



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2021/2022

Nº de proyecto: 49

El método docente de proyecto social real y la universidad sostenible: Innovación educativa, RRI y ODS

Responsable del proyecto:

Liisa Hänninen

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Fieles a nuestra forma de entender la docencia y la innovación en la universidad, seguimos con los mismos los objetivos generales (metas) que se establecieron hace más de 20 años.

- Poner en práctica los conocimientos y habilidades de los alumnos mediante proyectos sociales y culturales reales.
- Fomentar la interacción entre alumnos, profesores y profesionales. El valor del trabajo colaborativo.
- Fomentar el espíritu altruista de los alumnos y educar en valores solidarios.
- Conseguir una repercusión informativa y comunicacional inmediata o a medio plazo en la sociedad local y las regiones menos favorecidas de los países en vías de desarrollo.
- El efecto multiplicador social, al extender el proyecto a otras áreas de conocimiento. Divulgación del proyecto en diversos foros de comunicación.
- Aumentar la motivación del alumno y ofrecerle la posibilidad de mejorar su currículo profesional.
- Modificar y actualizar los sistemas de enseñanza, los profesores pueden divertirse más enseñando y los alumnos aprendiendo.
- Fomentar la RSC y la RRI de la Universidad. Desde el curso 2017, nuestra idea ha sido repercutir y ayudar a actualizar el concepto de la responsabilidad social corporativa de la Universidad moviendo desde postulados de responsabilidad social corporativa) a perspectivas más integradas, inclusivas y sostenibles, adoptando políticas de Investigación e Innovación Responsables.
- Contribuir a los Objetivos del Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, anteriormente a los Objetivos del Milenio.

Estos objetivos generales, de carácter intangible, se traducen a una serie de indicadores u objetivos específicos que permiten valorar el alcance y los resultados del proyecto de innovación:

1. Adquisición de competencias y capacidades para el desempeño profesional.
2. Fomento de la inserción laboral, formación y emprendimiento.
3. Adquisición de competencias genéricas y transversales.
4. Fomento de valores participativos y solidarios entre los estudiantes.
5. Fomento de la cultura de calidad y esfuerzo entre los estudiantes.
6. Impactos en la sociedad.

Para la evaluación, se utilizaron grupos de discusión de estudiantes y entrevistas con las entidades colaboradoras, además de técnicas de observación participante cuando se trabajaba con los estudiantes en las iniciativas que forman el proyecto de innovación.

2. Objetivos alcanzados

El proyecto produce una serie de impactos sociales y educativos que se han contrastado utilizando los indicadores inicialmente marcados (objetivos específicos) para la evaluación de los resultados. A continuación, se resumirán las opiniones dominantes (mayoritarias) de los estudiantes y organizaciones que participaron en el proyecto de innovación durante el curso 2021-22.

1. Fomenta la adquisición de competencias y capacidades para el desempeño profesional

El proyecto mejora la motivación del alumno, ya que permite poner en práctica los conocimientos y habilidades adquiridas a lo largo de los estudios, además de facilitar contenidos para “la sección de experiencia profesional” de su currículo. Así mismo, los proyectos reales se convierten en un banco de pruebas de la agilidad y de los conocimientos del alumno, permitiendo aprender corrigiendo errores. El alumnado realiza un trabajo real, interactúa con sus compañeros y profesores y, sobre todo, con el cliente, estableciendo un contacto real con la futura profesión.

- En la evaluación del proyecto, los alumnos y las alumnas participantes han destacado el impacto de los micro proyectos en sus capacidades profesionales, se sienten más preparados en cuanto a sus competencias investigadora y publicitaria.

2. Favorece la inserción laboral, formación y emprendimiento

Desde la perspectiva de los alumnos, un proyecto social real no sólo significa poner a prueba las destrezas profesionales de cada uno, sino también aprender de una forma motivadora, divertida y emocionante. Dentro del método, la formación para el emprendimiento ayuda a los alumnos a conocer opciones de autoempleo para su futuro profesional.

- Para muchos alumnos, se trataba de su primera experiencia laboral real. Los alumnos constataron que esta práctica mejoró su preparación y ante todo, aumentó su autoconfianza ante los retos laborales.

