



Agència
per a la Qualitat
del Sistema Universitari
de **Catalunya**

L'ESTUDI D'OCUPADORS: ANÀLISI QUALITATIVA

L'opinió de les empreses sobre els graduats en
Comunicació



El disseny metodològic i el treball de camp de la segona fase han estat responsabilitat del Centre d'Estudis Sociològics sobre la Vida Quotidiana i el Treball del Departament de Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona i AQU Catalunya.

© **Agència per a la Qualitat del Sistema
Universitari de Catalunya**

C. dels Vergós, 36-42
08017 Barcelona

Primera edició: març de 2016

Amb la col·laboració:



Els continguts d'aquesta obra estan subjectes a una llicència de Reconeixement-NoComercial-SenseObresDerivades 3.0 de Creative Commons. Se'n permet la reproducció, la distribució i la comunicació pública sempre que se'n citi l'autor i no se'n faci un ús comercial. La llicència completa es pot consultar a:

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/es/legalcode.ca>



Disponible també en versió electrònica:

[<www.aqu.cat>](http://www.aqu.cat)

SUMARI

1. Introducció	4
2. Resum quantitatiu	7
3. Part qualitativa	10
3.1. Context.....	10
3.2. Què busquen els ocupadors? (competències i característiques personals considerades importants en la contractació dels graduats).....	12
3.3. Valoració de la formació rebuda.....	14
3.4. Competències que es poden millorar en la formació de grau	16
3.5. Dificultats de contractació.....	17
3.6. Formació continuada	18
3.7. Relació amb la universitat.....	19
3.8. Propostes de millora	21
4. Annex metodològic	22

1. INTRODUCCIÓ

Aquest informe és resultat de la fase qualitativa del projecte Ocupadors, dissenyat i dirigit per l'Agència per a la Qualitat del Sistema Universitari de Catalunya (AQU) i que s'ha dut a terme gràcies a la col·laboració de l'Obra Social La Caixa.

S'entén que són «graduats recents» aquelles persones que han obtingut un títol universitari durant els dos anys anteriors a la seva contractació.

En conjunt, el projecte Ocupadors té com a objectiu conèixer la percepció dels ocupadors sobre les competències i la formació de la població graduada recentment que ha estat contractada des de l'any 2010.

En concret, es pretenen identificar els punts forts i febles de les competències adquirides en l'àmbit universitari —car l'experiència professional de la població objecte d'estudi és, en principi, molt

escassa o nul·la—, si bé aquestes competències també són fruit de la seva formació prèvia i del seu procés general de socialització.

El projecte Ocupadors consta de tres fases:



La **primera fase**, de caràcter quantitatiu, s'ha basat en una enquesta en línia, les magnituds principals de la qual es mostren en el quadre 1.

Quadre 1. Població, mostra, percentatge de resposta i error mostral de l'enquesta als ocupadors

	Població	Mostra	Resposta	Error mostral
Empreses privades	16.757	1.325	7,91%	2,6%
Funció pública	66	11	16,7%	27,7%
Ensenyament	2.822	281	10,0%	5,7%
Infermeria	520	112	21,5%	8,4%
Medicina	606	90	14,8%	9,7%

La **segona fase**, de caràcter qualitatiu, s'ha basat en la realització de grups de discussió i entrevistes telefòniques semiestructurades a un conjunt de 12 perfils d'ocupadors, identificats en funció de la branca d'activitat a la qual pertanyien. L'objectiu d'aquesta fase és aprofundir en els resultats genèrics de l'enquesta i obtenir una informació més rica i detallada que permeti desenvolupar i interpretar contextualment les dades quantitatives. Aquesta és la fase en què

cal situar les informacions que es presenten en les pàgines següents. El quadre 2 recull els perfils identificats, les titulacions associades a cada perfil i el nombre de persones que han participat en cada un dels dos mètodes utilitzats.

Quadre 2. Branques d'activitat i titulacions associades als 12 perfils identificats per desenvolupar la fase qualitativa (grups de discussió i entrevistes semiestructurades) del projecte Ocupadors

PERFIL	BRANCA D'ACTIVITAT	AGRUPACIÓ TITULACIONS	Grups de discussió	Entrevistes	Total participants fase qualitativa
1	Institucions financeres, assegurances i activitats immobiliàries	Economia, ADE i Empresarials	4	2	6
2	Indústria	Enginyeries de la Producció	5	3	8
3	Construcció	Arquitectura i Enginyeries Civils	6	3	9
4	Tecnologies de la comunicació	Enginyeries de la Comunicació	9		9
5	Mitjans de comunicació	Comunicació	9		9
6	Serveis jurídics	Dret, Relacions Laborals i Criminologia	7		7
7	Consultories i serveis a les empreses	Economia, ADE i Empresarials	7	3	10
8	Serveis educatius i socials	Psicologia, Pedagogia, Psicopedagogia, Treball Social, Educació Social		7	7
9	Educació infantil i primària	Mestres	6	1	7
10	Educació secundària	Llicenciats/graduats amb CAP/màster en educació	9		9
11	Sanitat-medicina	Medicina	9	1	10
12	Sanitat-infermeria	Infermeria	10		10
Total			81	20	101

La tercera fase, amb la qual es finalitzarà l'estudi, consistirà en la convocatòria d'ajuts de recerca dirigits a la comunitat acadèmica, que hauran de permetre obtenir nou coneixement respecte a l'adequació entre la formació universitària i les demandes del mercat de treball.

L'informe que segueix a continuació correspon al perfil de titulacions en Ciències de la Comunicació (núm. 5 del quadre 2). El quadre 3 mostra la graella tipològica utilitzada. Com es pot comprovar, es va recollir informació tant de representants dels col·legis professionals com de les empreses. Pel que fa a aquestes, s'ha distingit entre microempreses (menys de 10 treballadors), petites empreses (entre 10 i 49 treballadors), mitjanes empreses (entre 50 i 249

treballadors) i grans empreses (de 250 treballadors en amunt). En aquest cas no va ser necessari realitzar cap entrevista telefònica, com també es pot observar en el quadre 3.

