

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 14, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-17600-79-2

El impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento Observatorio ATIC, nº 6

Jorge Clemente Mediavilla; Dimitrina J. Semova (Editores)

Separata

Capítulo 1

Título del Capítulo

«La transferencia social del conocimiento a través del vídeo: el aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual»

Autoría

Jorge Franganillo; Lydia Sánchez;
M.^a Ángeles García Asensio;
Anna Marquès

Cómo citar este Capítulo

Franganillo, J.; Sánchez, L.; García Asensio, M.Á.; Marquès, A. (2023): «La transferencia social del conocimiento a través del vídeo: el aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual». En Clemente Mediavilla, J.; Semova, D.J. (eds.), *El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento. Observatorio ATIC, nº 6*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-17600-79-2

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/c1.emcs.14.p102>



El libro *El impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento* está integrado en la colección «Periodística» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

El impacto social de la universidad en la transferencia de conocimiento persigue el intercambio de experiencias entre las distintas facultades en relación con el impacto social que tiene la Universidad en su labor de transferencia de conocimiento, poniendo de relieve 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, etc.

En resumidas cuentas, este 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.

Reflexiona sobre cuestiones 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.

Además, recoge interesantes casos prácticos sobre 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.

Sumario

Introducción. El impacto social de la universidad en la transferencia del conocimiento en Comunicación <i>por Jorge Clemente Mediavilla; Dimitrina J. Semova</i>	11
1. La transferencia social del conocimiento a través del vídeo: el aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual <i>por Jorge Franganillo; Lydia Sánchez; M.ª Ángeles García Asensio; Anna Marquès</i>	17
<i>Introducción</i>	17
<i>1. Marco estratégico de la responsabilidad social</i>	18
<i>2. Aprendizaje servicio e innovación docente</i>	19
<i>2.1. El aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual</i>	20
<i>3. Criterios de viabilidad</i>	19
<i>4. Metodología de desarrollo</i>	22
<i>5. La dimensión investigadora y de transferencia de conocimiento</i>	24
<i>6. Resultados formativos</i>	25
<i>7. Conclusiones</i>	26
<i>Referencias</i>	29
2. Empleabilidad y perfiles vocacionales de estudiantes de Comunicación <i>por Laia Falcón Díaz-Aguado; José A. Ruiz San Román</i>	31
<i>Introducción</i>	31
<i>1. El reto de la formación para el empleo en las facultades con estudios de Comunicación. Institucionalización y transversalidad de la formación para el empleo</i>	32
<i>2. Las prácticas externas en empresas de Comunicación. La necesidad de garantizar el carácter formativo de las prácticas</i>	32
<i>3. Cursos de formación para la búsqueda de empleo</i>	34
<i>4. Fomento y formación del emprendimiento</i>	35
<i>5. Preincubadoras. El apoyo institucional de la universidad en los primeros pasos</i>	36

6. <i>Proyectos para el fomento de la innovación docente y de gestión vinculados a la formación para el empleo</i>	37
7. <i>La atención en el aula al completo perfil vocacional del alumnado: un estudio de caso como propuesta de aplicación didáctica</i>	38
8. <i>La necesidad de repensar la relación universidad-sociedad-empleabilidad</i>	46
<i>Referencias</i>	47
3. Universidad y emprendimiento. El reto de formar en <i>management</i> a graduados en Comunicación	
<i>por Raquel Puente; Mercedes Medina</i>	49
<i>Resumen</i>	49
1. <i>Emprendimiento en estudiantes de Comunicación en España</i>	49
2. <i>La universidad y la formación en emprendimiento</i>	51
2.1. <i>Educación en emprendimiento en Comunicación</i>	53
3. <i>La UNAV y el emprendimiento en Comunicación</i>	54
3.1. <i>Formación en tareas directivas en la facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra</i>	54
4. <i>Graduados emprendedores: competencias y retos</i>	57
5. <i>Conclusiones y recomendaciones</i>	62
<i>Referencias</i>	64
<i>ANEXO 1. Lecturas recomendadas a los alumnos sobre emprendimiento</i>	66
<i>Historias de emprendedores o empresas de éxito en comunicación</i>	67
4. Gestión de prácticas en empresas en el ámbito de la Comunicación y transferencia del conocimiento: experiencias desde la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla	
<i>por Mar Ramírez-Alvarado; Gloria Jiménez-Marín; Víctor Hernández-Santaolalla</i>	69
<i>Introducción</i>	69
1. <i>Modalidades de prácticas en empresas en la Universidad de Sevilla</i>	70
1.1. <i>Prácticas curriculares</i>	70
1.2. <i>Prácticas extracurriculares</i>	71
1.3. <i>Prácticas internacionales</i>	71
2. <i>Las prácticas en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla</i>	72
3. <i>Perfiles profesionales y precariedad laboral</i>	73
3.1. <i>Crisis en el ámbito de la Comunicación</i>	73
3.2. <i>Los perfiles más demandados</i>	74
4. <i>Emprendimiento en Comunicación</i>	76
4.1. <i>PrEmCom: Preincubadora de Empresas de Comunicación</i>	76
4.2. <i>OAE: Oficina de Apoyo al Emprendedor</i>	79

5. Reflexiones finales	80
Referencias	80
5. Cómo elaborar un catálogo de cine español diverso para su uso educativo	
por María Marcos Ramos; David Blanco-Herrero	
Teresa Martín García.....	83
Introducción.....	83
1. Cómo se elabora un catálogo de cine diverso.....	86
2. Aplicaciones educativas de un catálogo de cine para trabajar la diversidad.....	89
2.1. Un ejemplo práctico: El niño (Daniel Monzón, 2014).....	90
3. Conclusiones.....	91
Referencias	93
6. Iniciativas universitarias para el emprendimiento en Comunicación desde la Universidad de Granada	
por Juan Ángel JódarMarín; Jordi Alberich Pascual	97
1. Coworking y cultura del emprendimiento en las industrias creativas contemporáneas	97
2. Emprendimiento en y desde la Universidad de Granada.....	100
3. Iniciativas de emprendimiento en creación audiovisual y nuevos medios de estudiantes y egresados de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada.	103
Referencias	105
7. Hub: sueña, piensa, crea, cuenta. Una propuesta de valor al servicio de la comunidad universitaria	
por María Solano Altaba; Marta Medina Núñez	107
Introducción.....	107
1. Prácticas curriculares y extracurriculares.....	108
2. Talleres y laboratorios en las asignaturas.....	111
3. Entorno profesionalizante en la facultad.....	113
4. La propuesta del Hub en la Universidad CEU San Pablo.....	117
5. Conclusión	120
Referencias	120
8. El impacto social y empresarial de los estudios de Comunicación en Pontevedra (1993-2019)	
por Emma Torres-Romay	121
Introducción	121
1. El nacimiento de los estudios de Comunicación en Pontevedra	123

