

Redes para la investigación y transferencia de conocimiento en comunicación: el caso de INTRACOM

Networks for research and knowledge-transfer in communication: the case of INTRACOM

Sara Loiti-Rodríguez

Universidad del País Vasco | Barrio Sarriena, s/n, 48940, Leioa, Vizcaya, España
<https://orcid.org/0000-0002-7283-8211> · sara.loiti@ehu.eus

Juan Carlos Suárez-Villegas

Universidad de Sevilla | Av. Américo Vespucio, s/n., 41092, Sevilla, España
<https://orcid.org/0000-0002-2199-7028> · jcsuarez@us.es

Fechas: Recepción: 07/06/2022 · Aceptación: 24/06/2022 · Publicación: 15/07/2022

Resumen

La universidad cumple con tres tareas intrínsecas que en otras organizaciones o instituciones es difícil que se desarrollen, se trata de la docencia, la investigación y la transferencia del conocimiento. Además, puesto que en pleno contexto digital se produce la democratización de la información, y la desmonopolización del conocimiento experto, se hace más evidente que nunca la necesidad de promover la divulgación a la sociedad desde las universidades. En este panorama nace el congreso-red INTRACOM con el objetivo de fomentar la investigación y transferencia en comunicación y promover la colaboración entre académicos y grupos de investigación. Este estudio busca determinar qué temas se han tratado en la primera edición del congreso, conocer el grado de influencia y relación con las funciones de investigación y transferencia –orientada a la empresa o a la sociedad– a través del análisis de las propuestas difundidas en dicho evento. Para ello, como herramienta metodológica se ha diseñado una ficha analítica con cinco variables –autoría, participación, temática, tipología y función de la ponencia–. Se evidencia una implicación por parte de la actividad académica en fomentar la divulgación y transferencia del conocimiento con propuestas, proyectos y descubrimientos de diversas disciplinas y con proyección en la sociedad. Adaptar los contenidos científicos a la comprensión general podría ayudar a combatir cuestiones como la desinformación y las *fake news*.

Palabras clave: investigación, transferencia, comunicación, universidad, congreso académico.

Abstract

The university fulfills three intrinsic tasks that in other organizations or institutions are difficult to develop, it is about teaching, research and knowledge-transfer. In addition, since in the digital context there is the democratization of information, and the de-monopolization of expert knowledge, the need to promote dissemination to society from universities is more evident than ever. In this context, the INTRACOM congress-network was born with the aim of promoting research and transfer in communication, and collaboration between academics and research groups. This



study seeks to determine which topics have been discussed in the first edition of the congress, to know the degree of influence and relationship with the research and transfer functions –business or society oriented– through the analysis of the proposals disseminated at the event. For this purpose, as a methodological tool, an analytical sheet has been designed with five variables –authorship, participation, subject matter, typology and function of the proposal–. There is evidence of an involvement on the part of academic activity in promoting the dissemination and knowledge-transfer with proposals, projects and discoveries from various disciplines and with projection in society. Adapting scientific content to general understanding could help to combat issues such as disinformation and fake news.

Keywords: *research, knowledge-transfer, communication, university, academic congress.*

1. Introducción

1.1. La universidad y la transferencia del conocimiento

La universidad tiene el deber de promover el desarrollo económico y social (González de la Fe, 2009; Agasisti *et al.*, 2019) a través de una transferencia de conocimiento eficaz y comprensible por todas las personas (Montolio, 2019) cumpliendo así con su tercera misión que consiste en realizar una contribución a la sociedad (Abreu *et al.*, 2016; Unger y Polt, 2017). Es más, la actividad académica e investigadora promueve la creación de nuevo conocimiento, nuevas ideas y nuevos descubrimientos que son el motor para el desarrollo social, económico y cultural transfiriendo sus progresos tanto a las empresas (Calafell *et al.*, 2014; Secundo *et al.*, 2017), como a la sociedad (Cardozo-Acosta *et al.* 2015; Compagnucci, y Spigarelli, 2020). De este modo, queda claro que se establece una relación entre universidad–empresa y otra entre universidad–sociedad, las cuales suponen retos diferentes. En este panorama es relevante promover acciones enfocadas a la participación social que fomente la consulta, el debate y la toma de decisiones de toda la ciudadanía, fortaleciendo la esfera pública (Habermas, 1981 y 1987) donde se configura la opinión pública, que como señalan Busquet y Medina (2019), en una sociedad democrática, no es única, sino diversa y plural. De este modo, afirman que estará condicionada e influenciada por el contexto histórico y social de las personas, los *mass media* y su *agenda setting*, también por los grupos de interés y los movimientos sociales, así como, los líderes de opinión y los representantes políticos. La universidad debería actuar como un agente social más, e influir en la opinión pública a través de la divulgación científica y transferencia del conocimiento, ya que cuenta con teorías, técnicas y perspectivas propias que no se pueden desarrollar del mismo modo en otras organizaciones (Cabeza–Pullés y Fernández–Pérez, 2016).

La transferencia del conocimiento se establece como un nuevo contrato social sobre la ciencia en el que se busca satisfacer los valores y problemas de desarrollo cultural, bienestar, equidad, y justicia social, es decir, las necesidades básicas de toda la población (Lozano, 2008) fomentando su alfabetización (Alcíbar, 2009). Por lo tanto, la actividad académica debe estar estrechamente relacionada y enfocada a las necesidades y demandas de la ciudadanía, para que las investigaciones desarrolladas estén orientadas a la resolución de problemas actuales planteados por la sociedad. Esto se consigue a través de la transferencia del conocimiento promovida por la institución académica y fomentando un modelo de universidad abierta, igualitaria, interactiva, participativa y colaborativa con otros agentes sociales y de conocimiento. Todo ello debe estar fundamentado en colaboraciones transdisciplinarias (Mobjörk, 2010; Comunian *et al.*, 2015; Briggles y Christians, 2017) entre los diversos responsables creadores de conocimientos, desde la academia, hasta las empresas e industrias, pasando por las

instituciones, para responder a los retos sociales de manera óptima. En definitiva, la divulgación científica “debe estar incluida en un proceso colectivo suficientemente amplio que involucre a instituciones de investigación, universidades, gobiernos, así como a los actores que tejen estos hilos: los científicos, comunicadores, periodistas, investigadores y estudiantes” (Massarani y de Castro Moreira, 2004, p. 34). Es decir, la universidad debe estar al servicio de la sociedad difundiendo su conocimiento con enfoques multidisciplinares amplios e inclusivos (Castelló Mayo *et al.*, 2019).

De hecho, Gibbons ya lo advertía en diversos estudios (*et al.* 1994; 1998) se produce un cambio de la modalidad en la producción del conocimiento por parte de las universidades a mediados del siglo XX. Se pasa de un modelo centrado en las disciplinas, las pautas y la ética de las prácticas científicas, a una producción basada en elaborar estudios centrados en un contexto de aplicación, investigaciones que promuevan la transdisciplinariedad, la diversidad organizacional y la responsabilidad social, así como, existe un control de calidad de los trabajos académicos –por ejemplo, *peer review*–. Es más, en plena esfera digital estos criterios se hacen más necesario, ya que internet fomenta una democratización del conocimiento, así como, una desmonopolización del conocimiento experto. Es decir, que los expertos dejan de tener la exclusiva y pierden cierta autoridad en la gestión del conocimiento (Beck, 1998). Aun así, los científicos no deben renunciar a su responsabilidad profesional y rigor teórico o metodológico, ya que es inherente a su praxis. De manera complementaria convendría recuperar “la idea de los foros capaces de producir consenso entre los diferentes sectores de la sociedad que interceden en cualquier aspecto social: industria, política, población y ciencia” (Busquet y Medina, 2019, p. 41).

