

PROGRAMA DE LA CANDIDATURA A LA JUNTA DIRECTIVA DE ATIC PARA EL PERIODO 2019-2022

CANDIDATURA

- Presidenta: María José Recoder Sellarés, Decana de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Vicepresidente: Jorge Clemente, Decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
- Vocal (Comisión de Difusión y Publicaciones): María del Mar Ramírez Alvarado, Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- Vocal (Docencia y Calidad): Francesc A. Martínez Gallego, coordinador Grado en Periodismo de la Universitat de Valencia. .
- Vocal (Comisión de Formación Profesional): Miguel Baños, Decano de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos
- Tesorera: Charo Sádaba, Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.
- Secretaria: Inmaculada Postigo, Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Málaga.

Esta candidatura se corresponde con los Estatutos de ATIC que contemplan una presidencia, una vicepresidencia, secretaría, tesorería y tres vocalías, que seguirán ocupándose de los mismos temas que en el mandato anterior.

INTRODUCCIÓN

La **Asociación Española de Universidades con Titulaciones de Información y Comunicación** (ATIC), fue creada por 5 universidades en diciembre de 2011, con el objetivo de dotar de una mayor estabilidad a la hasta entonces Conferencia de Decanos¹. Actualmente está integrada por 35 universidades.

¹ ATIC está inscrita en el Registro Nacional de Asociaciones: Grupo 12/Sección 1ª/Número Nacional: 599955. También en el registro de Grupos de Interés de la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia en las categorías de III. Organizaciones no gubernamentales, Fundaciones y asociaciones y en IV. Sector científico y de investigación

En sus poco más de 7 años de vida ATIC ha tenido tres presidentes: Juan Antonio García Galindo, Decano Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga, impulsor del proyecto y que al ser nombrado Vicerrector de la Universidad de Málaga, fue substituido por Carmen Pérez de Armiñán, Decana de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Ella ganó las elecciones del 6 de mayo de 2016, y al dejar su cargo de Decana de la Complutense, asumió la presidencia María del Mar Ramírez Alvarado, Decana de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

ATIC ha consolidado su presencia tanto en el panorama nacional como en el internacional, convirtiéndose en un interlocutor ante los representantes del Ministerio de Educación y de ANECA, las asociaciones profesionales y académicas para plantear los problemas que afectan al sector de la comunicación, la libertad de expresión y la convivencia. Como indican sus estatutos, el objetivo de la Junta Directiva de ATIC en cada momento ha sido ejercer de portavoz de las Facultades ante las cuestiones que afectan a la programación académica y a los estándares de investigación.

Como aciertos de las diversas Juntas Directivas, con el apoyo de los miembros de la Asamblea, vale la pena citar los siguientes:

- Jornadas de Formación y Empleo. Se han celebrado en la Universidad de Navarra (Pamplona, 2015) y en la Universitat Autònoma de Barcelona (Bellaterra, 2017) y las III tendrán lugar en la Universitat d'Alacant en noviembre de 2019.
- Publicaciones:
 - o Dos libros resultantes de las Jornadas de Formación y Empleo, en formato digital y en papel:
 - Postigo, Inma; Recoder, María José (coord.) *Los y las "tics" en los estudios de comunicación*. ATIC, 2018.
 - Gómez Mompert, Josep Lluís; Herrero, Mónica (coord.) *Jornadas de Formación y Empleo en Comunicación*. ATIC, 2016.
 - o La preparación del libro *Docencia e investigación en comunicación en España*, con un capítulo por universidad y coedición de ATIC y la Editorial Comunicación Social. Coordinado por Mar Ramírez y Jorge Clemente.
- Creación del Observatorio ATIC para dar apoyo a la docencia y la investigación en comunicación.
- Colaboración con los colegios profesionales para mantener estrategias

comunes de defensa de las profesiones formados en las facultades de ATIC.

- Establecimiento de convenios y relaciones de apoyo mutuo con asociaciones estatales e internacionales del ámbito de la comunicación, para la organización de congresos, reconocimientos a personalidades, etc. (AE-IC, Felafacs...)
- Eficiente gestión económica, que permite que ATIC pueda emprender sus actividades, como la organización de Jornadas, la publicación de libros o el mantenimiento de la web, sin dificultades.

Por todo ello, las propuestas del programa que se presenta son continuistas respecto de las acciones realizadas hasta la fecha.