Quadre 3. Institucions i empreses (en funció de la seva grandària) de les quals s'ha obtingut informació

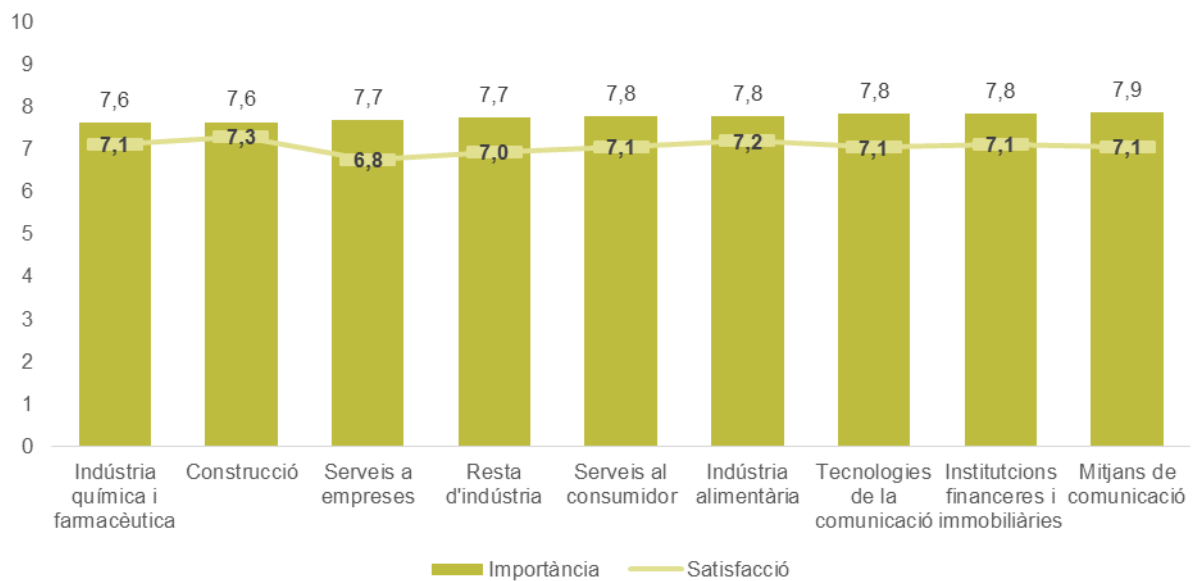
	Nombre de representants en el grup de discussió	Nombre d'entrevistes telefòniques realitzades
Col·legis professionals	1	0
Microempreses	4	0
Petites empreses	1	0
Mitjanes empreses	1	0
Grans empreses	2	0

2. RESUM QUANTITATIU

Quadre 4. Comparativa de les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents segons branca d'activitat

	Importància	Satisfacció
Indústria química i farmacèutica	7,632653061	7,134615385
Construcció	7,647619048	7,310344828
Serveis a empreses	7,68502994	6,766081871
Resta d'indústria	7,745762712	6,952380952
Serveis al consumidor	7,775333333	7,076190476
Indústria alimentària	7,788333333	7,2
Tecnologies de la comunicació	7,839800995	7,057971014
Institucions financeres i immobiliàries	7,841666667	7,131578947
Mitjans de comunicació	7,865248227	7,075471698

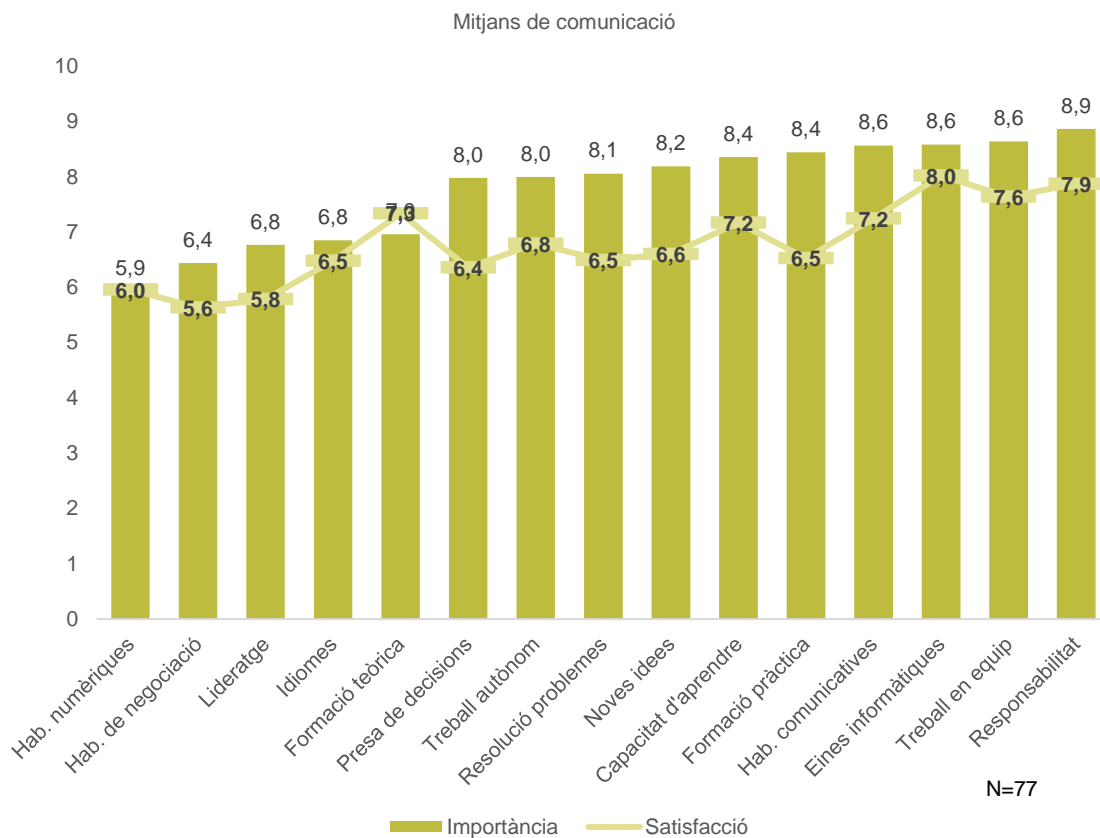
Gràfic 1. Comparativa de les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents segons branca d'activitat



Quadre 5. Comparativa de les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents. Mitjans de comunicació

Mitjans de comunicació	Importància	Satisfacció
Habilitats numèriques	5,923076923	5,960784314
Habilitats de negociació	6,44	5,632653061
Lideratge	6,769230769	5,788461538
Idiomes	6,849056604	6,480769231
Formació teòrica	6,962264151	7,339622642
Preses de decisions	7,981132075	6,358490566
Treball autònom	8	6,788461538
Resolució de problemes	8,056603774	6,490566038
Noves idees	8,188679245	6,603773585
Capacitat d'aprendre	8,358490566	7,169811321
Formació pràctica	8,442307692	6,528301887
Habilitats comunicatives	8,566037736	7,245283019
Eines informàtiques	8,58490566	8,018867925
Treball en equip	8,641509434	7,641509434
Responsabilitat	8,867924528	7,867924528
N	77	