Este trabajo se encuadra dentro del escaso número de estudios centrados en la transferencia de conocimiento en ámbito de la comunicación. Esta cuestión no ha sido tratada lo suficiente desde esta área de conocimiento, además, cabe destacar, que el sentido de este término ha sido empleado con diversos nombres en el ámbito académico, como “transmisión del conocimiento”, “divulgación científica”, y “comunicación de la ciencia”. Todo ello ha implicado una falta de consenso y precisión en la definición del concepto “transferencia”, lo que requiere de nuevas reflexiones y aportaciones por parte de la comunidad científica para determinar o establecer un significado concreto de este término novedoso y ambiguo. No obstante, realizando una revisión bibliográfica y entendiendo la transferencia de conocimiento como un sinónimo de los términos de “transmisión”, “divulgación científica” y “comunicación de la ciencia”, se podría entender que la transferencia de conocimiento es un acto en el que se transmite cualquier actividad científica de una manera óptima a la sociedad – desde ideas, conceptos, teorías, hipótesis, valores y progresos–, haciendo uso siempre de lenguajes, recursos y canales adecuados para que el mensaje pueda ser comprendido y asimilado por toda la población (Blanco López, 2004; Ferrer y León, 2008; Seguí Simarro *et al.*, 2015; Plaza *et al.*, 2020). De hecho, teniendo en cuenta esta idea se ha puesto en marcha el congreso-red INTRACOM con la intención de generar y fomentar redes de conocimiento entre la universidad y la sociedad.

1.2. El congreso-red INTRACOM

Partiendo de la idea de que la divulgación científica y la transferencia de conocimiento experto deben estar presentes en la agenda de la comunicación del siglo XXI (Montolio, 2019), se hace necesario establecer redes de conocimiento entre la universidad y la sociedad. En este sentido hemos puesto en marcha un congreso que aspira también a ser una red académica basada en la investigación y transferencia en comunicación, un espacio abierto para el debate de ideas y promover los encuentros

de colegas para impulsar proyectos en comunicación. Cualquier actividad tecnológica, científica, empresarial, política o de cualquier otro ámbito requiere de métodos eficaces de comunicación de sus ideas. Internet ha roto el monopolio de la comunicación de los medios tradicionales y ha contribuido al desarrollo de una ciudadanía activa y de miles de ideas con las que gestionar las relaciones humanas, la información, la promoción de los productos o la imagen pública de alguien. Comunicar bien es la mejor inversión para una gestión eficaz de cualquier empresa o institución. Tales razones nos obligan a contemplar la investigación en comunicación desde su propósito de utilidad y servicio público. Aunar investigación y transferencia como si sólo se tratase de dos caras de una misma moneda.

En esta línea un conjunto de universidades de España, Portugal e Iberoamérica impulsamos un congreso destinado a la Investigación y Transferencia en Comunicación (INTRACOM), el cual persigue suministrar también a sus participantes de información útil para favorecer las relaciones entre colegas de las dos orillas atlánticas a través de su web, a fin de mantener una relación interactiva que vaya más allá de los días de celebración del congreso. Originariamente el congreso fue promovido por la Universidad de La Laguna, la Universidad de Sevilla, la Universidad del País Vasco y la Universidad de Alicante. Posteriormente entraron a formar parte del comité de dirección colegas de la Universidad Autónoma de Barcelona y de la Universidad Rey Juan Carlos. Pero sin duda, lo más importante de INTRACOM es que se fundamenta en ser una red de grupos de investigación, con una reconocida trayectoria investigadora y solvencia académica demostrada por sus proyectos, publicaciones e ideas innovadoras. En dicha Red-Congreso ya cuenta con la adhesión de numerosos grupos de investigación españoles e iberoamericanos.

La primera edición de dicho congreso fue inaugurada por la directora de ANECA, quien destacó las iniciativas de la Agencia para la difusión de sus actividades y como forma de hacer efectiva la transparencia de la nueva ANECA. INTRACOM persigue estar próxima a las actualizaciones de criterios de las agencias de evaluación, a fin de orientar a los investigadores/as en sus proyectos y lograr una mayor concordancia con las políticas de transferencia. La propia ANECA ha sido consciente de la importancia de la comunicación como instrumento al servicio de sus objetivos, por lo que Mercedes Siles Molina subrayó que, desde su llegada, la Agencia es activa en comunicación a través de sus dos perfiles en las redes sociales LinkedIn y Twitter, y a través de un propio canal en YouTube, AnecaTv, del que destacó el espacio Conversaciones con ANECA. “Lo creamos”, dijo, “para dar explicaciones directas, frente a frente, y para dar respuesta directa a las preguntas planteadas. La comunicación es fundamental para ANECA, por lo que hacer un congreso que sirva para intercambiar ideas de grupos de investigación que compartan sus estrategias para mejorarlo es fundamental para una sociedad que presuma ser abierta en sus políticas y ganar una mayor interactividad con los públicos. También quiso poner de relieve la importancia de aplicar políticas de igualdad para favorecer el sobre-esfuerzo de las mujeres en una actividad científica en la que todavía están en desventajas por las dinámicas sociales. A tal respecto, afirmó: “Los nuevos criterios”, afirmó, “permitirán que se tengan en cuenta las acciones de transferencia que aportan valor social, a las que las mujeres se dedican más que los hombres, y de ese modo contribuirán a superar las diferencias por género”.

La directora de ANECA también incidió en las diferencias entre divulgación y transferencia, y explicó que los resultados del estudio en profundidad de los resultados de la convocatoria piloto del sexenio de transferencia permitirán que la primera convocatoria se realice “con criterios ajustados y claros”. En su intervención señaló que la equidad, integridad, igualdad y transparencia como valores y principios del código ético de ANECA que garantizan que se actúa con independencia, imparcialidad y

objetividad, con dedicación, responsabilidad y diligencia, ajustándose a los procedimientos, normas y criterios establecidos.

INTRACOM comparte esta política y pretende actuar como una correa de transmisión entre actores institucionales y la comunidad científica para dar mayor impulso a la actividad científica y lograr que la comunidad académica se sienta más acompañada y respaldada en la tarea investigadora. Apenas contamos con criterios para saber qué piensan los investigadores/as sobre la transferencia del conocimiento en comunicación. Por eso hemos estimado que podría resultar de interés ver que dicen los participantes en esta primera edición de INTRACOM, qué proponen como transferencia del conocimiento.

2. Metodología

La Red INTRACOM nace con el fin de generar un entorno de divulgación y discusión de temas relacionados con la investigación y transferencia de conocimiento en comunicación. De este modo y como primer paso de su creación, en 2021 surge la celebración del primer congreso internacional de INTRACOM.

La finalidad del presente estudio tiene como objetivo conocer de qué se está hablando sobre los conceptos principales que caracterizan la red INTRACOM: investigación y transferencia en comunicación. Para ello, se establecen los siguientes objetivos específicos:

- cuantificar y realizar un análisis métrico de las propuestas realizadas en la primera edición del Congreso INTRACOM celebrado en diciembre de 2021;
- identificar y catalogar las temáticas tratadas en el evento;
- determinar el grado relacional entre los temas presentes en los contenidos analizados.

Esta investigación busca mostrar Qué, y Cómo se usan los temas sobre investigación, transferencia y comunicación en el contexto de un nuevo proyecto como la creación del congreso-red INTRACOM, y Cuáles son sus conexiones con otros conceptos relacionados en las ponencias celebradas.