PROGRAMA

Resumen de las **líneas principales**:

1. Visualización de la asociación

El hecho de que ATIC tenga claros sus objetivos y la hayan dirigido personas comprometidas hace que goce de buena salud. Aun así, siempre hay espacio para la mejora. En este sentido, proponemos:

Incorporación de nuevas universidades. Hay 35 universidades con Titulaciones de Comunicación e Información que forman parte de ATIC. Sin embargo, aún quedan algunas fuera de nuestra Asociación, por lo que mantendremos contactos con ellas para que, cuando cumplan los requisitos exigidos, se pueda completar el mapa de universidades españolas integradas en ATIC. La unión hace la fuerza.

Comunicación externa e interacción con los asociados. No hemos conseguido que la página web de ATIC tenga el protagonismo que merece la asociación (<http://titulaciones-atic.com/>). En ella hay información sobre las actividades desarrolladas, las publicaciones, las reuniones y asambleas, etc. Pero el objetivo sería añadir aquellas actividades que realicen las universidades asociadas de tal manera que hubiera otro foro de difusión de la comunidad educativa e investigadora española en comunicación. Se precisa la colaboración de las universidades mandando noticias a ATIC para que podamos ponerlas en la web, ya que no se dispone de una persona contratada que pueda hacer un seguimiento diario de webs y redes sociales de todos los asociados. Estableceremos los mecanismos para que esta propuesta sea una realidad.

Redes sociales. Reforzar la presencia de ATIC en redes sociales a través de la apertura de un perfil de Twitter para dar difusión a las noticias de la Asociación y de las Universidades asociadas.

Consolidación del área de publicaciones de ATIC. A través de Atic_Ediciones, y con la coordinación de miembros de las Juntas Directivas, ya se han publicado dos libros y hay un tercero en vías de redacción. A través de ediciones y de coediciones con editoriales de prestigio, siempre que sea posible, se pretende difundir contenidos de interés para los miembros de la asociación vinculados a la docencia e investigación en comunicación, como se ha hecho hasta ahora. No se primarán, necesariamente, los temas en boga, sino aquellas cuestiones que incentiven el debate intelectual sobre la realidad y los cambios que se producen en el ámbito comunicativo nacional e internacional, y que estén relacionadas con los temas de discusión propuestos por el *Observatorio de ATIC*.

2. Política científica de ATIC: Observatorio de ATIC

El Observatorio de ATIC ha de ser el vigía que vele por los cambios que se producen en la comunicación a nivel global, incidiendo en aquellos que se producen en el ámbito educativo y comunicacional, no solo en España, sino en todo el mundo. Los grados que se están impartiendo en las Facultades vinculadas a ATIC están orientados a la producción de bienes simbólicos en los ámbitos de la información, la comunicación y la cultura. Y la evolución de la cambiante demanda social no disminuye su importancia social. Pero hay que tener en cuenta la irrupción de la cultura digital y la transformación radical de todos los procesos de producción, distribución y apropiación de todo tipo de bienes culturales, que altera los ecosistemas de comunicación y todos los sectores económicos y profesionales implicados.

Estamos viviendo una modificación muy significativa de los oficios comunicativos y la emergencia de nuevos perfiles profesionales asociados al ámbito de la gestión de la información, la cultura y la comunicación, lo que favorece a las facultades de ATIC y, a la vez, se encuentra con la “competencia” de otros centros que se aproximan a la comunicación desde sus propias especialidades proponiendo nuevos grados, o bien asignaturas en sus estudios que no son impartidas por profesionales del ámbito de la comunicación – Filologías, Humanidades, Educación, Ciencias Políticas, Derecho, Economía, Medicina, etc.

También hay que tener en cuenta el papel de la alfabetización informacional y mediática, porque en un mundo tan complejo como el actual, es más relevante el papel a jugar por estos profesionales. De forma genérica, el ámbito de la gestión de la información, la comunicación y la cultura es uno de los que más está asociado a las formas emergentes de la economía y de los que genera más empleo, porque la comunicación juega un papel estratégico en dar a conocer cualquier tipo de organización. Y algunos de estos nuevos perfiles profesionales se están cubriendo con periodistas, publicitarios o graduados en comunicación audiovisual. Pero también los cubren otros profesionales de ámbitos diferentes que se han reciclado para trabajar en el ámbito comunicativo.

En definitiva, desde el Observatorio hay que plantear los temas a debatir en las Jornadas bianuales, proponer temas para publicar libros, artículos científicos, informes, etc. Es indudable que el trabajo de los comunicadores del presente y del futuro inmediato deberá combinar una visión humanística de la tecnología y el dominio de la cultura digital y sus manifestaciones. Es imprescindible que los futuros profesionales se formen con una perspectiva crítica para adaptarse al cambio constante de las tecnologías y los productos y servicios interactivos y, al mismo tiempo, sepan liderar y gestionar los proyectos comunicativos forjados en las grandes corporaciones mediáticas, en grupos de trabajo que combinan comunicadores, ingenieros informáticos, psicólogos, etc., como ya se está viendo en los más relevantes medios de comunicación extranjeros.

