

# UNIA global

Año 2018

nº6

unia.es



un  
i Universidad  
de Andalucía  
A

## ENTREVISTA

“La marca Andalucía ha de tener un espacio especial en el mundo universitario”

## ARTÍCULO

Periodismo digital hipelocal: Un oasis en mitad del desierto. Juan Pablo Bellido

## REPORTAJE

Los seminarios digitales de la UNIA reciben el Premio Anual de marketing CMKM



# ENTREVISTA AL RECTOR DE LA UNIA

**“La marca Andalucía tiene que tener un espacio especial en el mundo universitario”**

**El rector de la UNIA analiza los proyectos de futuro de la nueva Universidad Internacional de Andalucía.**

Acaba de cumplir su primer semestre como rector magnífico de la Universidad Internacional de Andalucía, ha completado y conformado un nuevo equipo de Gobierno, ¿Qué retos se plantea para su mandato?

La UNIA tiene que ser una universidad que sirva de instrumento al Sistema Público Andaluz de Universidades y sus objetivos básicos tienen que ser los

de complementar y colaborar, para dar escala y acometer proyectos, con cada una de las otras nueve universidades del sistema público andaluz, por sí solas no los podrían llevar a cabo. De esta manera, tenemos que seguir desarrollando y potenciando acuerdos para la impartición de másteres interuniversitarios con el resto de universidades. No podemos olvidar los cursos específicos de postgrado que sirvan para que nuestros egresados alcancen un nivel de conocimiento de excelencia y los sitúe en el mercado laboral o en la investigación en posiciones óptimas de competencia. Además, quiero dar una mayor dimensión y proyección a nuestra oferta de cursos de verano, intentando que tengan una repercusión mayor en el mundo académico y que podamos sacar hacia fuera todas las potencialidades de nuestro sistema universitario, al tiempo que atraer hasta la UNIA a quienes lideran en el mundo las distintas áreas de conocimiento para que también nos aporten.

La UNIA tiene que ser un vehículo para trasladar la excelencia universitaria andaluza al exterior, internacionalizar a nuestros universitarios y también colaborar para que el conocimiento que sale del Sistema Público Andaluz de Universidades llegue

a nuestras empresas y sirva para que éstas sean más eficientes y competitivas y salgan de nuestras fronteras al mundo global en el que vivimos. La marca Andalucía tiene que tener un espacio especial en el mundo universitario. También la cultura y el arte deberá tener su espacio dentro del programa de actividades de la UNIA como complemento a la difusión del conocimiento de todas las tradiciones y de nuestra historia.

#### ¿Cómo se ha conformado el nuevo equipo de Gobierno de la UNIA?

Queremos que la UNIA sea una marca única e uniforme. Hemos reforzado el área de internacionalización con un vicerrectorado exclusivo y la ordenación académica se ha dividido en dos vicerrectorados la formación reglada y títulos propios, de un lado, y de otro, la formación no reglada, calidad e investigación. Asimismo, por otro lado, hay un vicerrector encargado de la extensión universitaria

y, especialmente, de los cursos de verano, a cuya programación queremos darle un impulso y para los que se ha publicado una convocatoria abierta. También vamos a potenciar las relaciones con las empresas bajo otro vicerrectorado que será el encargado de coordinar esas relaciones con todas las áreas de la UNIA.

**Precisamente esa relación Universidad-Empresa ha sido siempre un caballo de batalla. ¿Qué planes tiene para mejorar esa cooperación?**

Es imprescindible que se traslade a la empresa y a los sectores productivos en general el desarrollo del conocimiento, y que estos se transformen en innovación y en valor añadido. Y cuando hablo de trasladar el conocimiento a los sectores productivos no hablo solo de los sectores emergentes o los más tecnológicos como la biomedicina o la aeronáutica o el sector aeroespacial o el de la TICs, a los que por supuesto hay que tener muy presentes, pero

también tenemos que estar en contacto con los sectores productivos tradicionales de nuestra tierra, la agroindustria, el sector de la industria piscícola o piscicultura industrial, la minería, el turismo, la industria cultural, la industria de metal-metálica o

la de transformados, y la industria en general, para la que la Junta de Andalucía tiene una estrategia general hasta 2020 y un objetivo de elevar su aportación al PIB hasta el 20%.

