

Editorial

La transferencia en comunicación, paso final de la investigación

<https://doi.org/10.56418/txt.19.1.2025.0>

Mar García-Gordillo

 <https://orcid.org/0000-0002-9367-0366>

[marggordillo@us.es]

Universidad de Sevilla (España)

Aingeru Genaut

 <https://orcid.org/0000-0003-3762-3570>

[aingeru.genaut@ehu.eus]

Universidad del País Vasco (España)

Joan Ramon Rodríguez Amat

 <https://orcid.org/0000-0001-8391-3638>

[mon.rodriguez@sheffield.ac.uk]

Universidad de Sheffield (Reino Unido)

Esta obra se publica bajo la siguiente licencia Creative Commons:
Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)



Editorial

La actividad investigadora en la universidad tiene una función final, reconocida como función por la Ley de la Ciencia, que es la transferencia: devolver a la sociedad el conocimiento generado para resolver problemas y mejorar nuestros entornos. La actividad de transferencia se ha asociado históricamente con ciertas áreas del conocimiento, como la ingeniería o las ciencias de la salud. Sin embargo, en las Ciencias Sociales, la transferencia se realiza con frecuencia de manera espontánea y casi sin ser plenamente consciente y sus acciones están tasadas: generación de patentes, empresas basadas en el conocimiento (EBCs), contratos con empresas (68/83) y Cátedras de empresa. Esta monografía tiene como objetivo visibilizar esta actividad, ayudar a categorizarla y generar conciencia, para que podamos reconocer la transferencia que se está produciendo en la investigación en comunicación.

En las sociedades complejas, la transferencia de conocimiento solo es posible mediante la interdisciplinariedad, la transversalidad y la colaboración con profesionales e instituciones. Por supuesto, este proceso también implica el intercambio intergeneracional entre investigadores senior y junior, con el fin de transmitir la pasión por una vocación científica comprometida con la sociedad.

Si descendemos de la transferencia realizada en el ámbito de las Ciencias Sociales a la realizada en el área de Comunicación, definirla y categorizarla es aún más complejo. No se producen insumos, sino que generalmente se busca un bien social y educativo. Los resultados generalmente son intangibles, sólo apreciables a largo plazo en el caso de temas como la integración de colectivos sociales, la alfabetización mediática o actividades educativas en igualdad de género. La transferencia de conocimiento en las ciencias humanas y sociales suele ser minusvalorada, sin embargo, estas disciplinas poseen una serie de características notables para la transferencia: por una parte, al requerir un menor grado de instrumentalización, la distancia entre la investigación básica y la aplicada suele ser menor que en otras disciplinas; en segundo lugar, estas áreas son productoras netas de contenido; y en tercer lugar, poseen una capacidad extraordinaria para conciliar y/o confrontar la tecnología con el contexto cultural en el que se aplica (Castro-Martínez, et al., 2008, p. 621).

Si bien en los últimos años se han producido notables esfuerzos por parte de las administración pública para fomentar las actividades de investigación, desarrollo e innovación y, con ellas, aumentar la transferencia de conocimiento (Fernández-Zubieta et al, 2017), se ha advertido que los indicadores tradicionales, -altamente influenciados por las áreas científico-técnicas y centradas sobre todo en las patentes y las *spin-off*, podrían suponer un problema a la hora de evaluar la transferencia de conocimiento en las áreas humanísticas y en las ciencias sociales (Aceytuno-Pérez & Sánchez-López, 2014; Fernández-Zubieta, 2015), sobre todo teniendo en cuenta que su principal cliente y colaborador lo encontraremos en la administración pública, frente al mundo empresarial (Díaz-Catalán et al., 2019). Además, el problema de la intangibilidad de gran parte de la transferencia en las ciencias humanas y sociales, se le une la subjetividad en las mediciones y los indicadores (García-Aracil & Palomares-Montero, 2012).

El concepto de transferencia del conocimiento en comunicación ha recibido distintos nombres. Así, por ejemplo, en el ámbito anglosajón se utiliza el término *applied communication*, expresión que da incluso nombre a una revista científica puesta en marcha en los años 80 del siglo pasado. Algunas justificaciones y metodologías de dicho concepto han sido ofrecidas por diversos autores de universidades americanas (Boyle & Schmierbach, 2019; Cissna, 1982). En el ámbito latinoamericano, por ejemplo, es más habitual escuchar la terminología comunicación para el cambio social, pues prima sobre todo su visión más crítica o política de la comunicación.

En el caso de la comunicación la naturaleza del objeto de transferencia podría ser clasificado en dos tipos: uno de carácter instrumental, que sería el conjunto de servicios que se pueden presentar a otras disciplinas, empresas o instituciones para lograr una comunicación eficaz, ya sea del conocimiento de una materia o bien de los objetivos de las empresas e instituciones para llegar mejor a sus destinatarios finales o mejorar la comunicación interna de las organizaciones.