Acciones:

Desarrollar acciones tendentes a la valorización y consolidación de la comunicación como espacio autónomo a efectos de evaluación de la docencia e investigación. En esta línea, promover la creación de un campo específico de Comunicación ante la Comisión Nacional Evaluadora de la Actividad Investigadora (CNEAI) de la Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación (ANECA).

Asignatura de alfabetización mediática y asignatura de alfabetización audiovisual (cine). Creación de un grupo de trabajo para hacer una propuesta de asignaturas sobre alfabetización mediática y alfabetización audiovisual en los estudios obligatorios de Primaria y Secundaria en España. Para ello se mantendrán contactos con Federaciones, Asociaciones, Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas y Colegios profesionales que han manifestado interés en las mismas.

Promover la reflexión sobre la mala praxis en el ejercicio de las profesiones de los comunicadores. Actualmente, **las fake news**, que no son una novedad del siglo XXI pero se difunden rápidamente gracias a las redes sociales, acaparan jornadas y debates. Pero igualmente peligrosos son la manipulación, el sensacionalismo, los rumores, la postverdad, la falta de ética... en la información, el entretenimiento y la publicidad. Y todos ellos son temas sobre los que hay que concienciar a los estudiantes, que no sólo serán los futuros profesionales sino, sobre todo, ciudadanos que han de ejercer su capacidad crítica.

3. Relaciones institucionales de ATIC

Mantener las relaciones con las asociaciones y organizaciones nacionales e internacionales de los ámbitos académico y científico de la comunicación, con las que ya se ha colaborado en años anteriores como AE-IC, CONFIBERCOM, FELAFACS.

Establecer y fortalecer las relaciones con las asociaciones en el ámbito profesional para posibles colaboraciones, apoyo mutuo, como se ha hecho hasta ahora, como los Colegios profesionales de Periodistas, Asociaciones de Publicitarios, de DIRCOM y de graduados en comunicación audiovisual, la FAPE, empresas y medios de comunicación, etc. Especialmente hay que apoyar a los colegios profesionales para evitar el intrusismo y lograr que el periodismo o la publicidad sean profesiones tituladas, lo que repercutirá favorablemente en la calidad de la información tanto en los medios de comunicación como en las organizaciones, y en el prestigio de los grados que impartimos.

Establecer relaciones con los Consejos Audiovisuales, como entidades reguladoras que, en algunos casos, están interviniendo decididamente a favor de la alfabetización informacional y mediática.

Mantener y profundizar en las relaciones con las instituciones y los organismos públicos y las agencias de calidad, para incidir en aquellas cuestiones que nos afectan directamente a las facultades con grados de comunicación. Como ejemplos podemos citar los planes de estudios; la implantación de una asignatura sobre alfabetización mediática en los estudios primarios y secundarios; las salidas profesionales de los egresados de las facultades; los criterios de valoración de los currículos de los docentes en la solicitud de sexenios de investigación; las titulaciones de FP que se asemejan demasiado a nuestros grados de CAV, etc.

Establecer convenios con institutos de comunicación para colaborar en la investigación de temas que sean interesantes para ATIC, por ejemplo, con el INCOM – UAB.

Prácticas de grado. Dar apoyo a las universidades de cada comunidad autónoma en sus relaciones con los gobiernos autónomos que tienen competencias en la regulación de los estudios de comunicación y de sus prácticas de grado. Y cuando se considere necesario, si se redactan decretos o leyes al respecto, actuar como interlocutores del Ministerio en las leyes sobre la regulación de las prácticas laborales, para evitar la explotación laboral de nuestros estudiantes.

Este programa es fruto de la colaboración de todos los miembros de la candidatura, que han aportado sus ideas y considerable experiencia para definir las líneas estratégicas y las actuaciones a realizar. Por suerte, y a pesar de los cambios que ha habido al frente de las distintas facultades, la relación personal es excelente porque albergamos las mismas preocupaciones e intereses, y una visión forzosamente optimista del futuro de la comunicación.

Todas las personas que conformamos la candidatura agradecemos al resto de las universidades de ATIC su apoyo, las sugerencias y propuestas que podamos recibir hasta el día de la Asamblea o durante la misma.

Bellaterra, 16 de mayo 2019