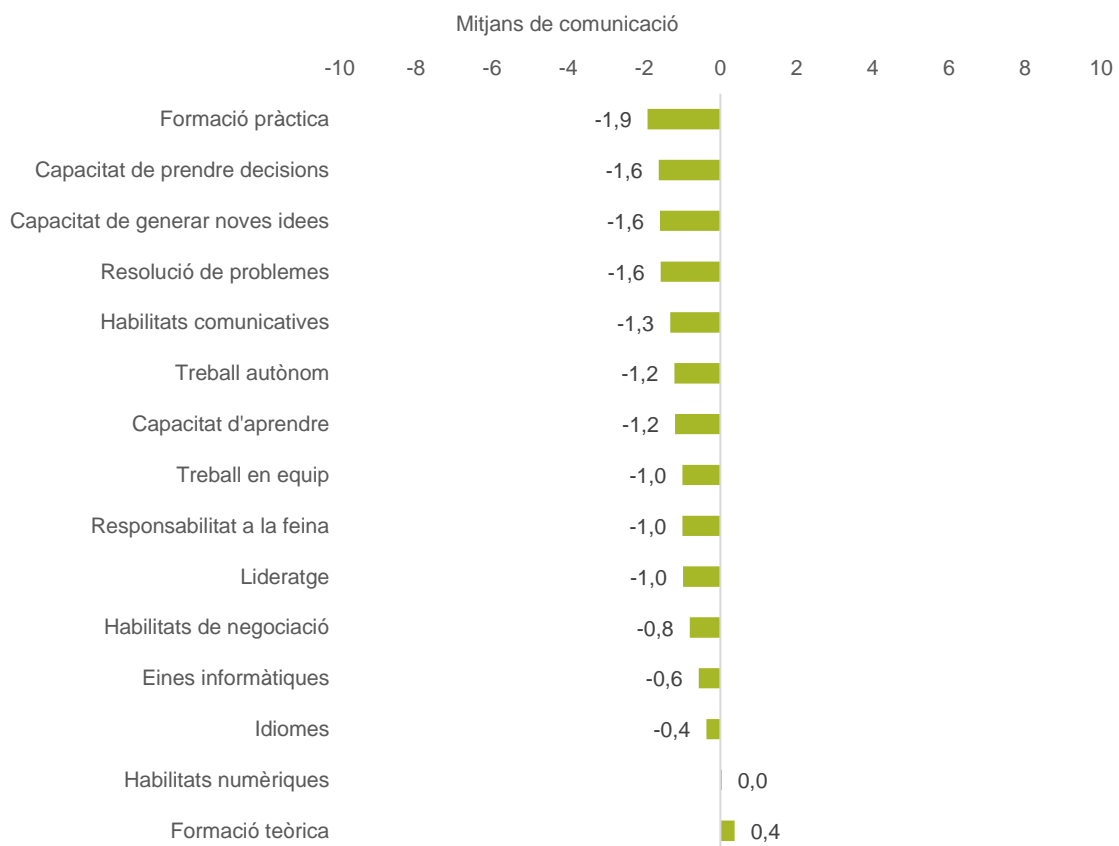
Gràfic 2. Comparativa de les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents. Mitjans de comunicació



Quadre 6. Diferència entre les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents. Mitjans de comunicació

Mitjans de comunicació	Diferència
Formació pràctica	-1,914005806
Capacitat de prendre decisions	-1,622641509
Capacitat de generar noves idees	-1,58490566
Resolució de problemes	-1,566037736
Habilitats comunicatives	-1,320754717
Treball autònom	-1,211538462
Capacitat d'aprendre	-1,188679245
Treball en equip	-1
Responsabilitat a la feina	-1
Lideratge	-0,980769231
Habilitats de negociació	-0,807346939
Eines informàtiques	-0,566037736
Idiomes	-0,368287373
Habilitats numèriques	0,037707391
Formació teòrica	0,377358491

Gràfic 3. Diferència entre les mitjanes d'importància i de satisfacció relatives a les competències dels titulats/des recents. Mitjans de comunicació



3. PART QUALITATIVA

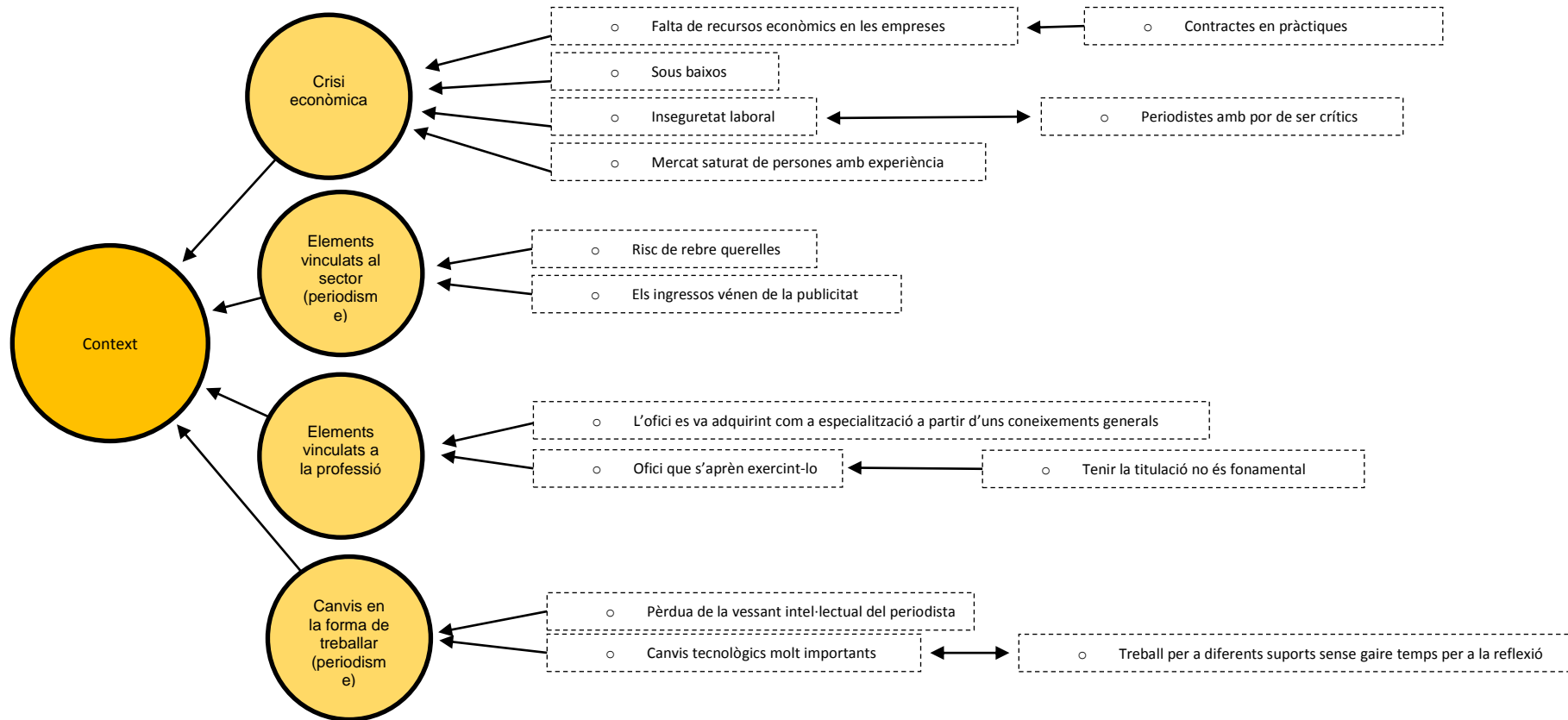
3.1. Context

Resulta interessant comprovar que, en la reflexió sobre el context en què es produeix la inserció i el desenvolupament professional dels graduats en Ciències de la Comunicació, els representants dels col·legis professionals i les empreses fan molta més referència a l'ofici i a les condicions en què es realitzen les tasques professionals que no pas a la formació o les competències dels graduats. Això mostra, en bona mesura, que els factors que influeixen en la inserció dels graduats són més aviat atribuïbles al mercat laboral i a les característiques particulars del sector i no tant a les seves competències o a la formació que han rebut. Aquesta idea impregna tota la discussió i s'anirà repetint al llarg de l'informe.

