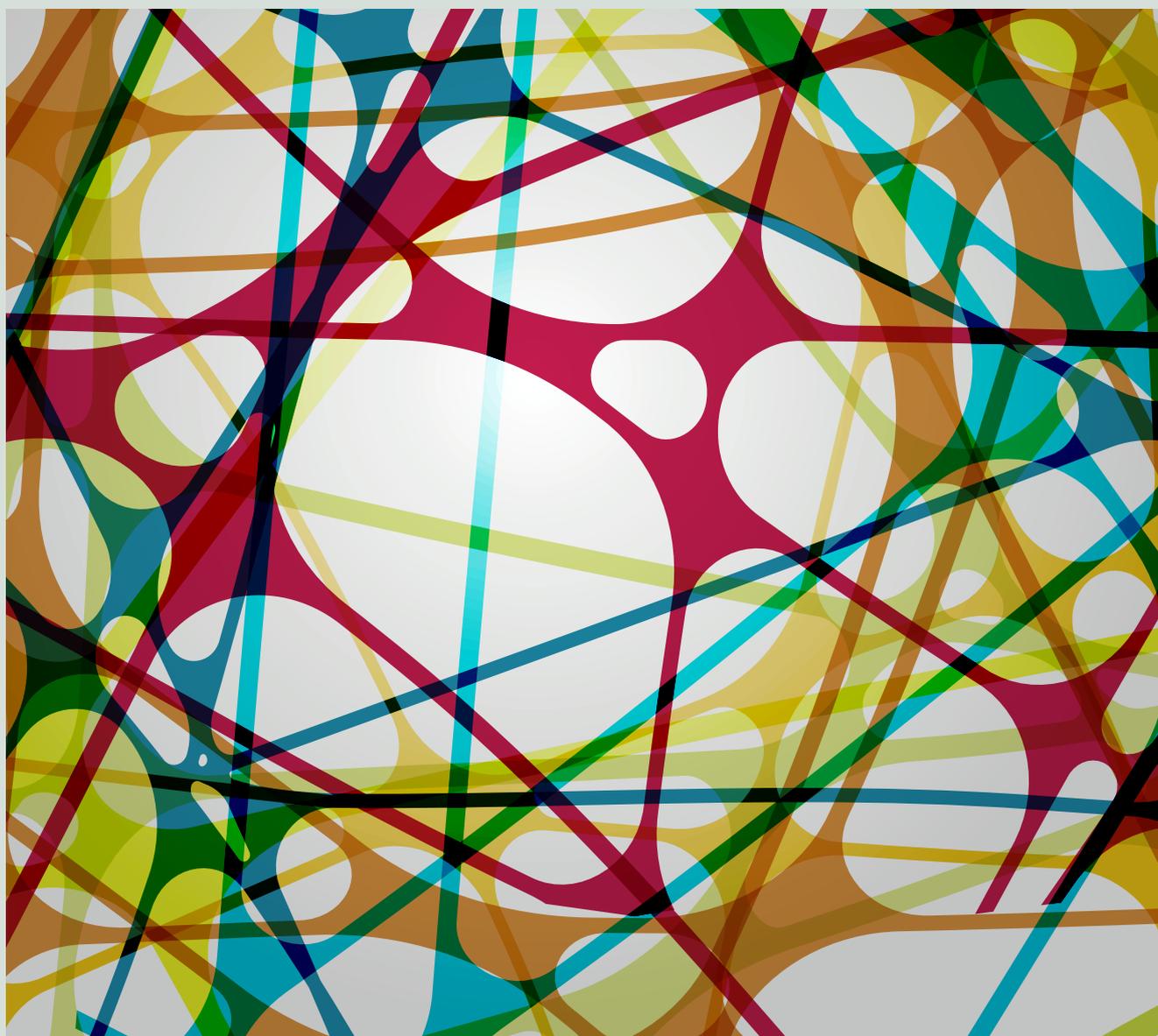




Memòries del Programa de Xarxes-I3CE de qualitat,
innovació i investigació en docència universitària.
Convocatòria 2019-20

Memorias del Programa de Redes-I³CE de calidad,
innovación e investigación en docencia universitaria.
Convocatoria 2019-20



Rosabel Roig Vila, R. (Coord.)
Jordi M. Antolí Martínez, Rocío Díez Ros, Neus Pellín Buades (Eds.)

Memòries del Programa de Xarxes-I3CE de
qualitat, innovació i investigació en docència
universitària. Convocatòria 2019-20

Memorias del Programa de Redes-I3CE de
calidad, innovación e investigación en docencia
universitaria. Convocatoria 2019-20

Rosabel Roig-Vila (Coord.),
Jordi M. Antolí Martínez, Rocío Díez Ros & Neus Pellín Buades (Eds.)