Para ello, se realiza un análisis de contenido y cualitativo de las propuestas presentadas en la primera edición del congreso INTRACOM. Como objeto de estudio, se analizan todas las propuestas recibidas y realizadas en dicho evento celebrado en diciembre de 2021. De este modo, se han seleccionado todos los títulos, resúmenes y datos identificativos de dichas ponencias.

Para la elaboración de los criterios analíticos se tienen en cuenta diversos artículos que se centran en el estudio de las aportaciones de varios congresos desde distintos puntos de vista: la representatividad de países e instituciones (Uribe-Tirado, 2011), los temas tratados en el evento (Díaz-Calderín, 2013) y la autoría de las comunicaciones y sus relaciones (López-García, 2019), entre otros. De este modo, teniendo en cuenta las consideraciones metodológicas de estas propuestas, se ha diseñado una ficha de análisis de cinco variables principales –autoría, participación, temática, tipología y función– para el presente estudio (Tabla 1). Respecto a las anteriores propuestas se han incluido tres criterios

nuevos con el fin de conocer datos relevantes sobre el género de la autoría, la tipología de ponencias presentadas y la función que estas cumplen respecto a sus descubrimientos y aportaciones.

Tabla 1. Criterios de análisis del estudio

VARIABLES	CATEGORÍAS
1. Autoría	1.1. Número de autores [categoría abierta, valor] 1.2. Género [categoría nominal] 1.2.1. Hombre 1.2.2. Mujer
2. Participación	2.1. Lugar [categoría abierta, universidad, institución] 2.2. Modalidad [categoría nominal] 2.2.1. Online 2.2.1.1. en diferido 2.2.1.2. en directo 2.2.2. Presencial
3. Temática	[categoría abierta, texto]
4. Tipología de ponencia	4.1. Comunicación 4.2. Conferencia
5. Función de la ponencia	5.1. Investigación 5.2. Transferencia 5.2.1. Empresa 5.2.2. Sociedad

Fuente. Elaboración propia.

Como herramientas de análisis se han utilizado Microsoft Excel para la recopilación, modelación y exportación de los datos, para después cargar toda la información en el software de análisis de datos cualitativo NVivo para generar y visualizar conexiones y relaciones entre los contenidos.

3. Resultados

De manera general cabe destacar que la primera edición de INTRACOM se ha caracterizado por los siguientes hechos:

- Ha contado con la participación de más de 50 personas, cabe destacar que ha habido una mayor presencia de mujeres que de hombres, ya que alrededor del 71 % de los contenidos del congreso están firmados por ellas.
- La participación de académicos latinoamericanos ha sido de casi el 22 %, han acudido personas desde países como México y Brasil, concretamente desde la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla y la Universidad de Brasilia.
- A nivel estatal, la participación ha sido en su mayoría de investigadores de diferentes universidades del País Vasco (18 %), Galicia (16 %) y Andalucía (10 %), seguida de la Comunidad Valenciana y Madrid (8 %), así como, de Cataluña y Murcia (4 %) y también de Asturias (2 %).

- Se han realizado alrededor de 35 propuestas científicas, de las cuales 27 han sido comunicaciones realizadas por diversos académicos e investigadores en comunicación –desde catedráticos, hasta estudiantes de doctorado– con una duración de 10 a 15 minutos; las 8 restantes, destacan por ser conferencias realizadas por expertos y personalidades relevantes en el ámbito de la investigación y transferencia de conocimiento –desde la directora de la ANECA, el Secretario General de Universidades, o una eurodiputada, hasta catedráticos con proyectos de innovación – con una duración de hora u hora y media.
- El 74,3 % de la participación ha sido en formato on-line, siendo un total de 22 comunicaciones –9 en sesiones en directo y 13 a través de un video en diferido– y 4 conferencias realizadas de forma no presencial –3 en directo y una única en diferido–.

Por otro lado, destacando los criterios de análisis empleados para el presente estudio y realizando una revisión cualitativa de su presencia en cada caso, se obtiene el siguiente mapa jerárquico (Figura 1). En él se observa el despliegue de cada variable respecto a su categoría indicando así las propiedades más relevantes que han caracterizado la primera edición del congreso INTRACOM. De este modo, se observa que:

- Respecto a las temáticas tratadas en dicho evento (resaltado en verde), se han llevado a cabo ponencias centradas en diversos temas, detectando y recopilando un listado de hasta 20 temas (Tabla 2). Principalmente se ha hablado de periodismo, transferencia, investigación, comunicación y cambio social, comunicación digital, comunicación audiovisual, calidad informativa, innovación, universidades y *fake news*, respectivamente. Aunque también se han tratado temas como la perspectiva de género, la educación, la comunicación institucional, la publicidad, y las redes sociales, estas no han tenido tanta presencia.
- En cuanto a la participación ha sido mayoritariamente de académicos españoles frente a la presencia de propuestas latinoamericanas (resaltado en gris). Asimismo, se destaca la presencia de aportaciones de universidades vascas, madrileñas, andaluzas, gallegas y alicantinas, respectivamente frente a otras instituciones.
- Respecto a la modalidad de participación (resaltado en amarillo) destaca la asistencia *online*, sobre la presencial, siendo esta vivida en mayor medida en directo que en diferido.
- En cuanto al número de autores por ponencia (resaltado en azul) lo más habitual es que únicamente esté firmada por una persona, aunque ha habido comunicaciones con más de 3 firmas llegando a cinco, siendo estas una minoría en comparación a la cantidad de investigaciones desarrolladas por una o dos investigadores.
- Se puede señalar que, según el género de la autoría de las ponencias, ha habido una mayor presencia de propuestas realizadas por mujeres que por hombres.
- Respecto a la tipología de ponencia se han llevado a cabo un mayor número de comunicaciones, que de conferencias.

Figura 1. Mapa jerárquico del análisis del congreso



Fuente. Elaboración a través del programa NVivo.

Por un lado, se realiza una comparación de todas las propuestas realizadas en el congreso usando el programa cualitativo NVivo se han pulido los textos descartando palabras vacías de sentido –como los artículos, preposiciones, conectores, entre otros– haciendo uso de la lista de palabras ignoradas que cuenta el propio programa. Tras este análisis comparativo y centrándonos en la frecuencia de palabras de los documentos (Tabla 2), se puede afirmar que las cinco palabras más empleadas en el congreso han sido /sociales/, /públicos/, /información/, /medios/, y /crítica/, con una presencia porcentual de 0,87 % a 1,29 %; seguidas de las palabras /contenidos/, /investigador/, /modelos/, /periodismo/ y /redes/, representando así el top 10 de INTRACOM 2021, todas ellas completadas con conceptos derivados y similares de las mismas.

Estos datos se traducen en el siguiente recurso visual en forma de nube de palabras (Figura 2) con el que se destacan los conceptos más empleados en el congreso. De este modo, quedan representadas con un mayor tamaño aquellos conceptos que se utilizan con más frecuencia, y por lo tanto han tenido mayor protagonismo e importancia en INTRACOM 2021.