Quatre són les idees principals que resumeixen aquestes reflexions al voltant del que significa l'ofici (sobretot de periodista, però també dels professionals de la publicitat o de la comunicació audiovisual):

1. La crisi econòmica ha afectat molt fortament el sector, tot i que no ha fet més que accentuar una crisi i una transformació de tots els sectors vinculats a la comunicació que ja venien d'abans. Actualment, les empreses periodístiques en concret, però també totes les dedicades a la comunicació, pateixen una situació de reducció d'ingressos que limita el nombre de contractacions, o que fa que aquestes siguin bàsicament temporals o amb contractes de pràctiques. En el mercat hi ha bons professionals que estan a l'atur, la qual cosa dificulta la inserció de les persones més joves. No obstant això, hi ha iniciatives d'emprenedoria i petites empreses que troben espai per engegar i desenvolupar nova activitat en el sector.
2. Els professionals del sector aprenen l'ofici exercint-lo. És cert que es requereixen uns certs coneixements específics, però en realitat l'especialització es fa una vegada s'està en el mercat laboral i sovint es fonamenta bàsicament en coneixements generals i transversals més que no pas en coneixements específics adquirits en la titulació. És en aquest context que s'afirma que la titulació no és essencial per exercir l'ofici i que segurament un grau comú bàsic podria funcionar perfectament com a base per a una especialització posterior.
3. Quant a l'ofici específic de periodista, cal tenir en compte que les empreses tenen, d'una banda, la constricció de la seva font d'ingressos (les empreses anunciantes), i de l'altra, el risc de rebre demandes judicials per part de persones o institucions. Aquest fet, en combinar-se amb la inseguretat laboral, incideix en la capacitat crítica dels professionals.
4. També en relació amb l'ofici de periodista, s'esmenten els canvis tecnològics, que acaben afectant la forma de treballar i modifiquen el vessant «intel·lectual» de la tasca periodística més tradicional.

FIGURA 1. CONTEXT

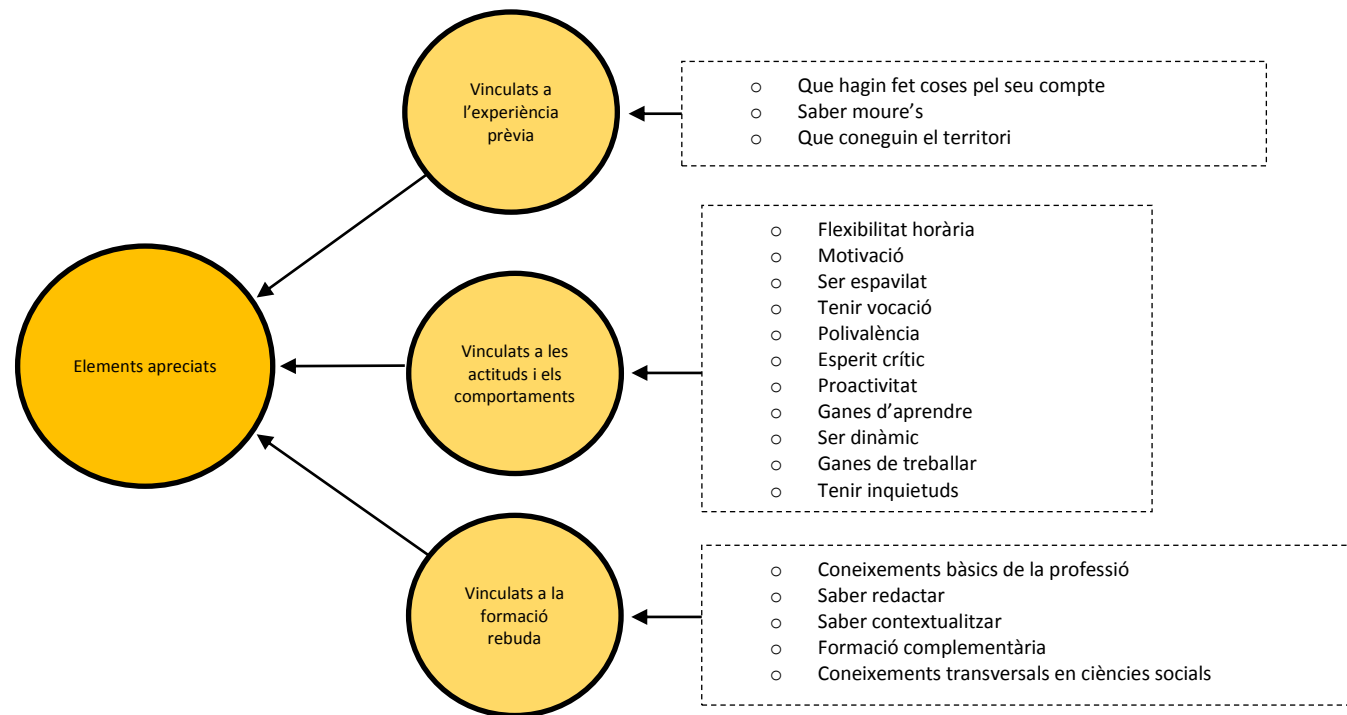


3.2. Què busquen els ocupadors? (competències i característiques personals considerades importants en la contractació dels graduats)

Quan es pregunta als ocupadors pels elements més valorats entre els graduats recents, es menciona un nombre extens de competències i trets personals, que es recullen en la figura 2. Aquests elements es poden agrupar en tres grans blocs: 1) els vinculats a l'experiència prèvia (en general està implícit que es tracta d'experiència laboral o alguna activitat assimilable a aquesta); 2) els vinculats a aspectes de la personalitat i el comportament de les persones, que són els més nombrosos, i 3) els vinculats a la formació rebuda.

Com es pot comprovar en la mateixa figura 2, els elements vinculats a la formació rebuda tenen un caràcter bàsic i molt transversal. Només es mencionen com a valorats alguns coneixements específics de caràcter fonamental, com tenir una bona dicció, saber redactar, saber editar o saber gravar. La resta d'elements apreciats tenen més a veure amb l'experiència prèvia i, sobretot, amb les competències cognitives i socials que amb els coneixements directament apresos en el grau. Aquesta importància de les competències cognitives i socials encaixa amb les informacions que es presenten en els gràfics 2 i 3 del resum quantitatiu; de fet, fins i tot se n'accentua la importància en la valoració qualitativa, enfront d'algunes de les competències recollides en els gràfics 2 i 3, que tenen un caràcter més instrumental. Aquest èmfasi en les competències cognitives i socials es deu possiblement a la insistència, durant tota la discussió, que l'ofici s'aprèn amb els anys i l'experiència, i que, per tant, es pot pensar que fins i tot els coneixements instrumentals (per exemple, els vinculats a les eines informàtiques) es poden aprendre treballant. En canvi, les inquietuds, la motivació, les ganes de treballar o les ganes d'aprendre (entre moltes altres competències vinculades a les actituds i els comportaments que es recullen en la figura 2) «es tenen o no es tenen», i de fet es mencionen molt poc quan es pregunta per les competències en què la formació de grau hauria de fer més incidència (vegeu la figura 4). D'altra banda, resulta interessant llegir conjuntament les figures 2 i 3, ja que en la figura 3 apareixen punts febles de la formació que encaixen força amb el que apareix en el resum quantitatiu.