1.1. <i>Historia de los estudios de comunicación en Pontevedra.</i>	
<i>Demanda inicial</i>	123
1.2. <i>Oferta inicial de estudios de comunicación en Galicia</i>	123
1.3. <i>Contexto empresarial de partida</i>	124
1.4. <i>Visibilidad social de los estudios</i>	125
2. <i>Primeras promociones, profesionalización y adaptación</i>	
<i>a Bolonia</i>	126
2.1. <i>Saturación del mercado de titulados</i>	126
2.2. <i>Adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior</i> <i>y saturación</i> <i>de oferta</i>	127
2.3. <i>Empleabilidad de los titulados</i>	129
2.4. <i>Evolución del contexto empresarial</i>	131
3. <i>La consolidación del sector publicitario pontevedrés. Academia</i> <i>y empresa</i>	134
3.1. <i>Evolución de los estudios de Comunicación en Pontevedra</i>	134
3.2. <i>La nueva realidad del sector publicitario en Pontevedra</i>	134
3.3. <i>Adecuación de la formación al mercado laboral</i>	138
<i>Referencias</i>	140
9. El Festival de Cortos AdN de la Universidad Nebrija como escaparate del nuevo talento audiovisual y plataforma de colaboración entre España e Iberoamérica	
<i>por Marta Saavedra; Nicolás Grijalba; Marta Perlado</i>	143
<i>Introducción</i>	143
1. <i>Metodología</i>	145
2. <i>Veinte ediciones del Festival de Cortos AdN</i>	147
2.1. <i>Proyecto de innovación docente y sistema de trabajo</i> <i>con los alumnos</i>	145
2.2. <i>Origen del festival</i>	150
2.3. <i>Desarrollo de AdN como festival de cortos universitario</i> <i>más longevo de España</i>	152
2.4. <i>Etapa actual, internacionalización del certamen y compromiso</i> <i>con los valores</i>	155
3. <i>Conclusiones</i>	157
<i>Referencias</i>	158
10. Retos de la transferencia de la comunicación en la cuarta revolución industrial. Arte y creatividad en la era del big data	
<i>por Miguel Baños González; Rafael Gómez Alonso</i>	159
<i>Introducción</i>	159
1. <i>El contexto de la comunicación en el siglo XXI</i>	160

2. <i>La transferencia del conocimiento en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos</i>	164
2.1. <i>La gestión del conocimiento desde la Universidad</i>	164
2.1.1. <i>El Grupo de Investigación CIBERIMAGINARIO</i>	165
2.2. <i>Responsabilidad con nuestro entorno social</i>	166
2.2.1. <i>Aulas de producción</i>	167
2.2.2. <i>La transferencia comienza en las clases</i>	170
2.3. <i>Acciones de transferencia artística y cultural</i>	171
<i>Referencias</i>	173
11. Cátedras institucionales y transferencia de conocimiento	
<i>por Natalia Papi Gálvez</i>	175
<i>Introducción</i>	175
1. <i>Un modelo de transferencia para el reconocimiento del personal investigador</i>	175
2. <i>La transferencia de las Ciencias Sociales</i>	177
3. <i>La universidad y su contribución al entorno como punto de partida</i>	179
4. <i>Las cátedras universitarias como fórmula de transferencia</i>	180
5. <i>Método</i>	182
6. <i>Resultados</i>	183
7. <i>Conclusiones</i>	187
<i>Referencias</i>	188
12. Explorando experiencias de intercambio con la sociedad en la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia. El caso del grado en Publicidad y Relaciones Públicas	
<i>por Pedro Hellín Ortuño; Antonio Raúl Fernández Rincón</i>	191
<i>Introducción</i>	191
1. <i>La innovación educativa en la FCD-UM</i>	193
2. <i>ILP Mar Menor</i>	194
3. <i>Diseño de marca y espacios para el Balneario público de Alhama de Murcia</i>	197
4. <i>Perspectivas C+A</i>	202
5. <i>Conclusión</i>	206
<i>Referencias</i>	206
13. ANIMA (Aula de Nuevas Identidades Musicales y Audiovisuales): espacio de creación entre alumnos de Comunicación, músicos e industrias creativas	
<i>por Isabel Villanueva Benito</i>	209
<i>Introducción: el impulso de los perfiles creativos gracias a la música</i>	209

1. Contexto: la crisis sanitaria y la reinención de la industria de la música.....	210
1.1. Los jóvenes demandan contenidos audiovisuales de temática musical.....	210
1.2. La industria musical fomenta la identidad audiovisual e sus artistas.....	211
2. Proyecto piloto 2020.....	212
2.1. Resultados de la primera experiencia.....	213
3. El Aula de Nuevas Identidades Musicales y Audiovisuales (ANIMA).....	214
3.1 Descripción general.....	214
3.2. Objetivos del aula	215
3.3. Estructura académica y fases de ejecución de los proyectos	216
4. Un proyecto en expansión.....	217
4.1. Indicadores que permiten evaluar los resultados	217
4.1.1. Indicadores cualitativos:.....	217
4.1.2. Indicadores cuantitativos:	218
4.2. Los siguientes pasos	218
Referencias	219

La transferencia social del conocimiento a través del vídeo: el aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual

Jorge Franganillo
Universidad de Barcelona

Lydia Sánchez
Universidad de Barcelona

M.^a Ángeles García Asensio
Universidad de Barcelona

Anna Marquès
Universidad de Barcelona

Introducción

Como bien se sabe, la universidad ejerce una función social. Además de ser un motor para el desarrollo personal y profesional, es una institución clave para promover el cambio social. Cumple, pues, una doble misión: forma a profesionales capaces de integrarse en el mundo laboral y, lo que es igualmente importante, forma a personas en competencias que les permiten desarrollar valores y virtudes que contribuyen al bienestar individual y, también, al bienestar social. Por ello, la universidad debe impulsar iniciativas de innovación educativa con impacto social, orientadas a facilitar el aprendizaje basado en competencias.