Figura 2. Top 50 palabras más empleadas

Palabra	Conteo	Porcentaje ponderado	Palabras similares
sociales	127	1,29%	social, sociales, socialista
públicos	126	1,28%	publicaciones, publicación, publicada, publicad...
información	92	0,93%	información, informador, informadores, informar...
medios	91	0,92%	medio, medios, médios
crítica	86	0,87%	crítica, crítico, críticos
contenidos	85	0,86%	contenido, contenidos
investigador	76	0,77%	investiga, investigaciones, investigación, investi...
modelos	74	0,75%	modelo, modelos
periodismo	69	0,70%	periodismo, periodistas, periodo, periódicos
redes	67	0,68%	red, redes
relación	53	0,54%	relacionadas, relación, relacionado, relacionados, relacio...
digital	51	0,52%	digital, digitales
objeto	46	0,47%	objetiva, objetividad, objetivo, objetivos, objeto
ciudadanía	45	0,46%	ciudadano, ciudadanos, ciudadanía
mediática	45	0,46%	mediática, mediáticas, mediático, mediáticos
análisis	45	0,46%	análisis
nuevos	44	0,45%	nueva, nuevas, nuevo, nuevos
periodística	43	0,44%	periodística, periodísticas, periodístico, periodí...
proyecto	43	0,44%	proyecto, proyectos
géneros	43	0,44%	generación, generados, generan, generando, g...
cómo	42	0,43%	com, cómo
propuesta	42	0,43%	propuesta, propuestas
estudios	42	0,43%	estudian, estudiar, estudiará, estudio, estudios
calidad	41	0,42%	calidad
universo	41	0,42%	universidad, universidades, universo
pueden	40	0,41%	puedan, puede, pueden
noticias	40	0,41%	noticia, noticias
contexto	39	0,40%	contexto, contextos
prensa	39	0,40%	prensa
educación	39	0,40%	educación, educar, educativa, educativas, educ...
procesos	37	0,38%	procesamiento, proceso, procesos
iniciativas	36	0,37%	inicia, iniciadas, iniciar, iniciativa, iniciativas
presente	36	0,37%	presenta, presentamos, presentan, presentar, p...
caso	35	0,36%	caso, casos
online	34	0,35%	online
debido	34	0,35%	debe, deben, deber, debido
gestión	34	0,35%	gestionar, gestión
instituciones	33	0,34%	instituciones, institución
fenómeno	33	0,34%	fenómeno, fenómenos
ética	33	0,34%	ética, éticas, ético, éticos
trabajos	32	0,32%	trabajan, trabajar, trabajo, trabajos
realiza	32	0,32%	realiza, realización, realizada, realizado, realiza...
temas	32	0,32%	tema, temas
políticos	32	0,32%	política, político, políticos
país	31	0,31%	país, países
actualmente	30	0,30%	actual, actuales, actualmente
pandemia	30	0,30%	pandemia, pandemias
narrativas	29	0,29%	narrativa, narrativas, narrativo, narrativos
debate	29	0,29%	debate, debates, debatirán
estrategias	28	0,28%	estrategia, estrategias

Fuente. Elaboración a través del programa NVivo.

Figura 3. Nube de palabras del congreso INTRACOM 2021



Fuente. Elaboración a través del programa NVivo.

Por otro lado, se realiza una revisión de las propuestas presentadas en la primera edición, para conocer el uso y la relación de las funciones de ‘investigación’, ‘transferencia-empresa’ y ‘transferencia-sociedad’ –IN, TRA-E y TRA-S– y como se vinculan con otros temas tratados en el congreso. De este modo, se consigue reflejar la presencia y el uso de cada tema en de cada función a través de los datos representados en la Tabla 2 de este estudio.

Tras el análisis, se afirma que la investigación (IN) es el eje central de todas las propuestas presentadas en el congreso INTRACOM 2021; es un hecho obvio ya que cualquier aportación de la academia se basa en un estudio previo. Sin embargo, hay cuestiones que se utilizan con mayor frecuencia que otras, por ejemplo, se realizan en gran medida investigaciones relacionadas con el periodismo, seguidas por temas como la calidad informativa, comunicación audiovisual, digital, y cambio social, así como, la comunicación institucional, propuestas sobre educación, innovación, e incluso, cuestiones centradas en los *fakes* y la desinformación, y también, la publicidad y las relaciones públicas. Aunque en menor medida, existen investigaciones basadas en cuestiones novedosas como el *Big Data*, la divulgación científica y proyectos transmedia, así como, estudios centrados en el discurso de odio, la comunicación estratégica, democracia y poder político, seguidos de propuestas relacionadas con la comunicación de crisis, perspectiva de género, y redes sociales.

Respecto a las otras dos funciones –TRA-E y TRA-S– se puede observar que todas las propuestas derivan de la investigación (IN) y que se fomenta una mayor presencia de la transferencia dirigida a la sociedad (TRA-S) frente a las empresas (TRA-E). Por un lado, como propuestas relacionadas con la función de TRA-S se encuentran, en gran medida, centradas en temas sobre comunicación audiovisual, cambio social, y redes sociales, seguidas de estudios que analizan la calidad informativa, las *fakes news* y la desinformación, también, la publicidad y relaciones públicas. Por otro lado, la función de TRA-E se relaciona con cuestiones sobre comunicación digital, propuestas innovadoras, y estudios sobre periodismo.

Tabla 2. Presencia y uso de los temas tratados en el congreso con los ejes conceptuales

Tema	IN	TRA-E	TRA-S
1 Big Data	X ¹	X ¹	
2 Calidad informativa	X ⁸	X ¹	X ³
3 Comunicación Audiovisual	X ⁸		X ⁴
4 Comunicación De crisis	X ³		X ¹
5 Comunicación Digital	X ⁸	X ²	X ²
6 Comunicación Estratégica	X ²		X ¹
7 Comunicación Institucional	X ⁷		X ²
8 Comunicación y Cambio social	X ⁸		X ⁴
9 Comunicación y Democracia	X ²		X ¹
10 Comunicación y Poder político	X ²		
11 Discurso del odio	X ¹		X ¹
12 Divulgación científica	X ¹		
13 Educación	X ⁷	X ¹	X ²
14 Fake news y desinformación	X ⁶		X ³
15 Género	X ³		X ²
16 Innovación	X ⁷	X ²	X ²
17 Periodismo	X ¹¹	X ²	X ²
18 Proyectos transmedia	X ¹		X ¹
19 Publicidad y RR.PP.	X ⁶		X ³
20 Redes sociales	X ⁴		X ⁴

Fuente. Elaboración propia.

Estos datos se traducen en el siguiente recurso visual con forma de mapa conceptual para destacar con mayor claridad y concreción el modo y el grado en el que se relacionan los ejes conceptuales entre sí, así como, la conexión existente con los temas tratados en el congreso (Figura 4). En esta imagen se observa una ramificación central entre las tres funciones, siendo la investigación (IN) la matriz de la que derivan la transferencia dirigida a empresa (TRA-E) y la destinada a la sociedad (TRA-S). Por lo tanto, existe una influencia y conexión directa entre la investigación y los dos tipos de transferencia, siendo más estrecha con la TRA-S que con la TRA-E.

