

**MEMORIA DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN DOCENTE ID 2018/095.**  
**ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS PROFESIONALES PARA ESTUDIANTES DE GRADO**  
**EN BELLAS ARTES MEDIANTE LA ELABORACIÓN Y VISIBILIZACIÓN DEL TFG EN**  
**PLATAFORMAS *ONLINE* Y REDES SOCIALES**

**COORDINADOR DEL PROYECTO:**

José Gómez Isla, profesor del Dpto. de Historia del Arte - Bellas Artes.

**MIEMBROS DEL EQUIPO DE TRABAJO:**

Carmen González García, Gema López Pérez, Julio Pérez Cornejo, Juan Sebastián González Rodríguez, Alberto Santamaría Fernández y Víctor del Río, todos ellos profesores del Dpto. de Historia del Arte - Bellas Artes.

Cristina Parellada Bezares y Felicidad García Sánchez, ambas personal de investigación en formación del Dpto. de Historia del Arte - Bellas Artes.

**1. INTRODUCCIÓN**

El trabajo creativo de nuestros estudiantes (artistas en formación) pasa durante el Grado en Bellas Artes por fases de gran intensidad motivadas por los requerimientos académicos del actual plan de estudios. El momento de la realización de los Trabajos de Fin de Grado en Bellas Artes es un momento clave de su desarrollo creativo. Con este trabajo se culmina una fase de formación universitaria y, a su vez, supone un punto de inflexión hacia una etapa de mayor madurez y consolidación de lo aprendido que les conduce hacia un entorno profesional donde tendrán que tomar sus propias decisiones.

Con el fin de afianzar el carácter profesionalizante del TFG, durante el curso 2018-2019 un grupo de profesores y personal investigador en formación adscritos a la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Salamanca hemos desarrollado este proyecto de innovación docente para propiciar que esos trabajos creativos de nuestros estudiantes trasciendan las paredes de la facultad y constituyan un primer paso para la adquisición de competencias profesionales utilizando para ello ciertas herramientas que les permitan promocionar y dar visibilidad a sus proyectos artísticos de TFG y su competencia profesional fundamentalmente a través de las plataformas *online* y las redes sociales.

La presente memoria da cuenta de los resultados obtenidos con este proyecto de innovación docente. Para considerar que los objetivos se han cumplido, hemos analizado algunos ejemplos significativos de las diferentes formas de elaboración de perfiles artísticos profesionales en las redes sociales, sobre todo, Facebook e Instagram, por ser para el estudiante de Bellas Artes la mejor forma para dar visibilidad y difusión a su trabajo de creación en la actualidad. El análisis realizado ha ofrecido también una

comparativa entre estrategias de presentación visual de dichos perfiles profesionales y artísticos y los proyectos en el marco de las Bellas Artes.

A partir de la discusión de los resultados obtenidos se han generado unas conclusiones en torno a la adquisición de habilidades por parte del estudiante para elaborar su propio portfolio o book profesional, que pretende ser más dinámico, coherente y ordenado, a partir de su Trabajo Fin de Grado o de los proyectos finales de último año de grado. Con todo ello se ha pretendido que al estudiante le sea útil esta propuesta de visibilización de cara a su futuro laboral inminente tras finalizar sus estudios de grado.

## **2. OBJETIVOS**

Para culminar el plan de estudios del Grado en Bellas Artes en la Universidad de Salamanca, el estudiante se enfrenta a un reto final como es su Trabajo Fin de Grado (TFG) con el que afronta su salida inminente al mundo profesional que le espera tras superar estos estudios.

La asignatura que comprende el “Trabajo Fin de Grado” en el actual plan de Estudios de Grado en Bellas Artes tiene una carga docente de 18 créditos ECTS, y es requisito imprescindible para todo estudiante que haya superado el resto de asignaturas del plan de estudios durante los 4 cursos que componen el Grado en Bellas Artes. Por tanto, el seguimiento, acompañamiento y orientación de dichos estudiantes durante el desarrollo y evolución de estos trabajos por parte de los profesores, como tutores responsables de dichos TFG, supone una parte irrenunciable de nuestro mandato docente. De igual forma, las asignaturas obligatorias de cuarto curso de Grado en Bellas Artes, “Idea, Concepto y Proceso en la Creación Artística III”, “Metodología del Proyecto II” y “Lenguajes y Técnicas en la Producción Artística III”, además de las asignaturas optativas de Diseño Gráfico, se encuentran también directamente relacionadas con la generación de proyectos artísticos y metodologías de producción creativa de carácter profesional.