La consecución de estos objetivos puede apoyarse en algunos supuestos de la psicología positiva, un ámbito de estudio que examina con rigor científico las virtudes y las fortalezas que pueden ayudar a individuos, instituciones y grupos sociales a aumentar su felicidad y a mejorar su calidad de vida (Seligman; Csíkszentmihályi, 2000). La psicología positiva adopta una perspectiva abierta respecto al potencial humano y, dado que pone el foco en la comprensión y construcción de las cualidades positivas de la persona —sus fortalezas y virtudes—, tales como el optimismo, la curiosidad, la creatividad o la inteligencia social, ofrece al personal docente una base sólida sobre la que orientar la planificación de su actividad académica.

Desde esta perspectiva, y con la convicción de que la universidad debe impulsar iniciativas de innovación docente con impacto social orientadas a permitir un aprendizaje experiencial basado en competencias, el grupo de innovación docente en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV), de la Universidad de Barcelona (UB), promueve desde 2016 el desarrollo de proyectos de aprendizaje servicio (ApS) que estimulan la creación de piezas audiovisuales con utilidad social y que inciden en el desarrollo de competencias profesionalizadoras sustentadas en sólidos valores personales y sociales.

Presentamos aquí la metodología de trabajo de esta iniciativa formativa implantada en el grado de Comunicación Audiovisual (CAV) de la UB. Examinamos a continuación los efectos de haber participado en proyectos ApS, con énfasis en el aprendizaje percibido por los propios estudiantes y en su rendimiento académico. Se trata, en definitiva, de una iniciativa que potencia el emprendimiento, la innovación y la creatividad a través de un aprendizaje basado en proyectos, y que forma a futuros profesionales trabajando sobre necesidades reales del entorno con la finalidad de mejorarlo.

En este contexto, abordamos la metodología ApS como un tipo de aprendizaje efectivo que se apoya en las fortalezas de carácter de los alumnos con el afán de potenciarlas. El modelo ApS, en la medida en que implica a profesores y a la misma institución universitaria, también resulta positivo para estos agentes.

1. Marco estratégico de la responsabilidad social

El marco de la responsabilidad social en el que se sitúa el ApS constituye uno de los pilares sobre los que se sustentan las universidades, en general. La UB, en particular, se identifica en su Estatuto (art. 4.1) con los valores de justicia, igualdad y solidaridad, entre otros, y desempeña una labor efectiva para que estos valores afloren y se pongan de manifiesto en su actividad docente e investigadora (Universidad de Barcelona, 2003).

En 2019, fruto de un proceso de reflexión estratégica con un horizonte a largo plazo, la UB se fijó como objetivo reforzar su compromiso con los derechos humanos, la cultura de la paz y el bienestar global, lo que desarrolló con acciones concretas; entre otras: «apoyar acciones solidarias y de voluntariado, y promover el ApS en un marco de responsabilidad social» (Universidad de Barcelona, 2019). En este contexto, el ApS es un elemento metodológico que ayuda a formar a los estudiantes, no solo para que sean profesionales en su disciplina, con visión científica y crítica, sino también para que sean ciudadanos solidarios y contribuyan a construir una sociedad más justa y sostenible.

Coincide con esta visión la Asociación de Universidades Europeas, que menciona en sus informes, de gran relevancia en el ámbito docente, el compromiso que las instituciones educativas deben tener en la responsabilidad social (Vettori, 2020). En todo el EEEES se está de acuerdo en que las universidades deben ofrecer una experiencia de aprendizaje que no solo permita a los estudiantes adquirir conocimientos y habilidades para su futuro empleo, sino que también fomente su desarrollo como ciudadanos activos capaces de contribuir a la sociedad de hoy y de mañana (Europa. Conferencia de ministros responsables de la Educación Superior, 2009).

En España, en septiembre de 2021, se actualizó la ley que debe ordenar las enseñanzas universitarias con la publicación del *Real Decreto 822/2021*, cuya

introducción, que anticipa la filosofía del documento, también pone énfasis en la responsabilidad social universitaria y, además, en la necesidad de trabajar para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y construir así una sociedad sostenible y equitativa (España. Ministerio de Universidades, 2021).

Los ODS, por su parte, se pueden abordar de muchas formas, a distintas escalas territoriales. Si bien tienen un enfoque global, trasladarlos al ámbito local permite avanzar de manera más directa hacia su consecución. En este contexto local, como se observará más adelante, el ApS aporta un entorno natural para desarrollar la responsabilidad social universitaria y para incorporar esta dimensión en los planes de estudios.

2. Aprendizaje servicio e innovación docente

El ApS se enmarca en la pedagogía de la acción común, una práctica educativa que sostiene que el desarrollo personal y la formación ciudadana se logran actuando en la realidad para hacerla más justa y sostenible. Contribuye, pues, a superar la cultura del individualismo competitivo, inherente a la economía neoliberal. De hecho, desde varios ámbitos de la filosofía y de la sociología, y también en numerosas experiencias educativas, han surgido ideas que van en la dirección opuesta a ese individualismo competitivo y que potencian la cooperación, el cuidado mutuo, el diálogo, el altruismo y la defensa de los bienes comunes. Con el tiempo, hemos descubierto que el desarrollo personal —la formación como seres humanos— se logra afrontando los retos que plantea la realidad con la intención de transformarla en beneficio de la comunidad (Deeley, 2018; Martín; Puig, 2018; Puig, 2021).

Esta visión se plasma en el modelo ApS, un enfoque educativo que impulsa el aprendizaje considerando necesidades sociales del entorno y que, por tanto, aúna los saberes que conforman las competencias que queremos desarrollar en los estudiantes (conocimientos, habilidades, actitudes y valores) a la vez que estos dan una respuesta a necesidades sentidas por la comunidad (Mayor, 2018). Es, en definitiva, una metodología con dos facetas que, combinadas, permiten perfilar en el alumnado un compromiso vital y una implicación social: ayuda a adquirir competencias técnicas y, al mismo tiempo, contribuye a desarrollar competencias transversales y específicas, en especial, las competencias cívicas necesarias para ser buenos profesionales (Hwang; Liu; Salusso, 2019). De este modo, es también una manera de aprender a emprender.