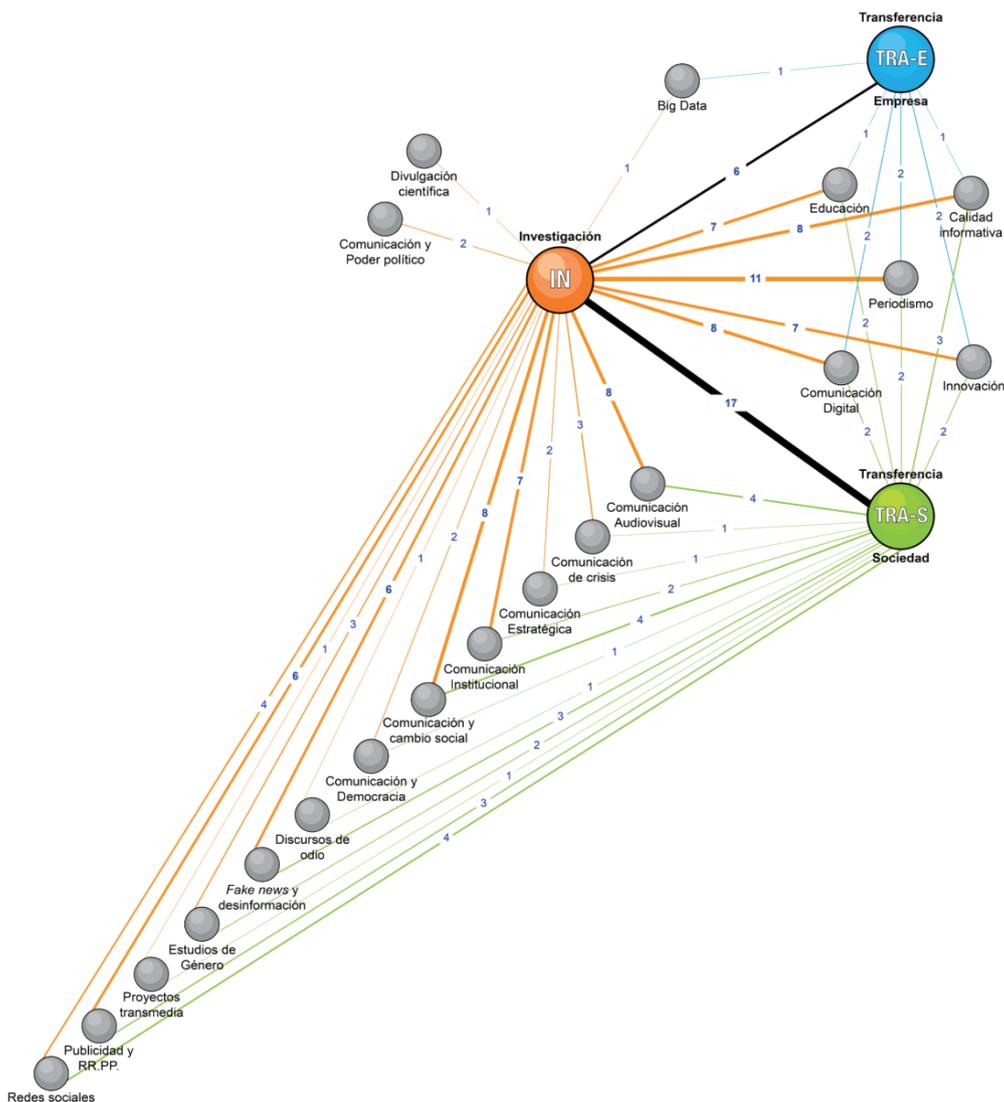
Respecto a la relación con los temas tratados, cabe destacar varias cuestiones:

- Son cinco en total los temas que se relacionan con el trinomio de funciones de investigación, transferencia dirigida a empresa y a la sociedad (IN/TRA-E/TRA-S) –periodismo, calidad informativa, comunicación digital, innovación y educación–. Entre ellos, cabe destacar, que la función de IN se conecta de manera estrecha con todos los temas ya que cuentan con frecuencias de 11, 8 o 7 de ocasiones, siendo el más influyente el que trata cuestiones de periodismo (11). Respecto a las funciones de TRA-S y TRA-E las conexiones con los temas son menos numerosas –rondan con frecuencias de 3, 2 y 1–, aunque, en el caso de la TRA-S se destaca por la relación

con propuestas que hablan de la calidad informativa (3), y la TRA-E está influenciada en mayor medida por estudios centrados en periodismo, comunicación digital e innovación (2).

- Por un lado, existe una influencia y conexión de múltiples temas con propuestas centradas en el binomio investigación y transferencia dirigida a la sociedad (IN/TRA-S) derivando de ello la relación con 12 nodos temáticos en concreto. Entre ellos, se relacionan en mayor medida con una frecuencia de 12, 9 u 8 ocasiones con la suma de ambas, con estudios sobre comunicación audiovisual, y cambio social (12), seguido por propuestas que tratan la comunicación institucional, los *fake* y la desinformación, la publicidad y relaciones públicas (9), así como, el análisis de las redes sociales (8).
- Por otro, el binomio investigación y transferencia destinada a empresas (IN/TRA-E) se caracteriza por relacionarse únicamente con propuestas centradas en cuestiones de *Big Data*.
- Por último, existe una influencia de dos nodos temáticos con la función de IN de manera exclusiva, es decir, no se relaciona con ningún otro eje. Se trata de propuestas que tratan cuestiones de comunicación y poder político, así como, la divulgación científica. En estos casos, no se observa ninguna aplicabilidad más allá del ámbito académico y de documentación contextual de estos temas, por ello, se conectan únicamente con la investigación.

Figura 4. Mapa relacional de los temas tratados en el congreso



Fuente. Elaboración propia a través de los datos recopilados.

4. Discusión y conclusiones

La primera edición del congreso-red INTRACOM es una pequeña muestra de las actividades académicas que se están desarrollando en la universidad en la actualidad. Se evidencia una preocupación e implicación por querer promover la transferencia del conocimiento, tanto en la sociedad, como a las empresas, con propuestas novedosas e innovadoras que buscan ser aplicadas y llevadas a cabo a nivel práctico para consolidar sus objetivos.

De hecho, analizando e interpretando los datos con mayor profundidad, se pueden diferenciar y destacar la presencia de seis clústeres de investigación según los temas tratados en el congreso (Tabla 3). Este despliegue guarda similitudes con otros estudios, por ejemplo, los clústeres identificados en un estudio centrado en el análisis bibliométrico sobre artículos publicados en el ámbito de la

investigación española en comunicación (Trillo-Domínguez y De-Moya-Anegón, 2022, p. 9). En este caso, coinciden el clúster de “Comunicación y democracia”, el de “Estudios culturales”, “Prácticas periodísticas” e “Innovación”; siendo exclusivos del presente estudio tanto el clúster sobre “Estrategias de comunicación”, como el de “Educomunicación”. Cada clúster se diferencia por un número concreto de nodos que corresponden con las temáticas difundidas en el congreso que se traducen en diversas palabras clave. El valor de cada clúster de investigación en el congreso queda supeditado al número de veces que se ha compartido o hablado (*share*) sobre ello durante el evento, siendo estos no exclusivos ni excluyentes; es decir, cualquier comunicación puede formar parte de uno o más clústeres según el tema tratado. De este modo, se establece el siguiente despliegue de clústeres:

- El Clúster 1 se caracteriza por difundir contenidos sobre “Prácticas periodísticas”, se compone de tres nodos temáticos relacionados con el periodismo, la calidad informativa, así como, los *fake* y la desinformación; cuenta con una frecuencia de *share* de 25 ocasiones.
- El Clúster 2 se centra en propuestas sobre “Estudios culturales” comprendido de 4 nodos temáticos centrados en cuestiones como estudios de género, comunicación y cambio social, comunicación audiovisual, y estudios de discursos de odio; tiene una frecuencia de *share* de 20 ocasiones.
- El Clúster 3 se caracteriza por difundir contenidos sobre “Innovación y nuevos medios”, se compone de cuatro nodos temáticos relacionados con la innovación, la comunicación digital, proyectos transmedia y el *Big Data*; cuenta con una frecuencia de *share* de 16 ocasiones.
- El Clúster 4 se centra en propuestas sobre “Estrategias de Comunicación” comprendido de 4 nodos temáticos centrados en cuestiones como comunicación de crisis, comunicación estratégica, publicidad y relaciones públicas, y redes sociales; tiene una frecuencia de *share* de 15 ocasiones.
- El Clúster 5 se caracteriza por difundir contenidos sobre “Comunicación y democracia”, se compone de tres nodos temáticos relacionados con la comunicación institucional, la democracia y el poder político; cuenta con una frecuencia de *share* de 11 ocasiones.
- El Clúster 6 se centra en propuestas sobre “Educomunicación” comprendido de 2 nodos temáticos centrados en cuestiones como educación y divulgación científica; tiene una frecuencia de *share* de 8 ocasiones.