El objetivo es que la Universidad y las empresas colaboren e interactúen para transformar el conocimiento en innovación y en VAB. Además, debemos contribuir a la internacionalización de nuestro sector productivo y para ello, desde la UNIA, vamos a colaborar con otro instrumento del Gobierno andaluz, muy valorado por los empresarios andaluces como es la Agencia Extenda, con cuya Cátedra vamos a mantener y ampliar nuestra presencia tanto en Iberoamérica y el Magreb -en los que ya a través del Grupo La Rábida y la AUIP realizamos una extensa labor- como en otros mercados y universidades internacionales. De la misma forma hemos conformado con Andalucía Emprende una nueva Cátedra para el desarrollo del emprendimiento en nuestra tierra.

## La UNIA tiene que ser un vehículo para trasladar la excelencia universitaria andaluza al exterior



**José Sánchez Maldonado**  
Rector de la Unia

### ¿Se van a ampliar las Cátedras en colaboración con las empresas?

Es una de nuestras apuestas para lograr incrementar esa relación de la que hablaba. Además de esa manera se trasladan mejor a la Universidad las necesidades del mundo empresarial. Estamos ya preparando acuerdos con varias empresas para abrir nuevas cátedras y, desde aquí, animo al sector empresarial a que nos hagan llegar sus propuestas.

### Ha citado al Grupo La Rábida, ¿Qué planes tiene para él?

El Gobierno andaluz nos tiene encomendada la misión de fomentar y apoyar la internacionalización de nuestros universitarios y favorecer la colaboración entre las instituciones académicas andaluzas y las de Iberoamérica y el Magreb. Para ello usamos dos instrumentos muy importantes, como son la Asociación Universitaria Iberoamericana de Postgrado (AUIP) y el Grupo La Rábida, que actualmente presido. Mi intención es aumentar el número de universidades inscritas en este grupo y aumentar el número de proyectos y acciones que desarrolla. Precisamente, en las últimas semanas hemos mantenido reuniones con más de una decena de universidades de centro América y el Caribe, en las que hemos iniciado varios procesos de integración de estas instituciones en el Grupo La Rábida, caso de UTESA en Santo Domingo, o UNICA, en Cuba.

### Y sobre el Magreb, ¿qué proyectos tiene en cartera?

Queremos reimpulsar nuestra colaboración con el Magreb de manera inmediata y para ello se han iniciado contactos para firmar acuerdos con las Universidades de Tánger y Tetuán y hemos viajado a Fez, para reunirnos con la Universidad Euromediterránea con la que hemos firmado un acuerdo marco de colaboración para iniciar de manera inmediata acciones dirigidas a difundir en idioma español y, por otro lado, a apoyar las relaciones entre empresas andaluzas y marroquíes.

Pero no solo queremos quedarnos en esos dos horizontes, también la UNIA quiere ampliar las relaciones con el sudeste asiático y el pacífico, también llegar a Norteamérica, dado que estos países y sus instituciones académicas han irrumpido de manera espectacular en el mundo universitario y en especial en la enseñanza superior de postgrado, y están desarrollando nuevas fórmulas de educación sobre todo a través de la red.

### ¿Cómo van a ser los cursos de verano de la UNIA 2018?

Queremos ampliar y mejorar nuestra oferta con cursos y seminarios que estén en la máxima actualidad, sin olvidar

otras facetas del conocimiento que sin nuestra ayuda difícilmente podrían tener salida. Para ello, hemos publicado una convocatoria abierta de cara a que desde todos los sectores de nuestra sociedad se nos realicen propuestas para incluir en nuestra oferta formativa de verano. Además, queremos que sea una oferta más abierta al exterior, tanto nacional como internacional, y que repercuta en la imagen de Andalucía como tierra de conocimiento.