No en vano, los estudiantes, sin abandonar sus objetivos curriculares, aprenden y crecen académicamente con el espíritu, la motivación y el coraje de las personas emprendedoras que desarrollan sus fortalezas: el ApS, por cuanto nace de la necesidad de encontrar, diseñar e implementar soluciones a problemas reales, los lleva a sentirse capaces de impulsar transformaciones

sociales con las que aportar prosperidad y bienestar a la sociedad (Jacoby, 1996; Mendía, 2012).

Lograr este cometido implica saber identificar oportunidades, superar carencias, construir conocimiento y desarrollar habilidades de forma significativa, optimizando recursos y buscando la calidad y la excelencia. Todo ello son conductas inteligentes y valores educables, propios de un espíritu emprendedor, que pueden nutrir las fortalezas de carácter de cada estudiante y que son aplicables a su entorno vital y profesional (Sobrado; Fernández, 2010). En definitiva, los estudiantes aprenden mientras adquieren compromisos vitales, satisfacen una necesidad social real, aprenden a emprender y valoran la trascendencia de sus acciones (Halberstadt *et al.*, 2019).

El ApS despliega así todo su potencial formativo desde las perspectivas de compromiso y utilidad social, docencia, investigación y transferencia de conocimiento, responsabilidad social y emprendimiento, que asociamos a los objetivos, a los valores y a la función social de la universidad.

La principal innovación del ApS radica en desarrollar una actividad educativa bien articulada, coherente y original en la que se conjuga la finalidad pedagógica con la solidaria (Puig *et al.*, 2007; Martínez, 2009). Como enfoque metodológico, el ApS plantea que la enseñanza no puede limitarse a formar a los estudiantes encerrados en un aula (Rodríguez; Tiana, 2015).

2.1. El aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual

En el contexto del grado de CAV, en la UB, el grupo de innovación docente en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV) estimula el desarrollo de proyectos ApS que implican la producción y dirección de piezas audiovisuales con un claro beneficio social. Tales piezas son cortometrajes documentales, reportajes y píldoras divulgativas que impulsan campañas de concienciación social o muestran realidades sociales.

Estos proyectos tienen, por tanto, un papel profesionalizador, ya que los alumnos participantes se forman trabajando para dar respuesta a necesidades reales de su entorno. También promueven la transferencia de conocimiento y el trabajo interdisciplinario, ya que los estudiantes cooperan con profesionales de diferentes disciplinas (historiadores, médicos, bibliotecarios, etc.).

En el contexto de esta iniciativa, los estudiantes 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. Asimismo, 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 alumnos colaboran con profesionales de diversas áreas de conocimiento.

Desde 2016, con la implicación del grupo In-COMAV, los estudiantes han desarrollado 15 proyectos que han abordado objetivos heterogéneos, relacio-

nados con la recuperación de la memoria histórica, la concienciación social sobre las terapias médicas y el uso responsable de los medicamentos, la ruptura de estereotipos laborales, la difusión lingüística y cultural, la prevención de la ludopatía y la recuperación de las contribuciones sociales de instituciones locales.

3. Criterios de viabilidad

Los proyectos ApS nacen de necesidades que comunican agentes externos a la universidad. Como es bien sabido, los contenidos audiovisuales tienen un gran poder de captación y de persuasión y, motivadas por esta convicción, son muchas las organizaciones que ven en el audiovisual un medio eficaz para transmitir un mensaje. Sin embargo, no todos los mensajes tienen una finalidad social ni todas las iniciativas presentan el espíritu formativo y de compromiso social inherente al modelo educativo del ApS.

Para que puedan prosperar en este contexto, las peticiones de colaboración deben contar con ciertas garantías y pasar por un comité de selección, porque no todas son aceptables. Algunas disfrazan trabajo sin salario. Ante la necesidad de contar con criterios objetivos, en mayo de 2018 el Consejo de Estudios de CAV aprobó ocho directrices para determinar la conveniencia y la viabilidad de implicar a alumnado y profesorado del grado en propuestas de colaboración externas. Con el propósito de identificar propuestas con potencial educativo y evitar, al mismo tiempo, la competencia desleal con productoras audiovisuales (In-COMAV, 2020), estas directrices exigen verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos:

- La iniciativa ha de tener un interés pedagógico y debe permitir el desarrollo de competencias transversales y específicas de la titulación.
- El producto audiovisual debe tener repercusión social, política o cultural, y ha de contar con el aval de un organismo público, una entidad social o una empresa. Tienen prioridad las propuestas dirigidas a colectivos en situación de riesgo o vulnerabilidad social.
- La propuesta ha de poder desarrollarse de forma natural en el marco académico y cronológico de una asignatura, y debe poder contar con la figura de un tutor.
- La colaboración no puede quedar limitada a la realización del producto audiovisual. Debe incluir una tarea de investigación y conceptualización de la obra a realizar.
- El producto no puede tener como fin principal un beneficio comercial o un provecho exclusivo para la entidad promotora; no puede ser, por ejemplo, un anuncio publicitario o un vídeo promocional. En caso afirmativo, si la idea proviene de la propia universidad, la fórmula adecuada es la convocatoria de becas de colaboración.

- La propuesta ha de poder materializarse en un proyecto de innovación docente, de transferencia de conocimiento o de investigación, en el que debe estar implicado profesorado del área de CAV del departamento que gestiona la titulación.
- El proponente debe estar dispuesto a aportar una dotación económica (dietas, alquiler de material, beca de colaboración, etc.), si el proyecto lo requiere.
- La actividad desarrollada no puede incurrir en competencia desleal con el sector profesional. El destinatario del servicio debe aceptar que los estudiantes desarrollan una labor de aprendizaje en el marco de su formación universitaria y que, por lo tanto, podrían cometer errores y realizar un producto insatisfactorio. Aunque se velará por la calidad del servicio, en ningún caso el proyecto sustituirá la prestación de un servicio profesional.

4. Metodología de desarrollo

La puesta en marcha de proyectos ApS suele venir determinada por las propuestas de colaboración que se reciben de agentes externos. La demanda es tan elevada que impide establecer una labor proactiva de diagnóstico del entorno y de sus necesidades. En su lugar, pues, se prefiere basar la elección de proyectos en la evaluación minuciosa de las propuestas recibidas.