Tabla 3. Clústeres de investigación identificados según los temas tratados en el congreso

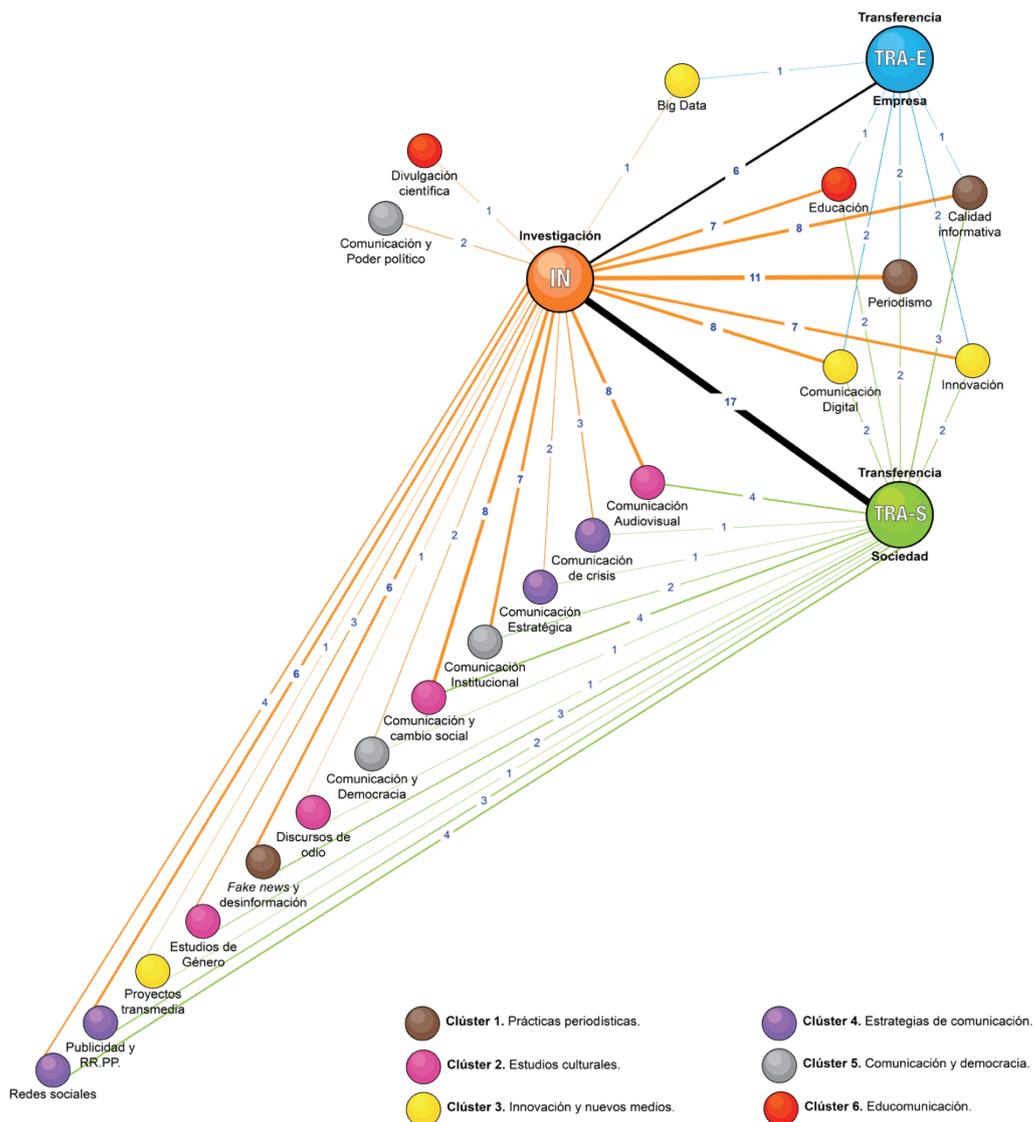
Clúster	Temática	Nodos	Palabras clave	Share
Clúster 1 (C1)	Prácticas periodísticas (deontología)	3	Periodismo, Calidad informativa, fake news y desinformación	25
Clúster 2 (C2)	Estudios culturales	4	Estudios de género, Comunicación y cambio social, Comunicación audiovisual, y Estudios de discursos de odio	20
Clúster 3 (C3)	Innovación y nuevos medios	4	Innovación, Comunicación digital, Proyectos transmedia, y Big Data	16
Clúster 4 (C4)	Estrategias de comunicación	4	Comunicación de crisis, Comunicación estratégica, Publicidad y Relaciones Públicas, y Redes Sociales	15
Clúster 5 (C5)	Comunicación y democracia	3	Comunicación institucional, Democracia y Poder político	11
Clúster 6 (C6)	Educomunicación	2	Educación y Divulgación científica	8

Fuente. Elaboración propia.

Teniendo en cuenta esta categorización y combinándola al análisis relacional entre las funciones y los temas tratados en el evento (Figura 4) elaborado en el apartado de resultado, se pueden afirmar varias cuestiones (Figura 5):

- Son tres los clústeres que se relacionan directamente con el trinomio IN/TRA-E/TRA-S. Concretamente, se relacionan con mayor frecuencia con cuestiones que hablan sobre “Prácticas periodísticas” –C1–, y sobre “Innovación y nuevos medios” –C3–, seguido de propuestas sobre cuestiones de “Educomunicación” –C6–.
- Por un lado, los temas tratados en el binomio IN/TRA-S forman parte de cinco clústeres, aunque existe una gran diferencia entre ellos. En este caso, cuentan con una mayor presencia los Clúster 2 y 4, cuentan con una frecuencia de 29 y 24 ocasiones entre ambas, los cuales se caracterizan por compartir propuestas sobre “Estudios culturales” y “Estrategias de comunicación”, respectivamente; le sigue el Clúster 5 –con una presencia de 12 ocasiones entre ambas– que difunde cuestiones sobre “Comunicación y democracia”. Aunque en menor medida también están presentes los Clúster 1 y 3, con una frecuencia de 9 y 2 ocasiones, que tratan temas sobre “Prácticas periodísticas” e “Innovación y nuevos medios”, respectivamente.
- Por otro, el binomio IN/TRA-E está influido por una única cuestión centrada en la “Innovación y nuevos medios” –C3–.
- Por último, la función de investigación de manera exclusiva se caracteriza por compartir propuestas de dos clústeres: centradas en cuestiones sobre “Educomunicación” –C6–, e “Innovación y nuevos medios” –C3–.

Figura 4. Mapa relacional de los clústeres de investigación del congreso



Fuente. Elaboración propia a través de los datos recopilados.