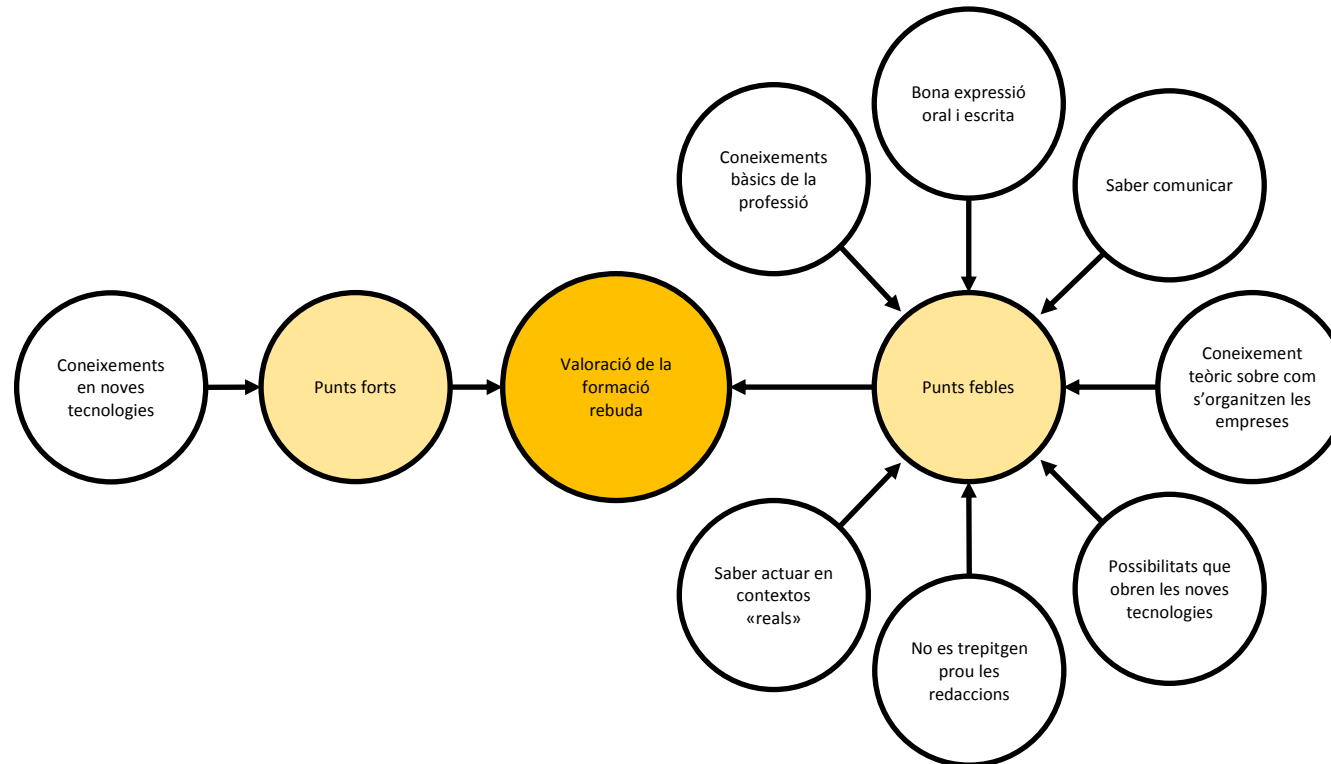
FIGURA 2. QUÈ BUSQUEN ELS OCUPADORS?



3.3. Valoració de la formació rebuda

Si en la gràfica anterior es mencionaven els coneixements i les característiques personals que es valoren com a positives durant el procés de selecció d'un graduat recent, en la figura 3 es presenta la valoració d'aquelles competències que es considera que s'haurien d'adquirir durant els estudis. Per tant, s'estan valorant els punts forts i febles que té la formació de grau. Entre els punts forts s'esmenten únicament els coneixements en noves tecnologies. En canvi, entre els punts febles es mencionen tant competències bàsiques de l'ofici —saber comunicar o tenir una bona expressió oral i escrita— com aspectes molt vinculats a coneixements pràctics i aplicats. Dins aquest segon bloc, durant la discussió es fa referència contínuament a les empreses, al sector, al «món real»... per posar de manifest que la formació a les facultats està massa allunyada del que passa dins les redaccions, o més en general dins les empreses. Fins i tot un aspecte molt ben valorat com és el coneixement en noves tecnologies té el seu «però» quan s'afirma que no es coneixen prou les possibilitats que obren aquestes tecnologies com a plataformes de producció, edició i comunicació de continguts periodístics. Aquesta valoració segons la qual la formació de grau és massa poc pràctica i està allunyada de l'activitat real que exerceixen els graduats en Ciències de la Comunicació encaixa amb la informació que s'ofereix en el resum quantitatiu de l'informe. En el gràfic 3 d'aquest resum quantitatiu es pot observar que les diferències més importants entre satisfacció i importància fan referència precisament a competències de caràcter pràctic i aplicat. Tot plegat es pot resumir dient que el que es demana en el grup de discussió és que les facultats proporcionin les competències i els coneixements necessaris perquè els graduats facin una transició ràpida al món laboral, de manera que puguin moure's professionalment en el menor temps possible. Amb tot, la figura 3 no s'ha d'entendre com una valoració global negativa de la formació que reben els graduats. De les intervencions dels participants es pot deduir que aspectes importants mencionats en l'apartat 3.2, com els coneixements bàsics de la professió, són suficients, malgrat no constituir punts forts de la formació (però tampoc febles).