En primer lugar, con la persona que representa a la entidad proponente se concierta una entrevista para determinar, según las directrices descritas antes, si la propuesta reúne las condiciones necesarias y si encaja en el modelo educativo del ApS. Esta entrevista de referencia ayuda a saber más sobre la institución y sobre el compromiso social del potencial proyecto, y en ocasiones permite ajustar los objetivos o el alcance del proyecto para consolidar su viabilidad.

Cuando se considera necesario (esto es, si hay dudas sobre tal viabilidad), una comisión formada por el jefe de estudios, el jefe de departamento y al menos un profesor del área de CAV pueden emitir una valoración definitiva sobre la conveniencia de aceptar o rechazar una propuesta.

Si la propuesta está alineada con las mencionadas directrices, se añade a la cartera de propuestas que se presentan a los estudiantes de Proyecto Audiovisual y de TFG, las dos asignaturas que mejor pueden acoger este tipo de proyectos. Cabe tener en cuenta que los estudiantes reciben las propuestas hasta tres meses antes de que empiecen a desarrollarlas en el marco de estas asignaturas. Tienen, entonces, tiempo suficiente de elegir una que les atraiga. Saben, además, que su elección constituirá una evidencia de evaluación y que, antes de conocer al interlocutor externo de la entidad promotora, se les pedirá un compromiso personal y de equipo, una implicación máxima y el coraje de

aventurarse en una metodología activa que rompe con esquemas tradicionales de enseñanza-aprendizaje.

Si todo ello se cumple y se cuenta con un profesor dispuesto a tutorizarlo, se cita a los alumnos y al tutor con el representante de la entidad promotora para una primera toma de contacto, el proyecto recibe la aprobación definitiva, se firma un convenio de colaboración que convierte la iniciativa en un proyecto ApS y se exige que el producto final refleje en los títulos de crédito la implicación del grado de CAV.

La entidad interviene en el desarrollo del proyecto y tiene voz para decidir sobre la adecuación del producto audiovisual. También valora el resultado de la obra audiovisual. Cuando da su aprobación, la pieza audiovisual sale propiamente del entorno universitario y adquiere entonces razón de ser por su utilidad en el entorno social que la reclama. Hasta el momento, ningún vídeo ha sido valorado como inadecuado o erróneo. Solo en una ocasión se han pedido ajustes menores de grafismo, motivados por el cambio que produjo en el contexto social el primer confinamiento por la covid-19. Las piezas resultantes están recogidas en el sitio web de In-COMAV (<https://fima.ub.edu/grups/incomav/aps.html>), desde donde se pueden visionar.

Por otro lado, también es habitual que la entidad promotora organice algún acto para presentar la obra, por ejemplo, en centros cívicos, en algún congreso o en el marco de una fecha significativa. La entidad se encarga luego de difundir esa pieza por canales tan diversos como su sitio web o la sala de espera de un hospital público, según el caso.

Concretamente, uno de los hospitales con los que se ha colaborado, el Hospital Podológico UB, ha fidelizado su participación en proyectos ApS por la buena acogida que los vídeos resultantes han tenido en las salas de espera entre pacientes y podólogos. Se trata de las campañas *No te plantes*, destinada a fomentar el cumplimiento del tratamiento terapéutico de la úlcera del pie diabético, y *Al pie de la letra*, sobre la importancia del tratamiento completo del pie de atleta. Actualmente, y tras el paréntesis que ha supuesto la crisis sanitaria ante la pandemia de covid-19, el hospital estudia la posibilidad de proponer nuevos objetivos para acoger nuevas piezas audiovisuales. Paralelamente, algunas asociaciones contra la drogodependencia se han interesado por divulgar la obra *Que no te vendan humo*, una campaña de concienciación social sobre las propiedades terapéuticas y los efectos negativos del cannabis.

También en la facultad, paralelamente, se evalúan los proyectos. Los estudiantes han de defender la viabilidad y la pertinencia de su trabajo ante un tribunal de profesores que valora su capacidad de comunicación oral persuasiva. Y, lo que es más: tras recibir la calificación final, el siguiente paso es que los estudiantes difundan sus proyectos y productos audiovisuales en jornadas y congresos nacionales e internacionales en los que se trata sobre innovación docente universitaria o sobre divulgación del conocimiento experto o científico. De este modo, también desarrollan habilidades de comunicación per-

suasiva no solo en entornos académicos, sino también en entornos científicos y profesionales.

Esto implica que los proyectos ApS se prolongan forzosamente más allá de un curso académico, que estudiantes y profesores buscan fuentes de financiación para asistir a esos congresos (se logró que una empresa privada financiase la participación de cuatro alumnos en un congreso norteamericano de farmacología), y que los estudiantes siguen aprendiendo sin que a cambio reciban una nota en su expediente académico: su recompensa es la experiencia y el aprendizaje adquiridos. También los estudiantes que han participado en proyectos ApS se ofrecen para tutorizar a estudiantes que se inician en ellos.

5. La dimensión investigadora y de transferencia de conocimiento

Los proyectos conceptualizados en el marco del modelo ApS favorecen que los estudiantes desarrollen capacidades investigadoras. Implican un análisis de la sociedad orientado no solo a identificar necesidades sociales, sino también a describirlas y argumentarlas, para luego, además, transferir ese conocimiento a la sociedad con la formulación de una propuesta de ideas canalizada hacia la transformación de algún aspecto de la realidad investigada. El estudiante siente en todo momento que la investigación ha de ser significativa y rigurosa, en la medida en que esas ideas se decantan en un proyecto que necesariamente se conceptualiza, se estructura, se desarrolla, y después se ejecuta y, finalmente, se evalúa.

El ApS constituye, entonces, una labor de investigación científica y de transferencia de conocimiento que, además, aporta al estudiante el manejo de unos procesos y la evaluación de unos resultados que después podrá aplicar en contextos diversos. Investigar implica analizar una parcela de la realidad, identificar problemas, causas y efectos, distinguir la apariencia de la esencia, formular hipótesis y finalmente buscar soluciones. Esa labor investigadora dota a los estudiantes de instrumentos para ser analíticos, críticos y objetivos, y para descubrir vías en la resolución de problemas. Todo ello, dentro de un contexto en el que los valores de compromiso vital, de servicio a la sociedad, de creación de comunidad y de beneficio a la comunidad juegan un papel fundamental. Se trata, por lo tanto, de un tipo de investigación caracterizada por una dimensión profesionalizadora, y fundamentada en una dimensión emocional. Las fortalezas de carácter descritas por la psicología positiva —sabiduría, coraje, humanidad, justicia, templanza y trascendencia— entran entonces en juego.