Todo este despliegue de clústeres y temáticas relacionadas con la investigación y transferencia del conocimiento muestran el compromiso tomado por las ciencias sociales y de la comunicación por intentar responder a las inquietudes y demandas sociales a través de proyectos de investigación transdisciplinarios y con proyección en la sociedad (Gibbons, 1998; Briggie y Christians, 2017; Castelló Mayo *et al.*, 2019).

Por último, cabe destacar que la universidad tiene una función fundamental en la innovación del conocimiento (Miller *et al.*, 2016) y fomentan el emprendimiento a través de su divulgación (Ripoll Feliú y Díaz Rodríguez, 2015), además, la transferencia del conocimiento es un elemento clave para establecer puentes entre la academia y la sociedad (Montolio, 2019) y romper los muros estructurales y prácticos que existen entre ellos. Sin embargo, tal y como se mencionan en estudios anteriores (Asencio Cristobal *et al.*, 2017), actualmente esta actividad se encuentra con varias limitaciones y dificultades para su consecución, relacionadas con la limitada financiación y excesiva burocratización,

la escasa implicación y participación de académicos para desarrollar proyectos con ese carácter, así como, la falta de referencias y estrategias centradas en transferencia.

No obstante, cabe destacar el valor diferencial que aporta a la sociedad la divulgación y transferencia científica con sus descubrimientos, puesto que compartiendo estos conocimientos especializados se fomentaría la alfabetización de cualquier persona y produciría un cambio en su participación en la sociedad, promoviendo así su empoderamiento. Por un lado, este tipo de transferencia de conocimiento consiste en dar a conocer las aportaciones académicas de una forma más directa y sin intermediarios, generando una relación más estrecha universidad-sociedad. Por otro, se trata de un esfuerzo por facilitar y adaptar sus contenidos para que sean comprendidos por toda la sociedad, con el fin de que esta se retroalimente activamente con esa información para su mejora individual y/o colectiva. Por último, esta inquietud que nace en el foro académico, se transforma en una necesidad social en pleno contexto digital, puesto que estos contenidos especializados, veraces, objetivos y adaptados a la comprensión general son un buen antídoto para combatir las *fakes news* y la desinformación.

Este trabajo queda limitado al estudio de las aportaciones difundidas en un congreso destinado a tratar este tema, como primer intento de consensuar los términos. De hecho, el análisis ha reflejado que el concepto de transferencia está compuesto por un conjunto amplio de ámbitos en el campo de la comunicación, y que esto requiere un desarrollo de propuestas específicas por cada área como líneas futuras de investigación. Por ejemplo, explorar perspectivas comparadas y desarrollo de transferencia en ámbitos específicos que tiene que ver con el ámbito de la comunicación en instituciones públicas, empresas y entidades sociales; la comunicación como instrumento de difusión al servicio de otras disciplinas científicas; y la transferencia como instrumento para potenciar la comunicación, activar la participación de la ciudadanía y crear mayores espacios de interacción social.

En resumen, la transferencia de conocimiento es una cuestión fundamental para la transformación social, es necesaria como mediadora entre instituciones, empresas, organizaciones y comunidades locales de interés; la divulgación científica debe estar orientada a resolver las demandas y necesidades de la sociedad centrándose en la información (Honglin *et al.*, 2015). Cabe destacar que existen diversos recursos comunicativos y nuevos géneros informativos que permiten promover y facilitar la transmisión y adquisición de conocimiento, como, por ejemplo, la infografía digital (Valero Sancho, 2009), las animaciones (Loiti-Rodríguez *et al.*, 2021) y nuevos modelos narrativos basados en *Big data* (Flores Vivar, 2018). Por todo ello, parece imprescindible acrecentar el espacio de debate sobre investigación y transferencia en comunicación. Sería erróneo que cuando se piensa en transferencia es algo distinto de la investigación. Todo lo contrario, se trata de potenciar sus posibilidades hasta llevarla a las implicaciones prácticas que pueda ofrecer a los problemas sociales.

Por otro lado, existe una cultura de género que determina el grado de participación de las mujeres como Investigadora Principales de proyectos, por lo que es necesario ampliar la perspectiva y valorar las aportaciones de una manera horizontal, con criterios cualitativos que permitan contextualizar dichas aportaciones dentro de los proyectos y publicaciones.

Referencias

- Abreu, M., Demirel, P., Grinevich, V., y Karataş-Özkan, M. (2016). Entrepreneurial practices in research-intensive and teaching-led universities. *Small Business Economics*, 47(3), 695–717. <https://doi.org/10.1007/s11187-016-9754-5>
- Agasisti, T., Barra, C., y Zotti, R. (2019). Research, knowledge transfer, and innovation: the effect of Italian universities' efficiency on local economic development 2006–2012. *Journal of Regional Science*, 59(5), 234–249. <https://doi.org/10.1111/jors.12427>
- Alcázar, M. (2009). Comunicación pública de la tecnociencia: más allá de la difusión del conocimiento. *Revista Zer*, 14(27), pp. 165–188. ISSN: 1137-1102. <https://bit.ly/3HRCod9>
- Asencio Cristobal, L., Villavicencio Morejón, N., Lozada Nuñez, D., y Vásquez Luna, L. (2017). Factores de transferencia de conocimiento desde la Universidad del Guayaquil hacia el sector empresarial y artesanal. *Revista Publicando*, 4(11), 319–330. ISSN 1390-9304. <https://bit.ly/398WAbL>
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo*. Paidós.
- Blanco López, A. (2004). Relaciones entre la educación científica y la divulgación de la ciencia. *Revista Eureka sobre enseñanza y divulgación de las ciencias*, 1(2), pp. 70–86. ISSN 1697-011X
- Briggle, A., y Christians, C. G. (2017). Media and communication. En R. Frodeman, J. T. Klein, R. C. S. Pacheco. *The Oxford handbook of interdisciplinarity*. Oxford, Oxford University Press, pp. 201–213. <http://dx.doi.org/10.1093/oxfordhb/9780198733522.001.0001>
- Busquet, J., y Medina, A. (2019). La perspectiva científica. En J. Busquet, y A. Medina. *La investigación en comunicación. ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir?* Editorial UOC, 17–44.
- Cabeza-Pullés, D., y Fernández-Fernández, V. (2016). La transferencia de conocimiento y su absorción en grupos: efectos sobre la innovación en la investigación en la universidad. *DYNA Ingeniería e Industria*, 90(3), 253–263. <https://doi.org/10.6036/7875>
- Calafell, G., Bonil, J., y Junyent, M. (2014). Rizoma, an R&D&i Proposal in Education for Sustainability between Universities and Companies. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 139, 551–558. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.069>
- Cardozo-Acosta, L. A., Álvarez-Londoño, L., Padilla-Muñoz, A., Olis-Barreto, I.M., Sierra-Ospina, O. E., Fajardo Tiriath, D., Edgar-Ramiro, L. C., Restrepo, E. I., Ibáñez-García, A., Mendoza-Molina, M., Rodríguez-Díaz, F., y Reyes-Bohórquez, P. (2015). *Universidad y sociedad. Innovación social desde la universidad*. Universidad del Rosario. ISBN:978-958-738-560-1 <https://bit.ly/3GK5omk>
- Castelló Mayo, E., López Gómez, A., y Méndez Fernández, R. (2019). La transferencia de conocimiento desde la universidad innovadora. Un modelo de gestión de la información en el contexto digital: el caso de estudio PIEDD. *Revista Latina de Comunicación Social*, 74, 537–553. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1344-27>
- Compagnucci, L., y Spigarelli, F. (2020). The Third Mission of the university: A systematic literature review on potentials and constraints. *Tecnological Forecasting and Social Change*, 161, 120284. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120284>
- Comunian, R., Gilmore, A., y Jacobi, S. (2015). Higher education and the creative economy: creative graduates, knowledge transfer and regional impact debates. *Geography Compass*, 9(7), 371–383. <https://doi.org/10.1111/gec3.12220>
- Díaz-Calderín, M. (2013). Aportes desde el análisis de palabras clave a las ponencias presentadas en el XIV Congreso Internacional de Informática en Educación “InforEdu2011”. *Bibliotecas anales de investigación*, 8–9, 239–244. <https://bit.ly/3m88pSn>