No hemos pretendido con este proyecto de innovación docente que el Trabajo Fin de Grado y las asignaturas de 4º curso mencionadas se conviertan en un proyecto final al uso (circunscrito únicamente a la tutela y el desarrollo exclusivo dentro del aula). Nuestro objetivo principal ha contemplado que, al tratarse de proyectos finales de un ciclo de formación universitario en enseñanzas artísticas, tanto el trabajo del TFG como el de las asignaturas de proyectos de 4º curso, constituyan un primer paso para la adquisición de competencias profesionales en el siempre difícil mundo laboral que espera a nuestros estudiantes una vez terminado el último curso académico al que pertenecen.

Por todo ello, se pretende que el estudiante adquiera una metodología de trabajo adecuada, no sólo durante el desarrollo y producción de su proyecto final en forma de Trabajo de Fin de Grado y en los proyectos finales de asignaturas de 4º, sino que este desarrollo le sirva a su vez como plataforma promocional para visibilizar el grado de maestría adquirida y su competencia profesional a través de las plataformas *online* y redes sociales.

Para ello, los objetivos generales que hemos perseguido con este proyecto de investigación han sido los siguientes:

1. Adquisición de una competencia comunicativa y visual adecuada a través de plataformas *online* para dar visibilidad a su propio trabajo de creación en el proyecto final del estudiante a lo largo de su último año en el grado en Bellas Artes.
2. Aprendizaje (a través de distintos ejemplos significativos) de las diferentes formas de elaboración de un perfil profesional en las redes sociales, sobre todo Facebook e Instagram, por ser actualmente para el estudiante de Bellas Artes la mejor forma para dar visibilidad y difusión a su trabajo de creación.
3. Adquisición de habilidades por parte del estudiante para la elaboración de un portfolio o book profesional dinámico, coherente y ordenado que esté relacionado con su Trabajo Fin de Grado y sus proyectos finales, y que le sea útil de cara a su futuro laboral próximo tras finalizar sus estudios de grado.
4. Analizar y comparar las distintas estrategias de presentación visual de los perfiles profesionales y artísticos y de los proyectos en el marco de las Bellas Artes.
5. Que el estudiante sepa identificar su propia metodología de trabajo en la visualización y difusión del TFG y del resto de sus proyectos finales para conseguir una mejor penetración en el mercado laboral una vez salga de la Facultad de Bellas Artes.
6. Elaboración de un plan de trabajo estratégicamente diseñado para conseguir una presentación innovadora, coherente y eficaz en redes y plataformas *online* tanto del perfil profesional del alumno/a como de su producción creativa reciente (o de su trabajo de investigación teórico).
7. Generar las sinergias adecuadas con cuantas instituciones y empresas culturales se consideren necesarias para que los TFG y los proyectos finales de los estudiantes puedan ser presentados en sociedad, tanto en Centros de Arte y ámbitos profesionales de creación o investigación, como en entornos virtuales en los que dichas instituciones y/o empresas estén directamente implicadas.

Además de los objetivos generales relacionados con la adquisición de competencias relacionadas con el desarrollo profesional del estudiante a través de su TFG y las asignaturas de proyectos de cuarto curso de Grado en Bellas Artes, hemos identificado otros objetivos transversales que también han redundado en el mejor funcionamiento de un trabajo coordinado entre los profesores implicados en el proyecto:

- a) Creación de sinergias e intercambio entre los profesores pertenecientes a distintas áreas de conocimiento a fin de enriquecer el trabajo en equipo para la tutela y seguimiento de los TFG y los proyectos de los estudiantes, aunque la tutela de cada estudiante concreto se ejerza de manera individual y personalizada.
- b) Coordinación entre los tutores de TFG y de proyectos finales en otras asignaturas de 4º curso para que el cumplimiento de los objetivos no se circunscriba solamente a áreas de conocimiento aisladas dentro de una misma titulación de grado en Bellas Artes, como si de compartimentos estancos se tratase.
- c) Compartir metodologías de desarrollo y visualización a través de las redes sociales desde distintas perspectivas de especialización a la que pertenezcan cada uno de los docentes de tal manera que el proceso de tutela del TFG pueda

entenderse como una propuesta colaborativa en forma de vasos comunicantes entre disciplinas, ámbitos de trabajo y perfiles profesionales distintos.