Aunque no todos los proyectos de investigación y de transferencia de conocimiento tienen la misma amplitud ni el mismo potencial formativo y de investigación, el ApS se puede aplicar en prácticamente cualquier ámbito académico y social. De hecho, de algunos proyectos ApS han surgido pro-

yectos de investigación destacables (por ejemplo, el desarrollo de un sistema de rastreo de componentes informáticos o la mejora del sistema logístico de un banco de alimentos), y viceversa: de ciertos avances investigadores han surgido proyectos ApS (por ejemplo, aprovechar tecnología obsoleta de telecomunicación para el desarrollo de poblados de las selvas de Latinoamérica, donde una empresa no invertiría).

Con todo, para que el ApS pueda abordar la dimensión investigadora, es esencial que cuente con el apoyo de la institución y de todo el equipo docente (Furco, 2001). Institucionalizar el ApS es un proceso complejo que requiere la coordinación estratégica de varias áreas —la propia misión institucional, la asociación con agentes del entorno, y las cuestiones académicas y estructurales— que deben operar de manera sinérgica para integrar el ApS en el tejido académico de las universidades (Furco, 2008).

6. Resultados formativos

En el transcurso de esta iniciativa, se han explorado los efectos de haber participado en proyectos ApS en lo que atañe al aprendizaje percibido por los propios estudiantes y a su rendimiento académico.

Por una parte, los alumnos han valorado en una encuesta qué aporta esta metodología a su aprendizaje y desarrollo profesional. Los resultados indican una mayor motivación de los estudiantes, que perciben esta iniciativa como una propuesta edificante que los enfrenta al reto de negociar con un «cliente», el promotor de la idea. Del mismo modo, conscientes de la utilidad de sus proyectos, se implican en su aprendizaje y perciben el valor de esta práctica como sustitución de los trabajos académicos. Por todo ello, desarrollan competencias sociales y profesionales, y construyen sus equipos de trabajo con los perfiles profesionales habituales. Resaltan, además, el valor del trabajo en equipo, que es, asimismo, uno de los mayores retos que superar, y las oportunidades que esta iniciativa proporciona para difundir su trabajo en festivales y congresos (Franganillo *et al.*, 2021a).

Por otra parte, el análisis comparativo del rendimiento académico ha permitido comprobar que existe cierta relación entre este resultado objetivo y el resultado subjetivo del estudiante. Los resultados observados sugieren un aumento marcado en el entusiasmo y la motivación de los estudiantes que participan en estas iniciativas; son conscientes de que los proyectos que realizan tienen una utilidad social y se utilizan en campañas de comunicación. Perciben el aprendizaje de forma aplicada, práctica, más amena y motivadora que las actividades ordinarias.

Además, dado que estos proyectos se desarrollan en el campo de la creación audiovisual y los estudiantes deben construir equipos de trabajo que cubran los perfiles habituales de un equipo de rodaje profesional, tienen una valiosa

oportunidad para aprender habilidades orientadas a los roles en un entorno de trabajo real y para desarrollar una aptitud para el trabajo en equipo.

Como beneficio adicional, se confirma un fenómeno observado en numerosos estudios previos: los estudiantes que participan en proyectos ApS y de compromiso cívico tienden a obtener notas significativamente más altas. En el contexto del grado de CAV, la diferencia observada es de un 13,3% (Franquillo *et al.*, 2021b). Aparte, se ha observado que los estudiantes se implican emocionalmente en los proyectos ApS y, en ocasiones, al terminarlos, incluso están dispuestos a continuar trabajando después de graduarse, como ya han observado otros autores (Einfeld; Collins, 2008).

Estos beneficios formativos nos llevan a la firme convicción de que merece la pena impulsar la metodología ApS, que, según apunta Puig (2021), ayuda además a:

- crear humanidad al activar la disposición a la cooperación y al altruismo;
- aprender valores por experiencia viva y reflexión;
- enfrentarse a problemas confiando en la inteligencia creativa;
- formar la identidad degustando el compromiso cívico;
- adquirir una visión crítica de la realidad, dando sentido local y global a las acciones;
- disponer de una importante fuente de reconocimiento de sí mismo; y
- construir una ciudad educadora al tejer una red de instituciones formativas.

7. Conclusiones

El ApS parte de un reto compartido que motiva y desencadena un proyecto destinado a cambiar la situación de necesidad inicial buscando la transformación o la mejora de la realidad. Aprender a través de proyectos ApS permite desarrollar las fortalezas de carácter de los estudiantes, la dimensión social de la conducta inteligente y la función del lenguaje y de la racionalidad humana como herramientas para relacionarnos con los demás. El ApS se enmarca, por tanto, en una corriente innovadora en el ámbito educativo que trasciende a la propia institución educativa, se proyecta a la comunidad y genera con ello un cambio social. Mediante el ApS, la universidad puede ofrecer a los alumnos la oportunidad de intervenir allí donde hay necesidades sociales y lograr un impacto positivo (Cipolle, 2010).

Así, aun cuando los estudios de CAV se centran en la adquisición de habilidades técnicas necesarias para articular el lenguaje audiovisual, los proyectos ApS permiten acercar a los alumnos a una dimensión de la comunicación cercana a la del significado originario del término *communicāre*, que en latín significa precisamente «poner en común, crear comunidad». De hecho, esa es para algunos autores la función principal de la comunicación: establecer lazos sociales y crear una cultura compartida (Carey, 1989; Craig, 1999).

El ApS despliega todo su potencial formativo desde las perspectivas de compromiso y utilidad social, docencia, investigación y transferencia de conocimiento, responsabilidad social y emprendimiento, que asociamos a los objetivos, a los valores y a la función social de la universidad. Al integrar formación, experiencia y contexto comunitario, este modelo educativo contribuye a concebir la universidad como un espacio social con gran potencial para generar creatividad e innovación.

Los proyectos de innovación docente que impulsamos desde el grupo INCOMAV ponen el énfasis en la función social de la universidad y en las capacidades que los alumnos deben desarrollar para integrarse en el mundo laboral y, más allá, para convertirse en ciudadanos comprometidos y críticos. La educación que se recibe en la universidad debe servir, ante todo, para dignificar a las personas, lo que implica enseñar a respetar las diferencias, favorecer el crecimiento cognitivo y abarcar en ello aspectos no solo profesionalizadores, sino también socializadores (Bueno, 2022).