- Ferrer, A., y León, G. (2008) Cultura científica y comunicación de la ciencia. *Razón y Palabra*, 65. <https://bit.ly/39XE5r8>
- Flores Vivar, J. M. (2018). Algoritmos, aplicaciones y Big data, nuevos paradigmas en el proceso de comunicación y de enseñanza-aprendizaje del periodismo de datos. *Revista de Comunicación*, 17(2), pp. 268-291. <https://doi.org/10.26441/RC17.2-2018-A12>
- Gibbons, M. (1998). *Higher education relevance in the 21 Century*. World Bank.
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., y Scott, P. (1994). *The New Production of Knowledge: The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*. SAGE Books.
- González de la Fe, M. T. (2009). El modelo de triple Hélice de Relaciones Universidad, Industria y Gobierno: un análisis crítico. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 738, 739-755. <https://doi.org/10.3989/arbora.2009.738n1049>
- Gristock, J. (2000). Systems of innovation are systems of mediation: a discussion of the critical role of science communication in innovation and knowledge-based development. Working Paper. *University of Sussex*.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la opinión pública*. Gustavo Gili.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción y racionalización social*. Taurus.
- Honglin, L., Feng, Z. y Kangyou, W. (2015). Conference Report: Review of the 22nd National Conference on the Theoretical Study of Science Popularization in China and the International Forum on Science Communication towards 2020. *Journal of Scientific Temper*, 3(3-4), pp. 189-198. <https://bit.ly/3OI6CQb>
- Loiti-Rodríguez, S., Genaut-Arratibel, A., y Cantalapiedra-González, M.J. (2021). Crisis communication in audiovisual format: information from Spain's National Health System on YouTube in 2020. *Profesional de la información*, 30(4), e300416. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.jul.16>
- López-García, J. C. (2019). El congreso como objeto de estudio. Análisis de coautorías del congreso de investigación educativa en Chihuahua, 2016 y 2018. *IE Revista de Investigación Educativa de la REDIECH*, 10(19), 155-171. http://dx.doi.org/10.33010/ie_rie_rediech.v10i19.648
- Lozano, M. (2008). El nuevo contrato social sobre la ciencia: retos para la comunicación de la ciencia en América Latina. *Razón y palabra*, 65. <https://bit.ly/3bqE53A>
- Massarani, L. y Moreira, I. C., (2004). Divulgación de la ciencia: perspectivas históricas y dilemas permanentes. *Quark: Ciencia, medicina, comunicación y cultura*, 32, p. 30-35. ISSN 1135-8521
- Miller, K., McAdam, R., Moffett, S., Alexander, A., y Puthusserry, P. (2016). Knowledge transfer in university quadruple helix ecosystems: an absorptive capacity perspective. *R&D Management*, 46(2), 383-399. <https://doi.org/10.1111/radm.12182>
- Mobjörk, M. (2010). Consulting versus participatory transdisciplinarity: A refined classification of transdisciplinary research. *Futures*, 42(8), 866-873. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2010.03.003>
- Plaza, J.A., Primo, E., Bojo, C., y Molina, P. (2020). Difusión y comunicación de la ciencia. En J. Alcamí Pertejo (Coord.). *Informes científicos COVID-19* (pp. 167-181), Instituto de Salud Carlos III – Ministerio de Ciencia e Innovación. <https://bit.ly/3OvhNMe>
- Ripoll Feliú, V., y Díaz Rodríguez, A. (2015). Utilidad para el Control de Gestión de la Transferencia de Conocimiento desde las Relaciones Universidad-Empresa. *Pensar Contábil*, 17(63), 56-59. <https://bit.ly/398WssN>

- Secundo, G., De Beer, C., Schutte, C.S.L., y Passiante, G. (2017). Mobilising intellectual capital to improve European universities' competitiveness. The technology transfer offices' role. *Journal of Intellectual Capital*, 18 (3), 607–624. <https://doi.org/10.1108/JIC-12-2016-0139>
- Seguí Simarro, J.M., Poza Luján, J.L., y Mulet Salort, J.M. (2015). *Estrategias de divulgación científica*. Editorial Universitat Politècnica de València.
- Trillo-Domínguez, M., y De-Moya-Anegón, F. (2022). Map of scientific research on Communication in Spain: study fronts and rankings of authors, publications and institutions. *Profesional de la información*, 31(1), e310112. <https://doi.org/10.3145/epi.2022.ene.12>
- Unger M., y Polt W. (2017). The Knowledge Triangle between Research, Education and Innovation. A Conceptual Discussion. *Foresight and STI Governance*, 11(2), 10–26. <https://doi.org/10.17323/2500-2597.2017.2.10.26>
- Uribe-Tirado, A. (2011). Análisis crítico de la participación por países en el Congreso de IFLA, Puerto Rico 2011, con énfasis en Latinoamérica. *Revista Iberoamericana de Bibliotecología*, 34(2), 201–210. <http://www.scielo.org.co/pdf/rib/v34n2/v34n2a7.pdf>
- Valero Sancho, J.L. (2009). La transmisión de conocimiento a través de la infografía digital. *Revista Ámbitos*, 18, pp. 51–63. ISSN 1139-1979. <http://hdl.handle.net/11441/68136>

Semblanza de los autores

Sara Loiti Rodríguez es investigadora predoctoral del departamento de Periodismo (UPV EHU) y del Grupo de Investigación Consolidado del Sistema Universitario Vasco "Bitartez"; beneficiaria de la beca del Departamento de Educación del Gobierno Vasco (2019) para desarrollar su tesis. Graduada con Excelencia y Premio Extraordinario en Comunicación Audiovisual (2017) y mejor expediente académico del Máster en Comunicación Social (2018). Su principal línea de investigación se centra en el estudio de la comunicación institucional sanitaria, y su principal desafío es determinar un método informativo eficaz y eficiente para que los mensajes estén adaptados a la sociedad, y fomentar así su empoderamiento a través de nuevas formas de comunicación como el *visual thinking* y la animación. En su carrera académica ha desarrollado un gran interés por la comunicación visual: ha realizado diversos cursos de *visual thinking* (2016, 2020), y de *Big Data* para la visualización de datos (2019, 2020).

Juan Carlos Suárez Villegas es Catedrático de la Universidad de Sevilla. Presidente de la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, desde noviembre de 2016. Así como responsable de la Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) en Andalucía desde 2009. Sus principales líneas de investigación se han centrado en la ética y deontología de la comunicación, con más de diez libros y más de una treintena de artículos científicos y aportaciones a congresos internacionales. Entre sus trabajos, cabría destacar *Principios de Ética Profesional*. A propósito de la actividad informativa (Tecnos, 2001); *Ética periodística y Ciudadanía* (2010), *La libertad de Expresión en España e Iberoamérica* (ed., 2011); *Etica del giornalismo digitale* (2015, Il Sextante); *Cuestiones de Ética de la Comunicación* (ed., Dykinson, 2016).