3. Adquisición de competencias genéricas y transversales

La creación de grupos de trabajo entre estudiantes de diferentes especialidades (Publicidad, periodismo, audiovisuales, documentación) y niveles de estudios (grado y master) ayuda a transmitir conocimientos y adquirir competencias generales y transversales mediante la formación de pares y acciones de mentoring que ejercen los estudiantes mayores con los más junior.

- Para los estudiantes, resultó una experiencia muy positiva recibir indicaciones de sus pares y trabajar con estudiantes de otras carreras. Los beneficios de este sistema de trabajo colaborativo y transversal para su futuro profesional son evidentes, muy positivamente valorados por los estudiantes.

4. Fomenta los valores participativos & solidarios entre estudiantes

El método de proyecto real innova desde dos perspectivas diferentes: por un lado, se trata de un sistema de enseñanza interactivo que permite al alumno aprender trabajando en una investigación y campaña reales y por otro, el alumno se educa en la solidaridad, ya que todo el trabajo se realiza a favor de entidades no lucrativas. El método de proyecto real conlleva mucha responsabilidad por parte de los alumnos y se convierte en una prueba de su independencia y madurez, al tener la iniciativa unas implicaciones sociales inmediatas. Al igual que cualquier proyecto profesional en el campo de la comunicación, las campañas llevadas a cabo desde las aulas se diseñan en grupos y se revisan mediante reuniones y entregas parciales al cliente (entidades no lucrativas).

- Las entidades colaboradoras y los profesores implicados expresaron su contento con el rendimiento y motivación de los estudiantes. Al tratarse de actividades voluntarias, las entidades se sorprendían del alto porcentaje de participación y del interés de los estudiantes por causas sociales.

5. Fomenta la cultura de calidad y de esfuerzo entre los estudiantes

Trabajar en proyectos reales para entidades de gran prestigio en el tercer sector, como pueden ser la Fundación Atenea o el Banco de Alimentos entre otros, requiere un esfuerzo mayor que las prácticas y ejercicios ficticios llevados a cabo en las aulas, tanto para los alumnos como para los estudiantes.

- Los estudiantes aprenden a responder a las exigencias de calidad y tener como objetivo la excelencia, ya que la mayoría de las entidades cliente demandan una calidad profesional a los proyectos presentados por los estudiantes. Tan importante como la calidad, es la mentalidad de esfuerzo, el aprender poco a poco y corrigiendo errores hasta llegar a cumplir con las expectativas de la entidad cliente.

6. Impactos en la sociedad

Impactos socialmente deseables en la sociedad local y países en vías de desarrollo, mediante la mejora de las condiciones de vida de los beneficiarios de las ONG.

- Aunque es posible cuantificar este tipo de impactos en la sociedad (mediante marco encuestas, estudios longitudinales), la medición queda fuera de las posibilidades económicas del presente proyecto. Sin embargo, los altos índices de participación y los KPIs utilizados en la medición del impacto publicitario de las campañas creadas por los estudiantes indicaron que los micro proyectos están teniendo un impacto positivo en la sociedad.

3. Metodología empleada en el proyecto

A nivel de metodología de trabajo y evaluación de la actividad de innovación, el proyecto aplica los principios de la RRI, la investigación-acción, learning-by-doing (aprender haciendo) y aprendizaje-servicio. El proyecto cuenta con unas metas generales y principios de actuación desde sus inicios, revisa y detalla objetivos específicos anuales, aplica un sistema de trabajo por fases mediante cronogramas y ofrece un listado de indicadores para la evaluación de los resultados, mucho de ellos cuantificables (KPIs). La viabilidad del proyecto se avala por los resultados positivos y evaluación muy positiva por parte de los alumnos cada año y la sostenibilidad se justifica por los 20 años de aplicación continuada del método, con mejoras e innovaciones anuales constantes para mantener el espíritu rompedor de la iniciativa.

También se implementó el uso de la plataforma online CRIOS (diseñada en el marco de un proyecto de investigación H2020). Parte de los micro proyectos se alojaron en esta plataforma que nos permite hacer una tutorización con gran interactividad. El CRIOS es una plataforma que implementa varias funciones, utilidades y servicios para apoyar el trabajo colaborativo entre los diferentes participantes.

