el debate sobre la transferencia del conocimiento está entrando en una nueva etapa que comprende las siguientes fases: difusión-uso-revalorización. Esto significa que la transferencia deja de ser unidireccional universidad-empresa y/o sociedad y empieza a prestar cada vez más atención al retorno, es decir, para asegurar el ciclo completo, el intercambio se convierte en bidireccional: universidad-empresa y/o sociedad-universidad. El mundo académico necesita formar parte de este debate e intentar ofrecer las mejores soluciones para la así denominada revalorización de la transferencia que consiste en el retorno del conocimiento y la experiencia desde el sector productivo a la universidad y donde el mismo será utilizado para la formación de la siguiente generación de investigadores.