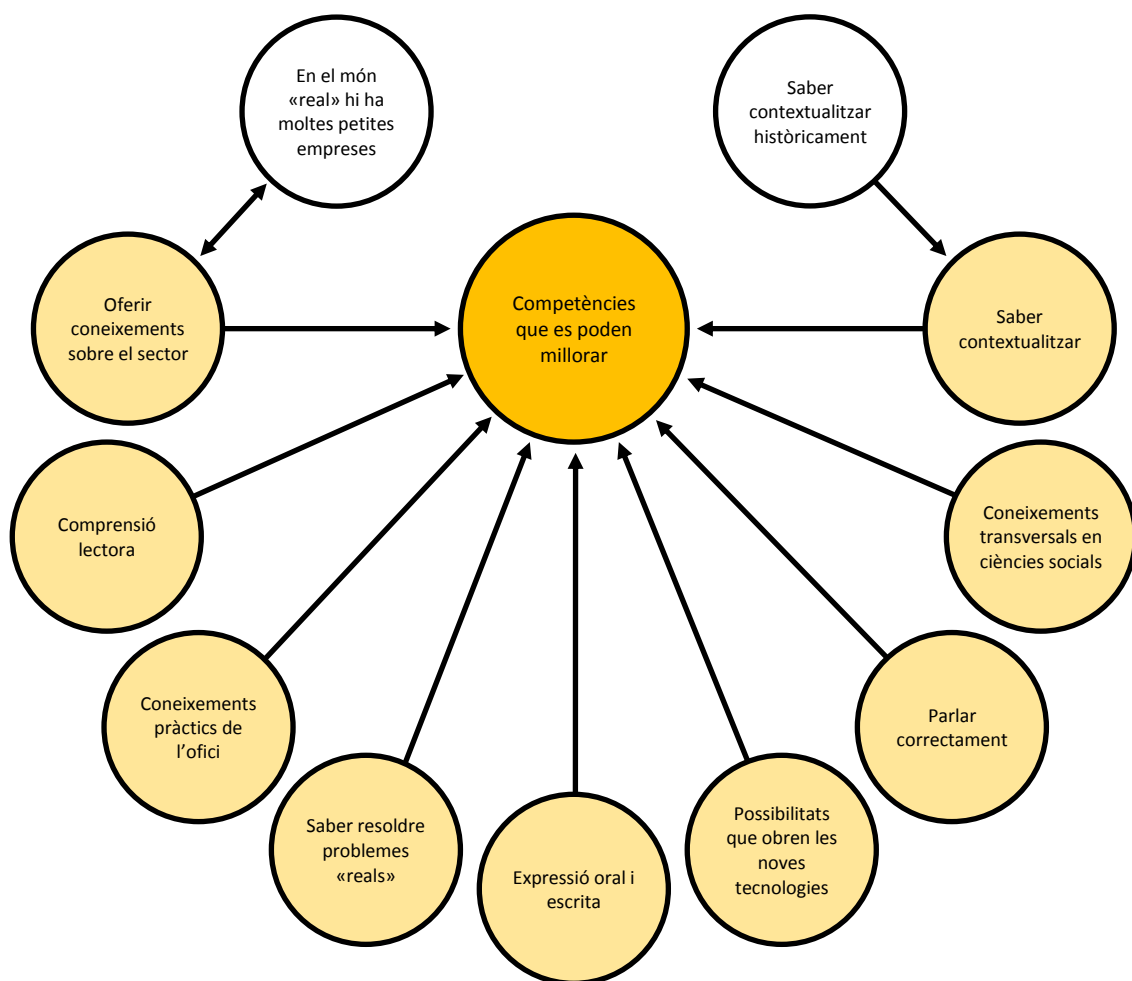
FIGURA 3. VALORACIÓ DE LA FORMACIÓ REBUDA



3.4. Competències que es poden millorar en la formació de grau

La figura 4 mostra que els participants en l'estudi qualitatiu demanen que la formació de grau incideixi tant en competències bàsiques per a l'ofici, com la comprensió lectora o l'expressió oral o escrita, com en aquells aspectes vinculats a coneixements pràctics i aplicats. Aquesta informació és coherent amb els punts forts i febles destacats en la gràfica anterior, tot i que això no té perquè implicar una correspondència absoluta, car els contextos discursius en què s'expressa cada tipus de valoració o demanda són diferents. Paga la pena destacar el suggeriment que les facultats ofereixin informació sobre l'organització professional del sector, de manera que es posi de manifest que, a banda de les grans empreses de comunicació o publicitat, hi ha un gran nombre de petites empreses. S'afirma que a les facultats es pensa massa sovint en les grans empreses, i fins i tot s'orienta l'alumne cap a aquestes, quan no seran la destinació professional d'una gran proporció dels graduats una vegada acabats els estudis.

FIGURA 4. COMPETÈNCIES QUE ES PODEN MILLORAR EN LA FORMACIÓ DE GRAU



3.5. Dificultats de contractació

Els ocupadors que han participat en el grup de discussió no expressen tenir dificultats per a la contractació de graduats. Més aviat destaquen que en el mercat hi ha més oferta de titulats que demanda, en part a causa de l'elevat nombre de professionals amb experiència que busquen feina. Pel que fa als canals de contractació, se'n mencionen dos de principals: les recomanacions proporcionades pels contactes i les xarxes professionals dels ocupadors i els contactes obtinguts mitjançant les pràctiques professionals que realitzen els alumnes de grau. En qualsevol cas, ja s'ha mencionat en l'apartat 3.1 que en el context actual les contractacions són molt escasses, i moltes vegades són únicament de caràcter temporal.

FIGURA 5. DIFICULTATS DE CONTRACTACIÓ

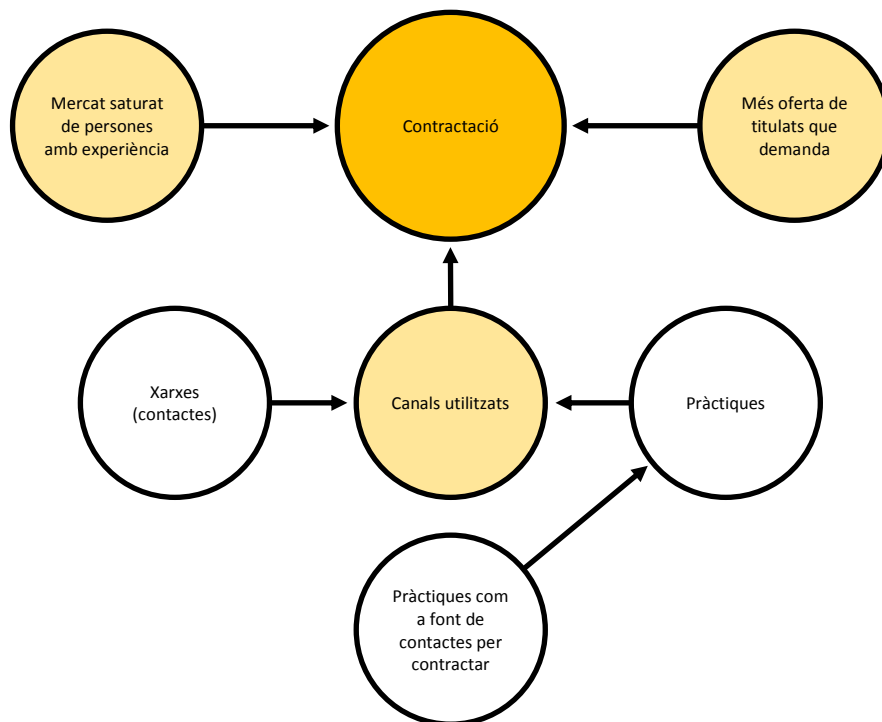
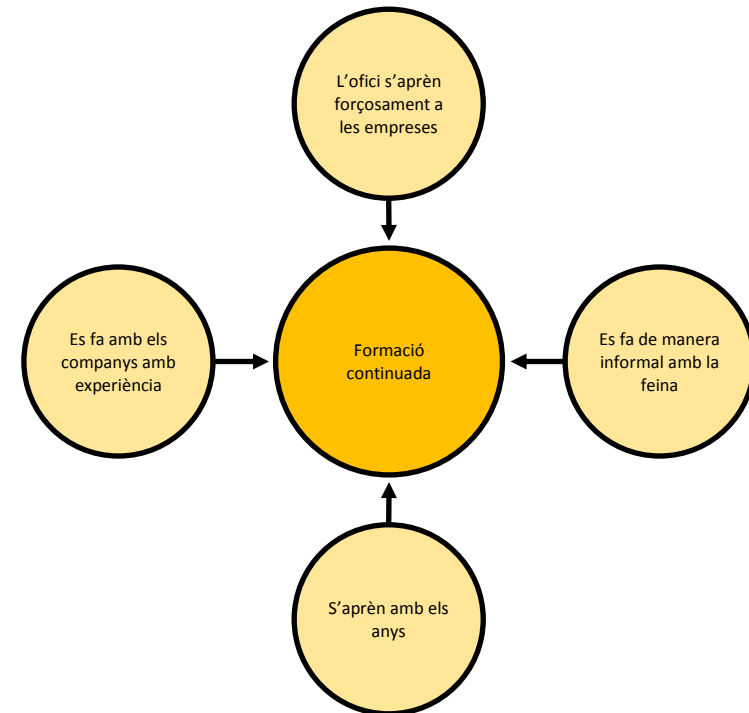