El método docente de proyecto social real consiste en el diseño y ejecución de investigaciones aplicadas y campañas de comunicación para entidades no o lucrativas (ENLS y ONGS), así mismo como para organismos internacionales humanitarias (tales como ACNUR) y organizaciones culturales. Los micro proyectos que forman parte de cada convocatoria de innovación docente anual, se llevan a cabo en colaboración con entidades preseleccionadas, mediante equipos de alumnos multidisciplinares formados por estudiantes de Publicidad, Comunicación Audiovisual y Periodismo, con apoyo tecnológico por parte de alumnos de la Facultad de Informática.

Los estudiantes trabajan a modo de agencia de comunicación para las entidades cliente, es decir las ENLS, ONGS y otras organizaciones, mientras que los profesores participantes asumen el papel de supervisores o directores de cuentas que velan por la calidad del trabajo realizado. La iniciativa está abierta a todos los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Información, si bien es cierto que una gran parte del trabajo se articula a través de las asignaturas que imparten las profesoras, pero siempre de una forma transversal, fomentando la transmisión de conocimiento entre estudiantes de diferentes especialidades y niveles de estudios. En muchas ocasiones, los estudiantes de Master realizan labores de mentoring con los estudiantes más junior, enseñando las técnicas y aprendiendo destrezas necesarias para llevar a cabo las campañas. Así mismo, algunos estudiantes del doctorado, especialmente aquellos que cuentan con becas FPU, participan en la actividad del grupo de innovación.

Profesores de la Facultad de Informática participan como asesores de tecnología y su aplicación en proyectos de comunicación y una representante de PAS asesora y da apoyo administrativo, otorgando un carácter interdisciplinar al proyecto de innovación docente.

4. Recursos humanos

A lo largo de los años, se ha colaborado con más de 100 entidades no lucrativas y anualmente, más de 200 alumnos participan en el proyecto. En algunos cursos, más de 600 alumnos se han beneficiado de las ventajas que ofrece el proyecto y cada año, al menos 200 han podido incorporar a su CV una práctica profesional real. Controlamos la calidad de nuestro trabajo mediante revisiones metodológicas y conceptuales constantes,

mediante feedback de las organizaciones colaboradoras y sondeamos la opinión de los estudiantes con afán de corregir mecanismos de funcionamiento, añadir insights refrescantes y seguir aportando beneficios sociales.

Sin embargo, quizá uno de los mejores indicadores para la viabilidad del proyecto es su sostenibilidad, las entidades que han confiado en nuestro equipo, vuelven a solicitar la colaboración año tras año.

El punto fuerte de nuestro equipo son los recursos humanos multidisciplinares de los que disponemos, 10 personas en su conjunto: 5 profesoras, de dos departamentos de la Facultad de Ciencias de la Información, 3 profesores y 1 PAS de la Facultad de Informática, 1 alumna de post-grado de la Facultad de Ciencias de la Información. En cuanto al número de alumnos beneficiarios del proyecto, son un mínimo de 200, entre estudiantes de grado y Master. El trabajo de las profesoras y otras personas participantes en el proyecto ha sido siempre, desde los 20 años que llevamos haciendo innovación docente, y seguirá siendo, actividad pro-bono a favor de la construcción de una sociedad más justa e igualitaria. Solo necesitamos recursos materiales para poder difundir y dar a conocer nuestras iniciativas, con el fin de conseguir impactos sociales mayores.

El equipo está formado por las siguientes personas, todos de la UCM:

- Patricia Núñez Gómez, PDI
- Sara Parra Ferreras, Estudiante
- Noelia García Castillo, PDI
- Tamara Bueno Doral, PDI
- María Lara Martínez, PDI
- Rubén Fuentes Fernández, PDI
- Lourdes Zardain Alvarez, PAS
- Antonio Navarro Martín, PDI
- María de las Mercedes Gómez Albarrá, PDI
- Liisa Hänninen, PDI

5. Desarrollo de las actividades

Durante el curso 2021-22 se trabajó en una serie de micro-proyectos que pretendían dar respuesta a problemas y necesidades de la sociedad actual, alineados con los ODS, según se explica a continuación:

1. La puesta en marcha y promoción del observatorio internacional para el desplazamiento forzado:

El Observatorio nace en el seno del proyecto H2020 RAISD, con el fin de dar continuidad al trabajo iniciado y crear un organismo centrado en analizar y trabajar en las estrategias de atención e inclusión de las personas desplazadas. Los estudiantes del Master en Comunicación Social y del Master en Comunicación de las Organizaciones han contribuido al lanzamiento, eventos y promoción de la plataforma, y la colaboración con el Observatorio está abierta a todo el personal y estudiantes interesados en la universidad. Responde a la necesidad de protección de los refugiados y solicitantes de asilo y la necesidad dar respuesta a las situaciones que generan migraciones y convierten a las personas en vulnerables. La información actual referente al Observatorio se puede encontrar en: <https://raisd-h2020.eu/observatories/statutory-values/>. La migración forzosa y sus causas en los países de origen y las dificultades en los países de tránsito y acogida están conectados con los siguientes ODS: 1) fin de la pobreza; 2) hambre cero; 3) salud y bienestar; 4) educación de calidad; 5) igualdad de género; 8) trabajo decente y crecimiento económico, 10) reducción de las desigualdades y 17) alianzas para lograr los objetivos.

2. Dos concursos de campañas audiovisuales en colaboración con la Fundación Atenea: sobre la sensibilización para la tolerancia y la cohesión social (migrantes) en España y sobre la prevención de juegos-apuesta online:

El primer concurso fue propuesta de la Fundación Atenea en colaboración con varias entidades de ayuda al refugiado y al migrante, entre ellos CEAR, ACNUR, Liga Educativa, RECI, Porcausa, Grupo Inter y Rescate Internacional, abierta a todos los estudiantes de la Facultad. Esta propuesta estaba enfocada a dar respuesta a la necesidad de mejorar la aceptación social e integración de los migrantes, con el fin de facilitar su integración en la sociedad española mediante una mayor conciencia sobre la situación y potencial del colectivo. El concurso tuvo una aceptación muy positiva por parte de los estudiantes y la campaña ganadora fue puesta en marcha en varios medios y soportes publicitarios del entorno universitario durante el otoño 2021 (<https://detodaspares.org/>). Se relacionó especialmente con el ODS 10 reducción de desigualdades.

El segundo concurso fue así mismo de una propuesta de campaña audiovisual para la prevención de juegos-apuestas online. Se celebró durante la primavera de 2022. La propuesta ganadora está teniendo cobertura en los medios publicitarios de la Ciudad Universitaria, así mismo como en las redes sociales. Se relaciona sobre todo con el ODS 3 salud y bienestar.

3. Evento de liderazgo para la empleabilidad de nuestros estudiantes:

Este micro-proyecto, organizado en Diciembre 2021, consistía en el diseño de un evento de liderazgo (showroom de casos), 100 % organizado por los estudiantes de la asignatura relacionada (Liderazgo), con el fin de potenciar la imagen de profesionalidad y contribuir a la empleabilidad de los estudiantes del 4º curso de Publicidad. El micro-proyecto responde a la necesidad de aumentar las posibilidades de empleo de calidad entre los estudiantes en un país donde el porcentaje de paro juvenil es muy alto. La propuesta se alinea con el ODS 8) Trabajo decente y crecimiento económico.

4. Diseño de campañas para Aspace, Afadis y Endomadrid:

Los alumnos de grado, a través de la asignatura Historia del Cartel diseñaron campañas de comunicación y concienciación para Aspace, realizarán una campaña grafica de redes sociales para Afadis, además de apoyar a Endomadrid en su estrategia de colaboradores y diseño de material de prevención de salud. Alumnos de Ética y deontología de la Información realizaron un trabajo audiovisual para ESPACE. Todas las iniciativas fueron aprobadas y utilizadas por las organizaciones en sus estrategias de comunicación.

5. Colaboración de alumnos de master en investigación para el tercer sector:

Los estudiantes del Master de Comunicación Social, a través de la asignatura Comunicación, Investigación e Innovación Responsables trabajaron en proyectos de investigación e innovación reales relacionadas con los ODS, aplicando principios de la RRI. Así mismo, un grupo de alumnos del Master de Comunicación de las Organizaciones realizó una investigación sobre la discriminación y discurso de odio hacia el colectivo de migrantes menores no acompañados, además de preparar una contra-comunicación para defender a sus derechos.

Las acciones en los títulos de Master están relacionadas con ODS 1) fin de la pobreza y 3) salud y bienestar.

6. Anexos



Imágenes de la entrega de premios del concurso de Fundación Atenea, Junio 2022.
Copyright: Fundación Atenea