### Por último, la formación on-line está en auge, ¿qué prepara la UNIA?

La formación on-line ha entrado de lleno en el mundo universitario. Existe una gran eclosión a la que la UNIA está tratando de unirse de forma acelerada y de la que ya se venían realizando experiencias y actividades con cursos y másteres que tenían una parte presencial y otra on-line. Tenemos ya una plataforma digital que permite la realización de cualquier tipo de actividad docente a través de la red y espero que en breve podamos dar noticias de una serie de mejoras que tenemos en proyecto. Además, estamos incorporando también a la UNIA todas las novedades normativas sobre Administración electrónica, y mejorando y ampliando los servicios telemáticos que ofrecemos a los ciudadanos, a nuestros profesores y a nuestros alumnos.

# PERIODISMO DIGITAL HIPELOCAL: UN OASIS EN MITAD DEL DESIERTO

**Juan Pablo Bellido**  
Periodista y profesor del Campus  
Universitario EUSA



La crisis económica que azota al mundo occidental desde el año 2008 ha afectado a todos los sectores productivos aunque parece haberse cebado, especialmente, con las empresas informativas.

Hace tan solo seis años, el Observatorio de la Crisis de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) cifraba en 6.200 los periodistas que habían perdido su empleo en España entre 2008 y 2012. La brutal bajada de ingresos en concepto de publicidad y el vertiginoso descenso en la venta de periódicos empujaron hasta la quiebra a muchas empresas del sector de la comunicación.

El espíritu del “todo gratis” que parece impregnar el uso de Internet obliga a las empresas periodísticas a reinventarse, a idear nuevas fórmulas para conseguir ingresos que complementen –cuando no sustituyan directamente– los beneficios procedentes de las ventas de ejemplares y, también, los del mercado publicitario –en caída libre desde hace años–.

Pero, sin negar los efectos perniciosos que la Red de Redes ha podido provocar en las empresas informativas en general, es justo subrayar que Internet también representa una extraordinaria oportunidad para muchos estudiantes de Periodismo que se encuentran en los últimos años de carrera o para quienes acaban de salir de la facultad con un título bajo el brazo.

El periodismo hiperlocal desarrollado en un ámbito como Internet constituye, hoy por hoy, una oportunidad viable para las nuevas generaciones de periodistas, más habituadas al uso de tecnologías de última generación.

Si tenemos presente que la mayor parte de nuestra vida la pasamos en un ámbito territorial muy limitado, comprenderemos que lo que acontece a nuestro alrededor nos afecta de manera directa y, por ende, nos incumbe. Mucho más, quizás, que lo que ocurra en Afganistán o lo que tenga lugar en el Estadio de Old Trafford en Manchester.

En ese sentido, se hacen necesarios, cada vez más, periodistas que se ocupen del entorno más inmediato para que

los ciudadanos puedan entender su realidad más próxima desde todos los enfoques posibles. De esta forma, el periodismo local se convierte en una salida profesional digna y necesaria, siempre que se afronte con honestidad, con rigor y con profesionalidad.

En los últimos años estamos asistiendo a un proceso de transformación continua en los medios de comunicación que no solo obedece a innovaciones tecnológicas, sino también a cambios culturales y sociales. Para muchos consumidores, la prensa tradicional, resulta cara, frente a la prensa digital, que es mayoritariamente gratuita. Por si fuera poco, las ediciones digitales permiten acceder gratuitamente a gran cantidad de información y, sobre todo, en primicia, pues los periódicos impresos se hacen eco de noticias que han sido adelantadas con bastantes horas de antelación en Internet.

Aparte de esta instantaneidad que juega a favor de los medios digitales, la prensa en la Red es eminentemente interactiva, de manera que los lectores cobran protagonismo y dejan de ser meros espectadores o consumidores de contenidos para pasar a interactuar con el propio medio.