- d) Consolidar y mejorar el trabajo de coordinación del equipo docente implicado en este proyecto.
- e) Generar una guía de recursos que pueda ser compartida con otros profesores cuya docencia esté adscrita al Grado en Bellas Artes y que en el futuro también se encuentren implicados en la tarea docente de tutela y seguimiento de los TFG y los proyectos finales de los estudiantes.

### 3. PLAN DE TRABAJO

La labor de coordinación del proyecto entre los docentes implicados en el mismo se acometió durante el pasado curso académico 2018-19 en forma de reuniones periódicas quincenales, y muy especialmente al comienzo, en su fase de planificación (enero de 2019), para establecer las estrategias metodológicas en el aprendizaje y emprendimiento del estudiante que se ha intentado promover.

De igual forma, la fase operativa se ha prolongado durante todo el periodo de ejecución y seguimiento del TFG y de los proyectos finales de los estudiantes para coordinar a todos los docentes implicados en este proyecto de innovación, así como para compartir de forma diacrónica los tiempos y fases en los que se ha dividido el proceso de maduración y ejecución del trabajo del estudiante, así como su estrategia comunicativa final en redes. De este modo, el estudiante ha procedido adecuadamente a la presentación digital, difusión *online* y promoción en redes de los resultados finales surgidos durante el periodo de tutela y elaboración del TFG y del resto de proyectos artísticos en asignaturas de 4º curso.

Las fases por las que ha atravesado este proyecto de innovación docente han sido las siguientes:

- Primera fase. Fase de recopilación colectiva de la literatura científica y de las experiencias precedentes en planes de trabajo con características similares, siempre en el ámbito de la creación artística, que han inspirado y mejorado las propuestas que cada miembro del equipo ha podido aportar en una segunda fase.
- Segunda fase. Reuniones del equipo de innovación docente para poner en común las distintas estrategias de promoción y difusión del trabajo de los estudiantes a través de plataformas *online* y redes sociales (Instagram y Facebook fundamentalmente).
- Tercera fase. Periodo de entrenamiento a través de varios seminarios prácticos de especialización y visibilización, llevadas a cabo en forma de jornadas y charlas formativas de expertos en materia de comunicación digital. De esta forma, el equipo docente y los estudiantes implicados han sido capaces de conocer y manejar de primera mano las distintas metodologías de trabajo en plataformas digitales y redes sociales para presentar y difundir los resultados de los Trabajos de Fin de Grado o de los proyectos finales tutelados.
- Cuarta fase. Presentación colectiva a los estudiantes tutelados de la planificación y la estrategia metodológica que se pretende implementar para dar la máxima difusión y promoción a su trabajo de Fin de Grado y el resto de sus proyectos

finales en redes sociales y plataformas *online*, acordes a los objetivos arriba mencionados de cara a una mejor inserción en el mercado laboral.

- Quinta fase. Fase operativa donde los estudiantes comenzaron a subir a las plataformas y las redes sociales los resultados y contenidos elaborados durante el periodo de ejecución de su Trabajo Fin de Grado y sus proyectos, fundamentalmente durante el segundo cuatrimestre del curso 2018-19.
- Sexta fase. Análisis de los resultados obtenidos y discusión colectiva de los mismos con el equipo docente para detectar a tiempo los problemas y acometer las posibles soluciones antes del final de curso y de la presentación del propio TFG y de los proyectos finales de asignaturas de 4º curso.
- Séptima fase. Finalización del proyecto y evaluación del mismo casi en el mismo periodo de conclusión de la elaboración y evaluación del propio TFG y proyectos artísticos de las asignaturas de 4º curso (2º cuatrimestre).
- Octava fase. Elaboración de la memoria final de los resultados del proyecto ejecutado.