La Comunicación Audiovisual es una disciplina idónea desde la que promover metodologías y estrategias que favorezcan los valores cívicos y el bienestar social a la vez que el aprendizaje. En este sentido, los proyectos ApS enfrentan a los estudiantes a retos comunicativos reales, en los que el aprendizaje recibido en el grado y el adquirido en el desarrollo de los proyectos se ponen al servicio de la sociedad en un diálogo directo con agentes sociales del entorno. En consecuencia, la universidad sale de las aulas, atiende a intereses y necesidades sociales del entorno, y proporciona un producto audiovisual que contribuye a satisfacer estos objetivos.

Los proyectos ApS se han desarrollado en colaboración con otras facultades, instituciones y agentes, en contextos de creación de conocimiento compartido. Se ha desarrollado un dinamismo organizativo basado en el partenariado, un elemento sin el cual es difícil desarrollar actividades basadas en el modelo ApS. El partenariado implica una colaboración entre la universidad y las entidades sociales, de tal forma que la universidad aporta a las personas que harán un servicio de utilidad para las entidades sociales, y estas contribuirán pidiendo ayuda a los jóvenes para realizar su misión y abrir espacios de servicio apropiados.

Los estudiantes valoran positivamente esta experiencia vivencial, que además nos permite incidir en los ejes de nuestra innovación docente relacionados con la comunicación persuasiva y el aprendizaje basado en proyectos. El ApS ha demostrado así ser una herramienta y una filosofía de trabajo adecuada para potenciar las competencias profesionalizadoras del alumnado de CAV. Es una metodología capaz de mejorar la empleabilidad de los graduados universitarios, sobre todo en momentos de tensión entre el ámbito académico y el sociolaboral (Santos; Lorenzo; Mella, 2020).

Quisiéramos subrayar, al mismo tiempo, que la implicación de los estudiantes en estos proyectos la genera un deseo de servir a la sociedad, de identificar necesidades y atenderlas. El paso por la universidad permite dirigir sus esfuerzos

y su impacto social en esa dirección. Ya en el mundo laboral para el que se les prepara, se toparán con que en la industria audiovisual la responsabilidad social corporativa raramente es gratuita. En la universidad, sin embargo, trabajar en proyectos ApS les comportará un provecho que no será económico, sino un beneficio en términos de prestigio, experiencia aplicada, imagen profesional, colaboración e intercambio de esfuerzos. En el caso de los estudiantes de CAV, su deseo de proporcionar a la colectividad un retorno a través de su trabajo y sus conocimientos muestra una predisposición generalizada a contribuir al bien común, una cualidad que desde este tipo de estudios interesa aprovechar.

En definitiva, no sorprende que más del 80% de los alumnos consultados confirmen un crecimiento personal y profesional, y que este crecimiento redunde en un mayor rendimiento académico: las notas de los estudiantes que han participado en los proyectos ApS destacan sobre los resultados de los estudiantes que han elegido proyectos que no son ApS, según queda recogido por Franganillo *et al.* (2021a). Estos resultados ratifican también que el alumnado que opta por esta metodología se siente más preparado y con más experiencia que el que no se involucra. No en vano, la persona titulada en CAV debe ser un profesional polivalente, proactivo, con iniciativa, y con capacidad analítica, de resolución de problemas y de toma de decisiones, además de mostrar capacidad de liderazgo y trabajo en equipo y ser competente en la argumentación y en la comunicación persuasiva.

Satisface, pues, leer que las competencias transversales más apreciadas por los empleadores, según el reciente informe de AQU Catalunya (2019), son justamente la formación práctica, la capacidad de resolución de problemas y la habilidad en la toma de decisiones. Asimismo, las competencias específicas más valoradas son la capacidad de comunicar de forma efectiva, la habilidad para idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos y la capacidad de exponer de forma razonada ideas y argumentos. Dado que el grado de CAV forma a profesionales dirigidos a formar parte de un mercado laboral, cuanto más se ajuste la formación al sector audiovisual, más probabilidades pueden tener los estudiantes de encontrar su sitio en esta industria.

Nos adherimos, así, a la iniciativa del Consejo Europeo (2000) que, en una sesión especial en Lisboa, propuso ya adaptar los sistemas de formación europeos a la necesidad de mejorar el nivel y la calidad del empleo. Instó a los centros de formación a potenciar en los procesos de aprendizaje el espíritu empresarial, las habilidades sociales y las tecnologías digitales, tres competencias que se desarrollan en los trabajos de tipo ApS. Estas competencias no solo responden a las demandas de los empleadores mencionadas antes, sino que, además, cumplen las expectativas de los estudiantes.

Desde el grupo In-COMAV consideramos que este tipo de proyectos deben mantenerse. Conviene tener presente, sin embargo, que introducir la metodología ApS en la educación superior comporta retos de tipo formativo, organizativo y evaluativo. Y requiere también una apuesta institucional que

reconozca esta fórmula como una propuesta capaz de otorgar calidad al proyecto formativo de la universidad, lo que implicaría flexibilizar la organización académica.

En cualquier caso, queda patente que el ApS, incorporado al grado de CAV, es un instrumento altamente profesionalizante que permite acercar a los estudiantes a su futuro, tanto en el plano personal como en el profesional. La combinación de trabajo académico y práctico con proyectos sociales ha repercutido positivamente en el proceso de aprendizaje y resultados creativos.

Es deseable, pues, que el desarrollo pedagógico de los grados con un notable componente práctico y experimental, como es el caso de CAV, incorpore cada vez más la metodología ApS, fundamentada a la vez como modelo de innovación docente y como instrumento profesionalizador. Esperamos que la labor desarrollada por el grupo de innovación docente In-COMAV contribuya, aunque modestamente, a abrir camino en esta dirección.