Memòries de les xarxes d'investigació en docència universitària pertanyent al Programa Xarxes-I3CE d'Investigació en docència universitària del curs 2019-20 / *Memorias de las redes de investigación en docencia universitaria que pertenece al Programa Redes -I3CE de investigación en docencia universitaria del curso 2019-20*

Organització: Institut de Ciències de l'Educació (Vicerectorat de Qualitat i Innovació Educativa) de la Universitat d'Alacant/ *Organización: Instituto de Ciencias de la Educación (Vicerrectorado de Calidad e Innovación Educativa) de la Universidad de Alicante*

Edició / Edición: Rosabel Roig-Vila (Coord.), Jordi M. Antolí Martínez, Rocío Díez Ros & Neus Pellín Buades (Eds.)

Comité tècnic / Comité técnico: Neus Pellín Buades

Revisió i maquetació: ICE de la Universitat d'Alacant/ Revisión y maquetación: ICE de la Universidad de Alicante

Primera edició: / *Primera edición:*

© De l'edició/ *De la edición:* Rosabel Roig-Vila , Jordi M. Antolí Martínez, Rocío Díez Ros & Neus Pellín Buades.

© Del text: les autores i autors / *Del texto: las autoras y autores*

© D'aquesta edició: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / *De esta edición: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante*

ice@ua.es

ISBN: 978-84-09-24478-2

Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només pot ser realitzada amb l'autorització dels seus titulars, llevat de les excepcions previstes per la llei. Adreceu-vos a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra. / *Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.*

Producció: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / Producción: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

EDITORIAL: Les opinions i continguts dels textos publicats en aquesta obra són de responsabilitat exclusiva dels autors. / *Las opiniones y contenidos de los textos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de los autores.*

138. Laboratorio de Comunicación Publicitaria

N. Papi-Gálvez; J. Orbea Mira; P. Vizcaíno-Alcantud; S. López-Berna; J. López-Ramón; J. Ros-Selva

natalia.p@ua.es, jesus.orbea@ua.es, pablo.vizcaino@ua.es, sonia.lopez@ua.es, jesus.lopezramon@ua.es, jaume.ros@ua.es

*Dpto. Comunicación y Psicología Social
Universidad de Alicante*

RESUMEN (ABSTRACT)

La red de docentes se formó para estudiar la viabilidad de la creación de un Laboratorio de Comunicación Publicitaria de la Universidad de Alicante orientado a la realización de proyectos concretos para el alumnado del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Se centra en los concursos y festivales publicitarios para fijar los primeros objetivos del Laboratorio y elaborar un plan de trabajo. Por tanto, profundiza en la dimensión formativa de los concursos y festivales dirigidos a jóvenes. En concreto, pretende averiguar el conocimiento y el grado de interés del alumnado sobre la realización de otras actividades complementarias al plan de estudios, evaluar las actividades programadas, clasificar y calendarizar los diferentes festivales que se celebran en España con categoría para universitarios y detectar las competencias más relacionadas con el Grado. Para ello, consulta las diferentes webs y aplica el método de la encuesta, con un cuestionario online autoadministrado, en todos los cursos del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Este estudio ofrece información relevante sobre la percepción y experiencia formativa del estudiantado. Los diferentes concursos y festivales analizados pueden suponer una herramienta muy adecuada para el profesorado a la hora de complementar las prácticas en gran parte de las materias.

Palabras clave: Publicidad, Educación Superior, Festivales, Innovación, Universidad-Empresa.

1. INTRODUCCIÓN

La red 4857 se inserta en la modalidad B del Programa de Redes-I3CE de investigación en docencia universitaria del Instituto de Ciencias de la Educación de la Universidad de Alicante (convocatoria 2019-20) relativa a las “redes para la mejora de la calidad docente en asignaturas o cursos específicos a partir de investigaciones educativas o experiencias educativas innovadoras”. Profundiza en la dimensión formativa de los concursos y festivales y los aborda como experiencia educativa (e.g. López, Lugo, & Toranzos, 2014; Brewer, & Tierney, 2012; Serdyukow, 2017; Unesco, 2016), con el propósito último de estudiar la viabilidad de un “Laboratorio de Comunicación Publicitaria”. Este tema es planteado dada su pertinencia, por la orientación a competencias del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas (Universidad de Alicante, s.f.) y por los perfiles profesionales relacionados con la Publicidad (e.g. Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad, 10 de febrero de 2016).