FIGURA 6. FORMACIÓ CONTINUADA

3.6. Formació continuada

És molt interessant comprovar que quan els ocupadors fan referència a la formació continuada únicament apareix la dimensió no formal de la formació. Les idees que sorgeixen són que els graduats en Ciències de la Comunicació van aprenent amb els anys, a força d'experiència i en el si de les empreses. Es dedueix que són els mateixos professionals els qui actualitzen els coneixements pel seu compte, sense que les empreses organitzin cap mena de formació formal.

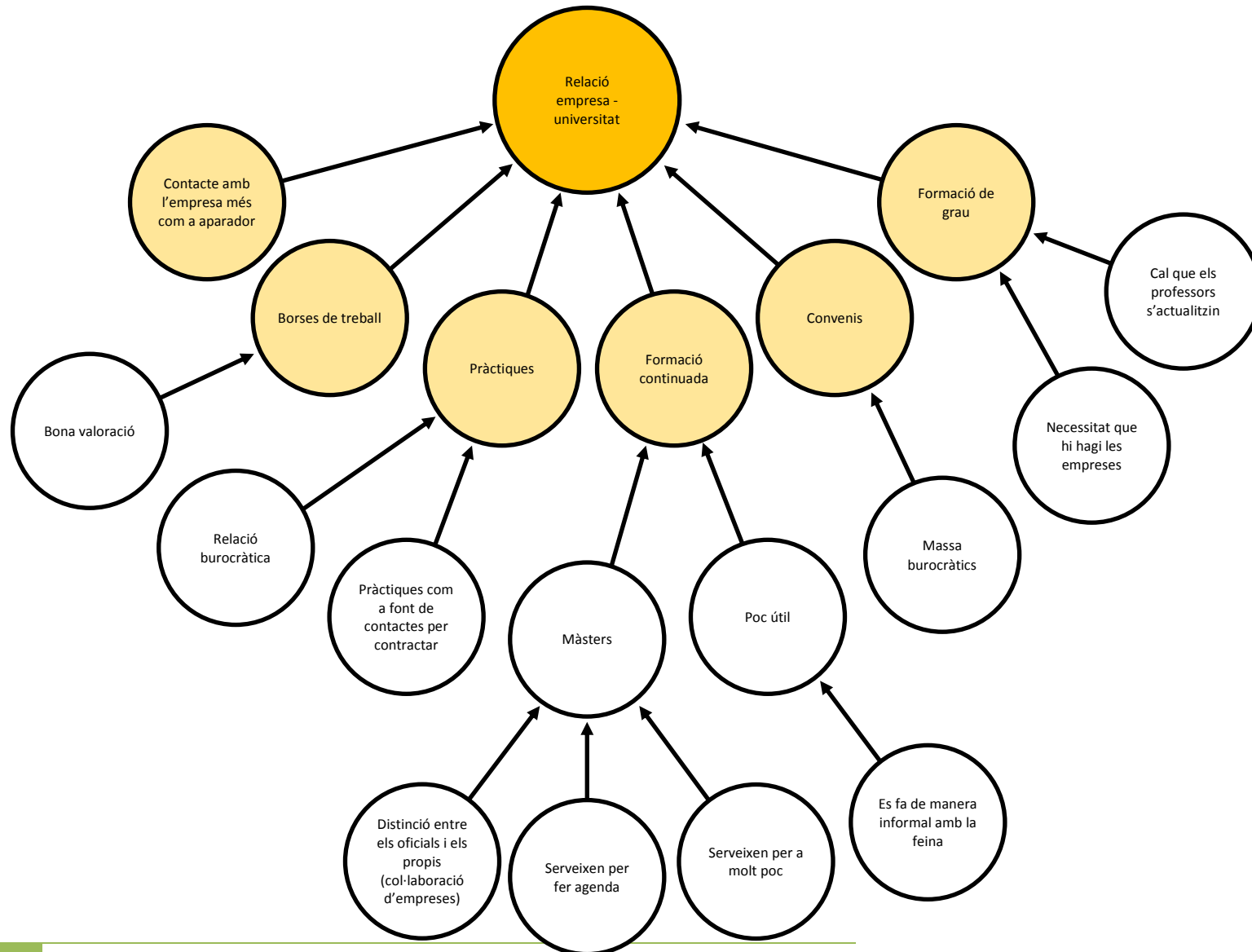
El discurs al voltant de la formació continuada i la formació a l'empresa torna a remetre a la idea que ser professional de la comunicació, i especialment periodista, constitueix un ofici que es basa més en un conjunt de capacitats personals i coneixements transversals que no pas en coneixements tècnics i especialitzats. Per tant, l'ofici s'aprèn exercint-lo, amb els anys, i no pas a través de formacions addicionals de caràcter formal.