La primera y segunda fase fueron casi consecutivas y se resolvieron en las tres primeras semanas de inicio del segundo cuatrimestre, e incluso antes de la propia asignación de los tutores a los TFG correspondientes de los estudiantes. Dichas fases tuvieron lugar entre mediados de enero y principios de febrero de 2019.

La tercera y cuarta fase se acometieron durante los meses de febrero y marzo de 2019.

La quinta fase se acometió entre los meses de abril y mayo de 2019.

La sexta fase, casi consecutiva respecto a la quinta, permitió detectar en tiempo real los problemas surgidos con la implementación del proyecto, abordando así las posibles soluciones a dichos problemas (abril-mayo de 2019).

La séptima fase de evaluación, discusión de resultados y conclusiones del proyecto se acometió a lo largo del mes de junio de 2019.

La octava y última fase, consistente en la elaboración de la memoria final de los resultados obtenidos y un paper académico sobre la experiencia del proyecto, se desarrolló durante la segunda quincena de junio de 2019.

#### **4. ACCIONES CONCRETAS DURANTE EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN**

Tal y como contemplaba el plan de trabajo del proyecto diseñado en las primeras reuniones del equipo docente, se llevaron a cabo una serie de acciones a lo largo de las distintas fases que permitieron evolucionar a nuestros alumnos en el desarrollo de sus perfiles profesionales en redes y acometer un plan estratégico para dar visibilidad a sus proyectos artísticos realizados para el TFG y otros trabajos finales de ciertas asignaturas de 4º curso que a su vez contemplaban y complementaban la elaboración de proyectos con vocación profesional.

Para ello, se realizó una búsqueda de expertos en comunicación *online* y directivos de agencias de comunicación y marketing con el fin de conocer las estrategias más adecuadas para diseñar perfiles profesionales, construir una marca personal en redes y dar visibilidad a los proyectos creativos en esas redes sociales (esencialmente Facebook e Instagram).

Tras esa búsqueda y su idoneidad en materia de producción artística, se invitó a dos de estos profesionales a participar en unas jornadas de formación e intercambio de experiencias destinadas tanto a estudiantes como a profesores para poder diseñar y desarrollar después, en una segunda fase, lo que se denomina “la marca personal”, es decir, la construcción de perfiles creativos profesionales y la producción de proyectos destinados a tener la mayor visibilidad posible en estas redes sociales. En concreto, los dos profesionales invitados fueron Jesús Herrero (director de *Take Away Agency*) y Álex Sánchez (Creador y blogger de “Tiempo de Publicidad” y Head of Social Media y Digital Copywriter en la agencia *McCANN*)

El encuentro con estos expertos se denominó “Jornadas de visibilización profesional de proyectos artísticos en redes sociales y plataformas online”. Se celebró en dos sesiones el 18 de marzo de 2019 en el aula B.2. de Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Salamanca.

En su intervención, Jesús Herrero trató de la problemática en torno al aprendizaje a la hora de construir una “marca personal” eficaz, diseñando el perfil más adecuado, conociendo al público objetivo a quien van dirigidos los proyectos artísticos de los estudiantes, y analizando dónde, cómo y con quién conectar a partir de ejemplos prácticos de autores consolidados y que han triunfado en ese proceso de visibilización de su trabajo creativo.

Por su parte, Álex Sánchez abordó los retos profesionales que se le plantean al estudiante al acabar su carrera de Bellas Artes, en concreto, lo que la comunidad profesional debería saber del estudiante, lo que el propio estudiante debería saber del sector profesional en el que se enmarca su trabajo, así como las estrategias más adecuadas para insertar y difundir adecuadamente en dicho sector los proyectos que el estudiante genera en su TFG y sus proyectos finales.