También hay otro beneficio esencial de la transferencia del conocimiento en comunicación de naturaleza política. La comunicación podríamos calificarla como la gaseosa de cualquier otro tipo de poder, pues estos pretenden influir en la ciudadanía a través del ambiente informativo en el que difunden de manera más o menos disimulada sus mensajes para influir en las decisiones de la ciudadanía. Por eso, el objetivo de la transferencia del conocimiento en comunicación se cifra en dotar y empoderar a la ciudadanía frente a los intentos de manipulación informativa o cualquier otra mezcla del interés público con intereses espurios que afecten a los procesos informativos. Diseñar mecanismos para depurar la información, así como instrumentos para garantizar el derecho a la información de la ciudadanía serán esenciales en la transferencia del conocimiento e información. Esta difusión también se ha realizado por parte de los grupos de investigación en comunicación en España, en sus webs queda patente la importante labor realizada a través de sus proyectos, un primer nivel de transferencia que queda

disponible para instituciones y otros agentes interesados en implementar sus resultados. (Claes; Berraquero; Rodríguez-Gómez, 2021).

La comunicación empodera a la ciudadanía de espíritu crítico cuando existe rendición de cuentas de los medios públicos y criterios para medir la calidad de la comunicación. Esta última incluye criterios de verificación, rigor e interés público, pero también otros referentes al sentido de la responsabilidad social y educativa de los medios: integración social, participación ciudadana, promover fórmulas de debates constructivos en asuntos esenciales para la convivencia democrática como la educación cívica, concienciación de una cultura ecológica o la igualdad de género y respeto a las diferentes identidades sociales.

Entre las propuestas que se incluyen en este monográfico, encontramos el artículo titulado “La transferencia en la comunicación sobre cambio climático: una aproximación a las carencias actuales y propuesta de decálogo de buenas prácticas para su mejora” firmado por Oiane Díaz, Leire Iturregui, Leioa y María José Cantalapiedra de la Universidad del País Vasco, en el que una vez analizado el tratamiento mediático del tema se establece un decálogo de buenas prácticas que pueda permitir la transferencia de los hallazgos en investigación a los medios de comunicación. En dicho decálogo se propone una comunicación basada en el periodismo de soluciones y el refuerzo del concepto de “pedagogía climática”.

El segundo artículo del monográfico, “Transferencia y educación política ciudadana: propuesta de un archivo participativo de propaganda política visual en España” está firmado por Maite Plaza y Pablo López-Rabadán, de la Universidad Jaume I de Castellón. Este trabajo propone la creación de un archivo participativo y abierto de propaganda electoral visual en España. El objetivo es ofrecer un recurso especializado para mejorar la transferencia social de conocimiento en este ámbito, analizando estrategias de campaña e integrando a la ciudadanía en el debate.

En tercer lugar se presenta el artículo “Evolución del periodismo español frente a las violencias contra las mujeres (1999-2023): deontología mediática, legislación y tendencias investigativas”, firmado por María Sánchez Ramos y Belén Zurbano-Berenguer, de la Universidad Sevilla. En el mismo se realiza un análisis de desarrollo deontológico en el tratamiento informativo de las violencias contra las mujeres en España. En el mismo se analiza la interrelación entre iniciativas político-legislativas, documentación deontológica y acervo investigador. Todo ello con el objetivo de transferir al sector profesional los avances realizados en este sentido.

Por último, se presenta el artículo “Manifestaciones del “True Crime” en el periodismo narrativo europeo: documentales, podcasts y libros de no ficción” firmado por Samia Benaissa Pedriza de la Universidad Complutense. Este nuevo género, a medio camino entre el periodismo y la literatura de no ficción está generando obras de alta calidad narrativa. Estos productos, elaborados por los medios de comunicación en Europa mantienen una vertiente informativa predominante frente a los editados para ser difundidos en plataforma de streaming. Su estudio favorecerá su uso en el sector profesional.

Desde el convencimiento de que la transferencia en el ámbito de la comunicación tiene aún un largo camino por recorrer, se presenta este monográfico de *Textual and Visual Media*, que pretende aportar en un doble sentido. En primer lugar, es preciso tipificar la transferencia en comunicación y caracterizarla, primer paso para poder reconocerla e identificarla. Y, en segundo lugar, es necesario potenciarla, para que la investigación en comunicación, esencial para la salud de nuestra democracia, revierta a la sociedad y sea reconocida por la misma.

Referencias

- Aceytuno-Pérez, M. T. & Sánchez-López, C. (2014). Carrera académica y propensión a la transferencia de tecnología. El caso de la Universidad de Huelva. *Investigaciones Regionales*, (28), 79-100. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4715143.pdf>
- Castro-Martínez, E., Fernández-de-Lucio, I., Pérez-Marín, M., & Criado-Boado, F. (2008). La transferencia de conocimientos desde las humanidades: posibilidades y características. *Arbor. Ciencia, Pensamiento y cultura*, 184 (732), 619-636. <https://doi.org/10.3989/arbor.2008.i732.211>
- Boyle, M. P. & Schumierbach, M. (2019). *Applied Communication Research Methods: Getting Started as a Researcher*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429296444>
- Claes, F.; Berraquero, A.; Rodríguez-Gómez, E. (2021): “Proyección y transferencia de los grupos de investigación de la Comunicación en España a partir del análisis de sus sitios web”. *EPI* 30/2. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.24>
- Cissna, K. N. (1982). Editor’s note: What is applied communication research?. *Journal of Applied Communication Research*, 10 (2), 1-3. <https://doi.org/10.1080/0090888209365216>
- Fernández-Zuebieta, A., Ramos-Vielba, I., Zacharewick, T. (2017). *RIO conuntry report, 2016: Sapain*. Luxembourg, Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/227782n>