3.7. Relació amb la universitat

Els participants en el grup de discussió tenen una posició força crítica pel que fa a la relació entre empreses i universitat. S'afirma que quan les universitats busquen el contacte amb les empreses ho fan més com a aparador de cara a l'alumnat que no pas com a resultat d'un interès real perquè les empreses s'impliquin en la formació dels graduats. De manera coherent amb el que s'ha assenyalat fins ara en els apartats anteriors, es considera que un professional de la comunicació es forma sobretot amb la pràctica i l'experiència, i que aquesta pràctica només serà «real» si les empreses s'involucren molt més en la formació dels graduats. A més, es creu que el professorat de les universitats no sempre està actualitzat i que el que s'ensenyava en els programes de grau no coincideix amb el que realment es fa a les empreses. D'aquesta valoració negativa tampoc no se'n salven la formació continuada que s'ofereix a les universitats o els convenis de col·laboració o de formació que alguns dels participants han acordat amb les universitats. Respecte a la formació continuada, i pensant específicament en els màsters de caràcter professionalitzador, se'n critica la poca utilitat real; serveixen, en tot cas, perquè l'alumnat pugui fer una bona agenda de contactes. És cert que aquells màsters en què les empreses participen activament es consideren més útils; de fet, els màsters propis (no oficials) es consideren més útils, ja que s'equiparen amb màsters amb participació de les empreses. Pel que fa als convenis, se'n critica la burocratització i la lentitud. També es destaca aquesta burocratització quan es mencionen les pràctiques: es troba a faltar més diàleg entre els responsables de pràctiques de les universitats i les empreses, cosa que convertiria les pràctiques en més profitoses per a l'alumnat i més útils per a les empreses. Amb tot, moltes empreses contracten antics alumnes de pràctiques, ja que afirmen que és una bona forma de conèixer les competències dels graduats —les cognitives i socials, que són les realment rellevants, tal com ja s'ha indicat. També cal destacar la bona valoració que fan les empreses de les borses de treball de les universitats. Aquesta és clarament la via de contacte amb les universitats que més s'aprecia: es considera molt positiva la possibilitat de triar i remenar entre els currículums de les borses de treball, una possibilitat que també es reclama en relació amb les pràctiques.

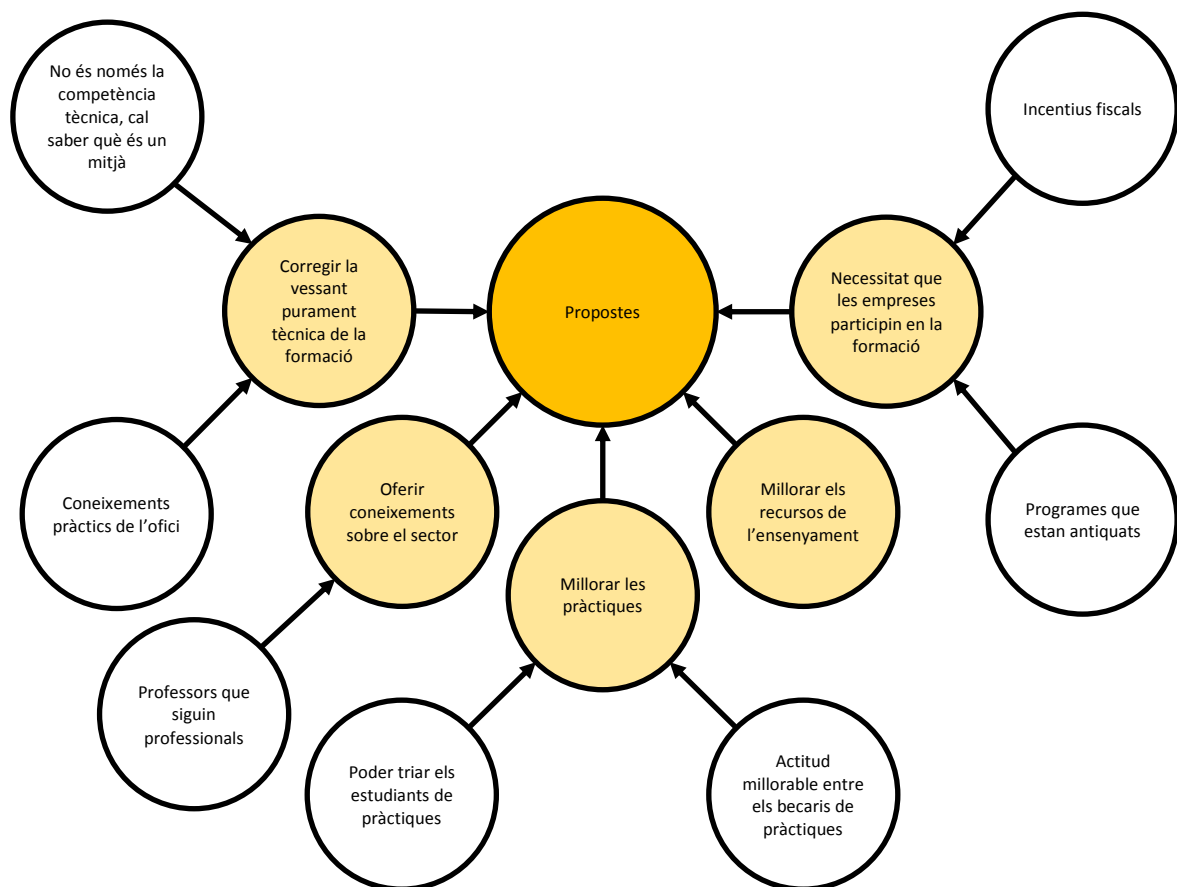
FIGURA 7. RELACIÓ AMB LA UNIVERSITAT



3.8. Propostes de millora

Les propostes de millora que fan els ocupadors es refereixen principalment a la formació que s'ofereix a la universitat, no tant per corregir-ne els continguts com per apropar-los més als contextos on finalment es posaran en pràctica. Així, s'afirma que calen més coneixements pràctics de l'ofici, no entesos com a oposats als coneixements teòrics, sinó com a més directament aplicables al món professional. De fet, s'assenyala que els estudis posen sovint massa èmfasi en el coneixement tècnic, deixant de banda tota la informació contextual (sobre el sector i les empreses), que ajudaria a entendre millor l'entorn professional on s'hauran d'aplicar els coneixements adquirits en el grau. També s'afirma que seria bo que hi hagués més professionals entre el professorat. En aquesta mateixa línia, quan es parla de la possible reforma dels plans d'estudi, es declara que l'important no és la durada dels estudis, sinó la possibilitat d'aprendre «amb» les empreses. És per això que es proposa millorar l'organització de les pràctiques —actualment, els estudiants de pràctiques van a les empreses per «fer les pràctiques», no per aprendre l'ofici— o, per exemple, oferir incentius fiscals a les empreses que col·laborin formant els graduats.

FIGURA 8. PROPOSTES DE MILLORA



4. ANNEX METODOLÒGIC

Disseny metodològic i treball de camp	Centre d'Estudis Sociològics sobre la Vida Quotidiana i el Treball del Departament de Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona i AQU Catalunya
Període del treball de camp	De l'1 de juny al 14 de juliol i de l'1 de setembre al 5 d'octubre de 2015
Mètodes d'obtenció de la informació	Grups de discussió Entrevistes telefòniques semiestructurades
Mètode d'anàlisi de la informació	Anàlisi de continguts, desenvolupada amb el programa ATLAS.ti
Equip de treball de camp	Oriol Barranco, Joan Miquel Verd, Oriol Alonso, Anna Prades, Carme Edo, Queralt Capsada
Equip de redacció dels informes	Direcció: Joan Miquel Verd Coordinació: Anna Prades Redacció: Joan Miquel Verd i Oriol Barranco Disseny de les gràfiques i maquetació: Oriol Alonso i Àgata Segura



Agència
per a la Qualitat
del Sistema Universitari
de **Catalunya**

www.aqu.cat