Además, cada vez son más los concursos y festivales los que incluyen categorías para jóvenes talentos. Los festivales publicitarios son eventos habituales en el sector, en los que se somete a consideración de un Jurado el trabajo presentado por una agencia. Los galardones proporcionan reconocimiento y confieren prestigio (e.g. Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria, s. f.; Eficacia2020, s. f.; Festival La Lluna, s. f.; Asociacion361, s.f.). Las categorías para los jóvenes ofrecen oportunidades para dar a conocer al alumnado de la Universidad de Alicante, por lo que el estudio pretende conocer la contribución de tales eventos a la formación de las y los estudiantes, como punto de partida para estudiar la viabilidad de la creación de un laboratorio de Comunicación Publicitaria de la Universidad de Alicante.

2. OBJETIVOS

- 1.- Explorar el grado de interés por parte de los estudiantes sobre la realización de otras actividades complementarias al plan de estudios, con especial atención en los propósitos de la creación de un laboratorio que actúe para la presentación de propuestas al sector profesional.
- 2.- Evaluar las actividades programadas para el curso 2019/2020 en términos de asistencia, participación y valoración de los festivales por parte de los estudiantes.
- 3.- Explorar, clasificar y calendarizar los diferentes festivales que se celebran en España atendiendo a la categoría dirigida a las/os estudiantes, al lugar y fecha de celebración y a la tarifa exigida para participar en el concurso.
- 4.- Listar las competencias relacionadas con estas actividades y observar la relación con las diferentes materias del plan de estudios.
- 5.- Valorar la elaboración y presentación de una propuesta de creación de un Laboratorio en Comunicación Publicitaria que incorpore la asistencia/participación a Festivales como experiencias innovadoras educativas de forma fundamentada y con un enfoque aplicado.

3. MÉTODO

3.1. Breve descripción del contexto y de los participantes.

Para dar respuesta a los objetivos, se observó la opinión, asistencia y participación de los estudiantes del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas en los diferentes eventos. El estado de alarma obligó a anular muchas de las actividades previstas en el curso 2019/2020. En cualquier caso, un grupo de estudiantes pudo asistir a La Lluna, certamen celebrado en noviembre. Aunque no pudo concluirse,

también empezaron a trabajar en el Programa Eficacia Universidades. El Tour del Club de Creativos (c de c) y el Portfolio Creativo se llevaron a cabo online. Además, en cursos anteriores, estudiantes de tercero y cuarto también participaron en algunos de ellos, por lo que se consideró justificado no centrar la observación, dadas las circunstancias, únicamente en las actividades del curso pretendido.

3.2. Instrumentos utilizados.

Se aplicó una encuesta, autoadministrada online, dirigida al alumnado del Grado. También se creó un registro de concursos y festivales a partir de la información que proporcionan en sus páginas webs, previo diseño de la ficha de recogida de información. Una parte de esta información fue contrastada con las competencias y objetivos del plan de estudios del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.

3.3. Procedimiento.

Tras el diseño de la encuesta y la elaboración del instrumento de medición, se realizó el trabajo de campo utilizando la plataforma “cuestionarios” de Uacloud y se codificaron y grabaron los datos para su análisis. La recogida de información de las webs implicó la selección de las unidades de análisis, elaboración de la ficha, aplicación y registro. El trabajo de campo terminó en mayo.

4. RESULTADOS

Los resultados del trabajo de la red quedan reflejados en las siguientes evidencias:

1. Presentación de una comunicación a las XVIII Jornades de Xarxes d'Investigació en Docència Universitària-XARXES 2020. Comunicación defendida sobre “Los festivales publicitarios como experiencia educativa de innovación”.
2. Presentación del capítulo de libro a la publicación en la Editorial Octaedro con resultados de la investigación bajo el título: “Eventos profesionales para jóvenes talentos. Experiencias educativas innovadoras en los estudios de Publicidad”. Este capítulo de libro ha sido aceptado para su publicación, tras su la revisión por dos evaluadores.
3. Presentación de otros textos relacionados con la red al Congreso CUICID- 2020 que parten del estudio realizado, aunque lo complementan con otras aportaciones: “*Innovation lab* en Comunicación Publicitaria. Fórmulas de innovación Universidad-Empresa”. La comunicación ha sido aceptada.

Los resultados de la investigación quedan recogidos en las anteriores publicaciones. Ofrecen información relevante que responde a los objetivos de la investigación propuesta.

5. CONCLUSIONES

Los diferentes concursos y festivales analizados pueden suponer una herramienta muy adecuada para el profesorado a la hora de complementar las prácticas en gran parte de las materias.