Referencias

- AQU Catalunya (2019): *La opinión del colectivo empleador sobre la formación de las personas tituladas en Comunicación*. Barcelona: AQU Catalunya. https://www.aqu.cat/doc/doc_19921032_1.pdf
- Bueno, David (2022): *El cerebro del adolescente*. Barcelona: Grijalbo.
- Carey, James W. (1989): «A cultural approach to communication». En: McQuail, Denis (ed.). *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. Londres: Sage, pp. 37-45.
- Cipolle, Susan B. (2010): *Service-learning and social justice: engaging students in social change*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Consejo Europeo (2000): «Consejo Europeo de Lisboa, 23 y 24 de marzo 2000: conclusiones de la presidencia». En: *European Parliament*. https://europa.eu/european_council/summits/lis1_es.htm
- Craig, Robert T. (1999): «Communication theory as a field». *Communication Theory*, núm. 9, pp. 119-161.
- Deeley, Susan J. (2018): *El aprendizaje servicio en educación superior*. Madrid: Narcea.
- Einfeld, A.; Collins, D. (2008): «The Relationships between service-learning, social justice, multicultural competence, and civic engagement». *Journal of College Student Development*, 49, 95-109. <http://doi.org/10.1353/csd.2008.0017>
- España. Ministerio de Universidades (2021): «Real Decreto 822/2021, de 28 de septiembre, por el que se establece la organización de las enseñanzas universitarias y del procedimiento de aseguramiento de su calidad». *Boletín Oficial del Estado*, 233, pp. 119.537-119.578. <https://boe.es/eli/es/rd/2021/09/28/822>
- Europa. Conferencia de ministros responsables de la Educación Superior (2009): *The Bologna Process 2020: the European Higher Education Area in the new decade*. Lovaina: European Higher Education Area. http://eha.info/Upload/document/ministerial_declarations/Leuven_Louvain_la_Neuve_Communique_April_2009_595061.pdf
- Franganillo, Jorge; Sánchez, Lydia; García Asensio, M.ª Ángeles; Marquès, Anna (2021a): «Aprendizaje emocional y de valores en la formación universitaria, aplicado al grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona». *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 79, pp. 161-183. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1493>
- Franganillo, Jorge; Sánchez, Lydia; García Asensio, M.ª Ángeles; Marquès, Anna (2021b): «El aprendizaje servicio en Comunicación Audiovisual: aprendizaje

- percibido y rendimiento académico». En: Javier Sierra, José Gomes (coord.). *Audi visual e indústries creatives: presente e futuro. VIII Congrés Internacional de Investigadors del Audiovisual*. Madrid: McGraw-Hill, vol. 2, pp. 583-600. <https://franganillo.es/aprendizaje.pdf>
- Furco, A. (2008): Institutionalising service-learning in higher education. En L. McIlrath; I.M. Labhrainn (eds.). *Higher Education and Civic Engagement: International Perspectives*. Farnham: Ashgate Publishing, 65-82.
- Furco, A. (2001): «Advancing service-learning at research universities». *New Directions for Higher Education*, 114, 67-78. https://cmapspub3.ihmc.us/rid=1K-3GTLWN5-L0TF8P-Y4X/Furco_AServeLearnResearchUniv.pdf
- Halberstadt, J.; Timm, J.M.; Kraus, S.; Gundolf, K. (2019): «Skills and knowledge management in higher education: how service learning can contribute to social entrepreneurial competence development». *Journal of Knowledge Management*, 23(10), 1.925-1.948.
- Hwang, C.; Liu, H.; Salusso, C.J. (2019): «Social responsibility initiative: examining the influence of a collaborative service-learning project on student learning». *International Journal of Fashion Design, Technology and Education*, 12(3), 356-363. <https://doi.org/10.1080/17543266.2019.1652854>
- In-COMAV (2020): «Aprentatges servei». En: *In-COMAV: Innovació en Comunicació i Mitjans Audiovisuals*. <https://fima.ub.edu/grups/incomav/aps.html>
- Jacoby, B. (1996): «Service-learning in today's higher education». En: B. Jacoby et al. (eds.). *Service-learning in higher education: concepts and practices*. San Francisco, CA: JosseyBass, p. 2-25.
- Martín, Xus; Puig, Josep M. (2018): «Aprendizaje servicio: conceptualización y elementos básicos». En: Rubio, Laura; Escofet, Anna (coords.). *Aprendizaje servicio (ApS): claves para su desarrollo en la universidad*. Barcelona: Octaedro, pp. 11-21.
- Martínez, M. (2009): «Aprentatges servei i construcció de ciutadania activa a la universitat: la dimensió social i cívica dels aprenentatges acadèmics a la universitat». En M. Martínez (ed.). *Aprentatges servei i responsabilitat social de les universitats*. Barcelona: Octaedro.
- Mayor, Domingo (2018): «Aprendizaje servicio: una práctica educativa innovadora que promueve el desarrollo de competencias del estudiantado universitario». *Actualidades investigativas en educación*, vol. 18, núm. 3, pp. 1-22. <https://doi.org/10.15517/aie.v18i3.34418>
- Mendía, R. (2012): «El aprendizaje servicio como una estrategia inclusiva para superar las barreras al aprendizaje y a la participación». *Educación inclusiva*, 5(1), 71-82.
- Puig, Josep M. (2021): *Pedagogía de la acción común*. Barcelona: Graó.
- Puig, J.M.; Batlle, R.; Bosch, C.; Palos, J. (2007): *Aprendizaje servicio: educar para la ciudadanía*. Barcelona: Octaedro.
- Rodríguez, A.; Tiana, A. (2015): «Educación superior: mutación digital». *Telos: cuadernos de comunicación e innovación*, 101, 48-51.
- Santos Rego, Miguel A.; Lorenzo Modelo, Mar; Mella Núñez, Ígor (2020): *El aprendizaje servicio y la educación universitaria: hacer personas competentes*. Barcelona: Octaedro.
- Seligman, Martin E.P.; Csikszentmihályi, Mihály (2000): «Positive psychology: an introduction». *American Psychologist*, núm. 55, pp. 5-14. <https://doi.org/10.1037/0003-066x.55.1.5>
- Sobrado, L.; Fernández, E. (2010): «Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos», *Educación XXI*, 13(1), 15-38.
- Universidad de Barcelona (2003): «Estatuto de la Universidad de Barcelona». *Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya*, 3.993, 22 de octubre. <https://ub.edu/web/ub/galerias/documents/universitat/estatut-ub-es.pdf>
- Universidad de Barcelona (2019): *Pla estratègic UB2030*. <https://ub.edu/plaestrategic2030>
- Vettori, Oliver (2020): *Curriculum design: the-matic peer group report*. Bruselas: European University Association. <https://eua.eu/resources/publications/919:curriculum-design.html>