En ese sentido, podría decirse que Internet ha “democratizado” la información, pues posibilita que la noticia no sea simplemente el producto final de un proceso informativo, sino el punto de partida de la participación de los lectores a través de las redes sociales.

En definitiva, lejos de convertirse en una amenaza para la profesión periodística, Internet representa una oportunidad profesional que, además, permite a pequeños municipios contar con sus propios medios de comunicación en los que se ofrecen herramientas que fomentan el debate, la participación ciudadana y la cohesión e identidad social de todo un pueblo.

# LOS CURSOS DE VERANO, UN ESPACIO PARA LA REFLEXIÓN Y EL CONOCIMIENTO



La universidad abre el plazo de recepción de propuestas de cursos para el próximo verano.

Una oferta formativa veraniega afianzada en Andalucía. Los cursos de verano de la Universidad Internacional de Andalucía continúan realizando una gran apuesta por las temáticas más actuales y variadas en sus cuatro sedes (La Rábida, Baeza, Málaga y Sevilla). De esta forma, la entidad trabaja para ofrecer cada año un amplio catálogo de cursos dedicados a profundizar en temas como la arquitectura, literatura, cambio climático o turismo, entre muchos otros. Así, la UNIA ha lanzado este mes de febrero una nueva convocatoria de presentación de propuestas para los cursos de verano de este año 2018 y que cuyo plazo finalizará el próximo 15 de marzo. Unos cursos que cada año van escalando en participación y que, el pasado año, alcanzaron los 1.667 alumnos y los 580 profesores. Unos datos muy positivos que motivan aún más a la Universidad Internacional de Andalucía a continuar la senda de crecimiento de los cursos.

Otro de los éxitos de los cursos de verano 2017 fue la alta participación de alumnos en la sede de Baeza, con más de 730 asistentes. La Rábida, con 460 alumnos, fue la segunda sede con mayor acogida de alumnos, seguida de Málaga (320) y Sevilla (160).

Asimismo, participaron 41 profesores no españoles, 80 alumnos procedentes de América Latina y 41 no europeos. Entre julio y septiembre del pasado año, se dieron cita

para inaugurar los cursos de las cuatro sedes personalidades de la talla de Luis García Montero, Juan Pérez Mercader, Paco Ibáñez, Félix Sanz y María Teresa Fernández de la Vega. Todos ellos realizaron magníficas exposiciones en las que hablaron de las temáticas en las que son expertos. La sede de La Rábida abrió la pasada programación veraniega con la conferencia de Pérez Mercader, quien aseguró que en el Universo “existen hábitat capaces de acoger vida”. La siguiente inauguración, esta vez en la sede Antonio Machado de Baeza, corrió a cargo de García

Montero y Paco Ibáñez. El cantautor ofreció un emocionante recital y ambos protagonizaron un magnífico coloquio en el que la poesía fue el punto central. “Quien se aleja de la poesía se aleja de uno mismo”, sentenció Ibáñez.

El director del CNI, Félix Sanz, fue el encargado de inaugurar los cursos de verano en la sede de Málaga con una

conferencia en las que explicó las funciones del organismo que preside y detalló la diversidad de las 3.500 personas que conforman la inteligencia española.

Por último, la ex ministra María Teresa Fernández de la Vega inició la programación en la sede de Sevilla con una conferencia que versó sobre el papel de la mujer en el mundo. Así, reivindicó la necesidad de un papel más importante de las mujeres en la nueva sociedad globalizada. En su discurso reclamó un “rearme democrático” en el que no pueden faltar dos pilares básicos: la política y las mujeres.

“Quien se aleja de la poesía se aleja de uno mismo”

# LOS WEBINARS GANAN TERRENO



## Los seminarios digitales de la UNIA reciben el Premio Anual de marketing CMKM en la categoría de Mejor Acción de RSC

Aprender, innovar o relacionarse con los recursos digitales. Éstas son las ideas a través de las cuales surgieron los webinars en el curso 2013-2014, hace ya cuatro años. Pero ¿qué son los webinars? Estos cursos se definen como una formación breve y práctica sobre herramientas de la web social que pueden ser útiles para innovar. Además, los interesados pueden seguirlos desde cualquier ubicación.