A la luz de los resultados se cree justificado el estudio para la creación de un Laboratorio en Comunicación Publicitaria de la Universidad de Alicante orientado a festivales y otros eventos en tanto experiencias educativas innovadoras.

Finalmente, queremos agradecer la participación del estudiantado tanto en los eventos que han podido celebrarse como en el estudio, en las condiciones devenidas.

6. TAREAS DESARROLLADAS EN LA RED

Se enumerará cada uno de los componentes y se detallarán las tareas que ha desarrollado en la red.

PARTICIPANTE DE LA RED	TAREAS QUE DESARROLLA
Natalia Papi Gálvez	Propone el proyecto para el Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Elabora los objetivos y el método. Participa en la delimitación conceptual, identificación de ámbitos clave para la fundamentación teórica, búsquedas bibliográficas, elaboración del cuestionario, trabajo de campo, análisis de los datos, presentación de los resultados. También participa en su discusión, en la presentación de la misma a las Jornadas RedesI3CE y elaboración de este informe. Coordinadora de la Red.
Jesús Orbea Mira	Participa en la delimitación conceptual, identificación de ámbitos clave para la fundamentación teórica, búsquedas bibliográficas y redacción del marco teórico. También contribuye a la construcción y revisión del cuestionario y al trabajo de campo. Revisa las diferentes contribuciones realizadas. Miembro de la red.
Pablo Vizcaíno Alcantud	Participa en la delimitación conceptual, búsquedas bibliográficas y en la redacción de la metodología. También contribuye a la construcción y revisión del cuestionario y al trabajo de campo de las webs de los festivales. Especialmente revisa las diferentes contribuciones realizadas. Miembro de la red.
Sonia López Berna	Participa en la búsqueda bibliográfica para la elaboración del cuestionario y lo revisa. Profundiza en el contenido de algunas webs. Miembro de la red.
Jesús López Ramón	Participa en la delimitación conceptual para la redacción de la propuesta. Miembro de la red.
Jaume Ros Selva	Participa en la delimitación conceptual para la redacción de la propuesta. Miembro de la red.

7. REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA DE LA PUBLICACIÓN CIENTÍFICA DE MIEMBROS DE LA RED PUBLICADA O EN PRENSA QUE COMPLEMENTA ESTA MEMORIA

Papí-Gálvez, Natalia, Orbea-Mira, Jesús y Vizcaíno Alcantud, Pablo (2020). “Eventos profesionales para jóvenes talentos. Experiencias educativas innovadoras en los estudios de Publicidad” en Editorial Octaedro.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Asociación 361º (s. f.). *Vuelven los Premios ALCe, los galardones de la creatividad alicantina*. Recuperado de <https://www.asociacion361.es/premiosalce/>
- Brewer, D., & Tierney, W. (2012). Barriers to innovation in the US education. En B. Wildavsky, A. Kelly, & K. Carey (Eds). *Reinventing Higher Education: The Promise of Innovation* (pp. 11-40). Harvard Education Press, Cambridge, MA.
- Eficacia2020 (s. f.). Eficacia 2020. *XXII Edición Premios a la Eficacia de la Comunicación Publicitaria*. Recuperado de <https://www.premioseficacia.com>
- El Festival Iberoamericano de la Comunicación Publicitaria (s. f.). *El Sol*. Recuperado de <https://elsolfestival.com>.
- España. Ministerio de Empleo y Seguridad. Resolución de 3 de febrero de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo del sector de empresas de publicidad. BOE, nº 35, 10 de febrero de 2016, 10473-10507. Recuperado de <https://cutt.ly/Oyz9nXK>
- Festival La Lluna (s. f.). *La Lluna*. Recuperado de <https://festivallalluna.com>
- López, N., Lugo, M. T., & Toranzos, L. (2014). *Informe sobre tendencias sociales y educativas en América Latina, 2014: políticas TIC en los sistemas educativos de América Latina*. IPE–UNESCO–OEL. Recuperado de <https://cutt.ly/Uyz9jAs>
- Serdyukov, P. (2017). Innovation in education: what works, what doesn't, and what to do about it?. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 10 (1), 4-33. Recuperado de <https://doi.org/10.1108/JRIT-10-2016-0007>
- Unesco (2016). *Innovación educativa. Serie "Herramientas de apoyo para el trabajo docente". Texto 3. Sistematización de experiencias educativas innovadoras*. Lima: UNESCO. Recuperado de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000247007>
- Universidad de Alicante (s. f.). *Grado en Publicidad y Relaciones Públicas. Plan de estudios*. Recuperado de <https://cutt.ly/Syz9EUD>