Tras la celebración de las jornadas, se administró en semanas posteriores una encuesta suficientemente representativa entre los estudiantes asistentes. Esta encuesta fue diseñada con la herramienta digital *Mentimeter* (una aplicación ya testada en otro proyecto de innovación docente anterior). El objetivo de la encuesta intentaba conocer el grado de satisfacción alcanzado por los estudiantes durante dichas jornadas y el grado de implementación de las recomendaciones de los profesionales del sector vertidas en las mismas a la hora de que los estudiantes diseñasen sus propios perfiles profesionales y diesen visibilidad a sus proyectos. El resultado de dichas encuestas, respondidas mediante una app sencilla (*menti.com*), a la que se accedía desde los propios teléfonos móviles de los estudiantes, resultó satisfactoria y muy orientativa. Entre las preguntas realizadas, se les planteó si tenían ya diseñado un perfil “profesional” para visibilizar sus proyectos artísticos en redes y *online*, a lo que prácticamente la totalidad de los estudiantes contestó que sí. Otra pregunta intentaba indagar sobre el grado de utilidad de esas jornadas de formación e intercambio y si estas les sirvieron para replantearse las estrategias de visibilización de sus proyectos artísticos en redes, a lo que más de la mitad de estudiantes respondió que “bastante” en una escala de Likert. Otra pregunta versaba sobre el grado de satisfacción de actividades como esta realizadas en la facultad, a lo que mayoritariamente los estudiantes contestaron que sí que resultaron satisfactorias para sus intereses personales. Por último, se formuló una pregunta abierta proponiendo a los alumnos encuestados que realizasen sugerencias de mejora para esta y otro tipo de actividades

de formación similares. Mayoritariamente contestaron con sugerencias relacionadas con las salidas profesionales de su carrera, interesados sobre todo en campos relacionados con sus disciplinas concretas (dibujo, pintura, diseño, ilustración, animación, etc.) y en algún otro caso también consideraron pertinente una mayor y mejor orientación sobre otro tipo de estudios especializados y másteres profesionalizantes tras la finalización de sus estudios de grado.

En una tercera fase, cuando el trabajo de Fin de Grado de la mayoría de los estudiantes estaba ya lo suficientemente avanzado, se buscó la implicación de los mismos a la hora de subir las imágenes de sus proyectos a las redes sociales. Se trató concretamente de que el estudiante encontrase el modo más eficaz de subir esos contenidos visuales en función de su tipo de proyecto artístico, el diseño más profesional de su perfil personal, así como la incorporación de los hashtags más adecuados que hiciesen alusión, no sólo al trabajo personal del estudiante, sino también a la institución en la que estos trabajos habían sido realizados y tutelados (en este caso, la Facultad de Bellas Artes de la USAL).

En una última fase se elaboró el rediseño de la web de la facultad por parte de profesores de las asignaturas de diseño (con la colaboración de estudiantes de esas asignaturas) y con la incorporación de una galería de arte a esa web, en la que se diesen a conocer los trabajos concretos de los alumnos de último curso (TFG y proyectos finales de asignaturas de 4º), buscando para ello una sinergia entre lo publicado en el perfil profesional del estudiante en Facebook e Instagram y lo que se mostraba a través de la página web de la facultad y los canales institucionales en redes, como el perfil de Facebook e Instagram de la propia facultad de Bellas Artes.

Una vez terminada esa fase, se realizó una reunión final en la que se dieron cuenta de los resultados obtenidos tanto por parte de los estudiantes como la experiencia acumulada entre los profesores tutores. Se establecieron unas conclusiones finales del proyecto y unas sugerencias de mejora.

## **5. MEJORAS DETECTADAS TRAS EL DESARROLLO DEL PROYECTO DE INNOVACIÓN**

Para el estudiante de grado de la Facultad de Bellas Artes ha sido determinante, no sólo el aprendizaje de las prácticas artísticas en el ámbito de la creación contemporánea (un proceso desarrollado a lo largo de sus cuatro años de grado), sino también el conocimiento y el uso de algunas de las metodologías que las tecnologías y plataformas digitales han ido proporcionando en los actuales contextos comunicativos y sociales para promocionarse profesionalmente y dar visibilidad en las redes a su trabajo de creación artística.

Por tanto, de cara a la búsqueda de salidas profesionales del estudiante, ha sido crucial el aprovechamiento inteligente de las ventajas que ofrecen esas plataformas digitales y las redes sociales más utilizadas. Estos nuevos contextos virtuales proporcionan oportunidades inmejorables para difundir las propuestas artísticas del estudiante como carta de presentación privilegiada para darse a conocer en el entorno profesional de la creación contemporánea y para facilitar un acercamiento directo a las empresas e instituciones culturales que les ofrecen salidas laborales en su ámbito de especialización tras sus años de formación en la Universidad.