Con el paso de los años, este tipo de oferta formativa de la Universidad Internacional de Andalucía se ha convertido en jornadas de referencia para profesores y alumnos de todas las partes del mundo. “El alto alcance que hemos conseguido es debido a que son en un formato flexible, abierto y gratuito, puede seguirse desde cualquier ubicación, sin coste, e incluso mientras se están haciendo otras tareas”. Así lo explica María Sánchez, responsable del área de Innovación de la UNIA y creadora de los seminarios webinars.

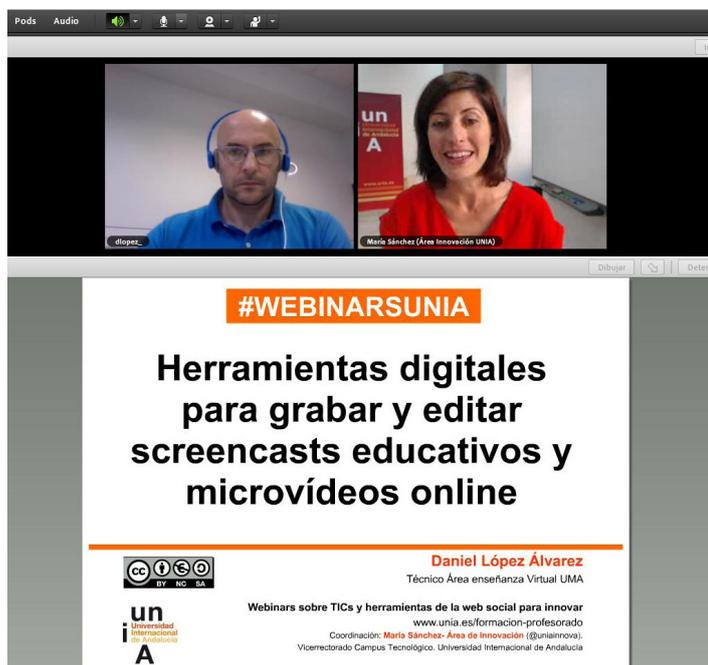
Bajo la línea de la flexibilidad, se acogía también la brevedad y el carácter práctico de estos ciclos que empezaron siendo sólo para profesores de la UNIA pero que, en la actualidad, están abiertos a cualquier persona. De esta manera, según afirma la encargada de gestionar los seminarios, “contribuimos al objetivo estratégico de generar conocimiento abierto e impulsar la marca digital y la visibilidad de nuestra Universidad”.

Gracias a esta oportunidad que ofreció el área de innovación de la mano de María Sánchez e Ildelfonso Martínez, jefe de gestión de Enseñanza Virtual, cada año aumenta la demanda y surgen nuevos títulos. En este último curso 2017-2018, la UNIA acogió un total de 694 alumnos de diferentes países europeos, latinoamericanos o, incluso de los Estados

Unidos. “Las facilidades organizativas que ofrecemos hacen que se apunte gente de todas partes del mundo, ya que sólo accediendo a internet puedes acceder al curso”, apunta Sánchez. Así, la experta en Innovación recalca que los cursos seguirán creciendo año tras año porque “tenemos una comunidad de personas interesadas en iniciativas como éstas, con las que vamos generando red año tras año”.

A pesar de que el planteamiento de cada webinar siempre es el mismo –un seminario de 1,5 o 2 horas que se puede seguir en directo por videoconferencia, a través del sistema de Aulas Virtuales de la UNIA, basado en Adobe Connect- cada año cambia la especialización de los títulos. Los seminarios que finalizaron el pasado mes de diciembre estuvieron centrados en dar a conocer herramientas digitales para grabar y editar screencast y microvídeos educativos online, realizar videoconferencias, crear memes y gifs animados, organizar eventos y crear comunidades virtuales, gestionar información y mejorar la producción académica y profesional o seguir y medir resultados en social media y plataformas de e-learning y aportar claves de seguridad informática para docentes y otros usuarios en red, como estudiantes.