Por tanto, las mejoras obtenidas con este proyecto de innovación están directamente relacionadas, no sólo con la elaboración de un proyecto profesional sólido y coherente en su ámbito de especialización artística concreta con el desarrollo del TFG y proyectos finales de asignaturas de 4º curso, sino sobre todo con la forma de comunicar esos proyectos y darles una visibilidad adecuada a través de las distintas plataformas *online* que los softwares y los dispositivos actuales nos ofrecen.

Las mejoras detectadas en el aprendizaje de los estudiantes se han concretado en los siguientes apartados:

- a) Mejora en el conocimiento y el acceso al mundo profesional y el mercado laboral dentro de su ámbito de especialización.
- b) Mejora de la estrategia comunicativa del estudiante a la hora de identificar la forma más eficiente para presentar sus futuros proyectos de forma profesional.
- c) Mejora en las habilidades de manejo como productores de contenidos audiovisuales a través de las TIC.
- d) Mejora en el conocimiento del ámbito profesional que se produce a través de plataformas *online* y redes sociales.
- e) Mejora en los formatos de presentación de sus proyectos artísticos para hacerlos más atractivos y dinámicos a nivel visual en los entornos multimedia.
- f) Mejora en los planes estratégicos del estudiante para dar a conocer un mejor perfil profesional y ser más eficaces con la penetración de su obra en el tejido laboral y profesional.
- g) Mejora de las estrategias de *networking* del estudiante para ponerse en relación con otros profesionales del sector en el ámbito de la creación artística.

De igual modo, se ha logrado que los estudiantes tutelados conozcan también las estrategias comunicativas y de producción de contenidos multimedia del resto de sus compañeros de último curso de Grado a los que también les ha afectado este proyecto de innovación docente y así establecer sinergias e intercambio de ideas entre los mismos a la hora de presentar de forma profesional su trabajo creativo.

Por último, se ha establecido una relación de estrecha colaboración y aprendizaje de ida y vuelta entre estudiantes y profesorado, de tal modo que las competencias y habilidades de ambos colectivos han servido para actualizar los conocimientos del otro en lo que a estrategias de comunicación *online* se refiere. De igual forma, esa estrategia de colaboración ha servido para generar un sentido identitario y de pertenencia de los estudiantes vinculados a la Facultad de Bellas Artes de la USAL con la propia institución. Para ello, desde la facultad se ha dado a conocer el trabajo de estos estudiantes a través de la página web oficial (remodelada y rediseñada, y con la incorporación de una galería que muestra algunos de los mejores proyectos de TFG, así proyectos finales de los estudiantes en otras asignaturas) y a través de las redes sociales institucionales de la propia facultad (Facebook e Instagram) que han puesto en valor y han dado a conocer el trabajo de profesores y estudiantes desarrollado dentro de la institución. De igual modo, se han actualizado y perfilado estratégicamente los "Hashtag" en esas redes para aumentar la visibilidad de los trabajos y proyectos finales de los estudiantes entre la comunidad artística a quien iban dirigidos.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

Cialdini, Robert (2017). *Pre-suasión. Un método revolucionario para influir y convencer*, Conecta editorial. Penguin Random House

Collado Durán, Eva (2019). *El mundo cambia, ¿y tú? Claves para diseñar tu futuro profesional en plena era digital*, Barcelona: Planeta.

Costa, Núria (2015). *Emprender tu marca personal*, Barcelona: Profit Editorial.

Deckers, Erik; Lacy Kyle (2013). *Branding personal. Cómo usar las redes sociales para promocionarte*, Madrid: Anaya.

Ferrazzi, Keith; Raz, Tahl (2015). *Nunca comas solo. Networking para optimizar tus relaciones personales*, Barcelona: Profit Editorial.

Pérez Ortega, Andrés (2014). *Marca personal. Cómo convertirse en la opción preferente*, Madrid: ESIC Editorial.

Peter, Tom (2005). *50 Claves para Hacer de Usted una Marca. Cincuenta maneras de transformarse, dejando de ser un "empleado" para convertirse en una marca que comunique a gritos distinción, compromiso y pasión*, Barcelona: Ediciones Deusto.