Según los organizadores, el objetivo fue trasladar las competencias necesarias para poder medir y monitorizar resultados de enseñanza-aprendizaje en las principales redes sociales con herramientas gratuitas y fáciles de usar, así como conocer las funcionalidades que para el seguimiento de la actividad de los alumnos incorporan plataformas como Moodle.



The image shows a screenshot of a webinar interface. At the top, there is a video call window with two participants: a man on the left wearing a blue shirt and a headset, and a woman on the right wearing a red top. Below the video call is a presentation slide with the following content:

**#WEBINARSUNIA**

**Herramientas digitales para grabar y editar screencasts educativos y microvídeos online**

**Daniel López Álvarez**  
Técnico Área enseñanza Virtual UMA

Webinars sobre TICs y herramientas de la web social para innovar  
www.unia.es/formacion-profesorado

Coordinación: María Sánchez-Área de Innovación (@uniamnova),  
Vicerrectorado Campus Tecnológico, Universidad Internacional de Andalucía

At the bottom left of the slide, there is a Creative Commons license logo (CC BY-NC-SA) and the UNIA logo.

## Premio Anual de Marketing CMKM 2017

El pasado ciclo de webinars no sólo consiguió el mayor número de alumnos, sino que también fue galardonado con el Premio Anual de Marketing CMKM 2017, en la categoría de Mejor Acción de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Estos premios, que celebran su IX edición, tienen como principal objetivo dar a conocer y premiar a los mejores trabajos en marketing y comunicación de la provincia de Málaga.

Ésta mención, según afirma María Sánchez, “reconoce un apoyo a este pequeño gran proyecto”. En esta línea, la creadora de los cursos de experiencia digital afirmó que “estos seminarios son como intraemprendimiento”, destacando así el “capital humano” que representan como lo que suponen para la sociedad con su modelo de “aprendizaje abierto”.



**José Sánchez Maldonado**

Rector de la Universidad de Andalucía, Rectorado. Sede de La Cartuja



**María Lourdes Miró Amarante**

Directora de Secretariado del Servicio de Informática y Nuevas Tecnologías, Rectorado. Sede de La Cartuja



**Juan de Dios Jiménez Aguilera**

Vicerrector de Coordinación y Relaciones Institucionales, Rectorado. Sede de La Cartuja



**David Patiño Rodríguez**

Director de Secretariado adjunto a la Oficina del Rector, Rectorado. Sede de La Cartuja



**Encarnación Mellado Durán**

Vicerrectora de Formación Reglada y Títulos Propios, Rectorado. Sede de La Cartuja



**María Ángeles Peinado Herreros**

Director de la Sede Antonio Machado de Baeza, Sede Antonio Machado de Baeza.



**José Ignacio García Pérez**

Vicerrector de Formación no reglada, Calidad e Investigación, Rectorado. Sede de La Cartuja



**Agustín Galán García**

Director de la Sede Santa María de la Rábida, Sede Sta M<sup>a</sup> de La Rábida



**Manuel Acosta Seró**

Vicerrector de Extensión Universitaria y Cursos de Verano, Rectorado. Sede de La Cartuja



**Francisco Gonzalez Fajardo**

Director de la Sede Tecnológica en Málaga, Sede Tecnológica de Málaga



**Manuel Torres Aguilar**

Secretario General, Rectorado. Sede de La Cartuja



**Juan Martínez Moreno**

Director de la Sede Antonio Machado de Baeza, Sede Antonio Machado de Baeza



**Rafael Serrano Aguilar**

Gerente de la UNIA, Rectorado. Sede de La Cartuja



**María de la O Barroso González**

Directora de Secretariado de la Sede en La Rábida, Sede Sta M<sup>a</sup> de La Rábida