

## **Conclusions i propostes de millora de la jornada**

### ***Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació***

La jornada *Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació*, que va tenir lloc el 30 de gener de 2019 a la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, va ser un espai de diàleg i reflexió en què representants del món empresarial i del món universitari van enfortir sinergies per aconseguir una millora en els programes formatius.

#### **La paradoxa**

Els graus de l'àmbit de comunicació (Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques) presenten una demanda elevadíssima que assegura la qualitat de l'alumnat. Cada any es graduen al voltant de 1.500 persones en aquest àmbit i, si bé gairebé totes treballen després d'haver-se graduat i la majoria fa funcions relacionades amb la seva titulació, la seva satisfacció amb els estudis és menor a la mitjana de la resta de titulacions del sistema universitari català.

#### **El diagnòstic de l'enquesta Ocupadors**

Gairebé la meitat de les empreses que han contractat persones que s'han titulat recentment en l'àmbit de la comunicació identifiquen una mancança en les competències transversals següents:

- Formació pràctica
- Resolució de problemes i presa de decisions

I, en relació amb les competències específiques de l'àmbit de la comunicació:

- Capacitat per exposar raonadament idees i arguments
- Capacitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius
- Capacitat per comunicar de manera efectiva

A més, un dels reptes més importants al qual ha de fer front la formació en comunicació està relacionat amb les TIC (comunicació digital, periodisme digital, xarxes socials, digitalització, etc.).

#### **Els reptes de la formació en Comunicació**

A la jornada celebrada el passat 30 de gener del 2019 sobre els *Reptes en la formació universitària en l'àmbit de la comunicació* van participar diferents persones expertes en aquest

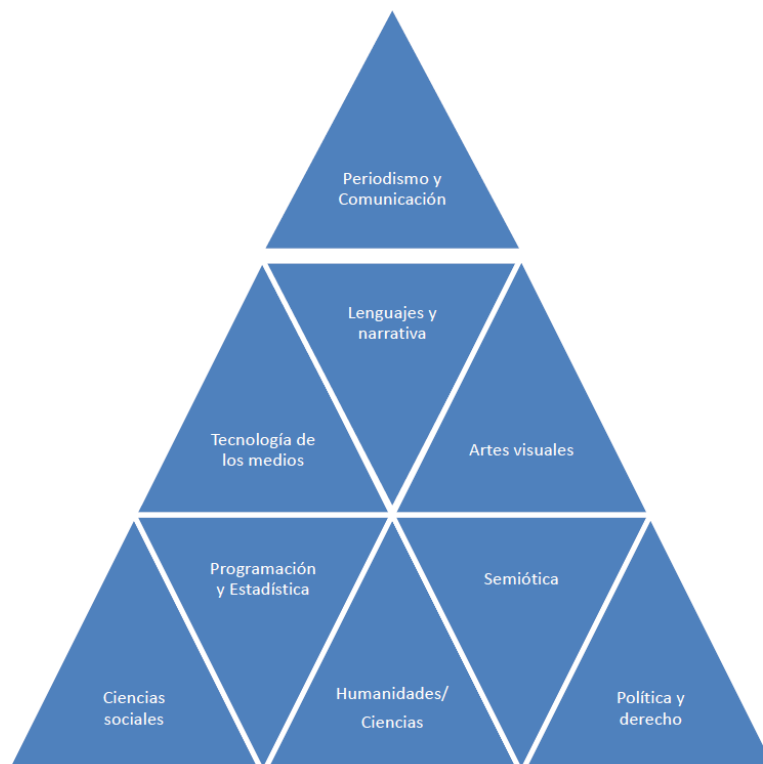
àmbit (docents, professionals i estudiants) que van posar sobre la taula diferents reptes per als professionals del sector: tenim una societat cada cop més vigilada on qui té la informació en té el control, una societat cada cop més aïllada pel fenomen de *filtre bubble* (recomanacions i suggeriments en base a preferències personals), que erosiona l'esfera pública, posant en perill el debat propi de cultures democràtiques, afegit al tsunami digital que ha transformat i continua transformant a velocitat vertiginosa la forma de produir continguts informatius.

### La proposta formativa

El professor Pérez Tornero va fer una presentació inaugural sobre el futur de la formació en l'àmbit de la comunicació. Entre les diferents idees que va plantejar, destaquen les següents:

- La formació ha de ser digital per la creació, construcció i distribució de continguts; cal reforçar, per tant, la programació als perfils formatius a fi de fer-ho possible
- La formació ha de ser transmèdia. Com també comentava Esther Vera, la matèria primera és la informació i, després, hi ha diverses formes "d'empaquetar-la".
- Cal reforçar la intel·ligència artificial, les matèries estadístiques i el *big data*.

Va proposar, també, que l'estructura d'aquesta formació es compondria de tres capes i es mostra a la figura següent:



Una primera capa formada pel "saber". Hi va haver un gran consens entre les persones participants a la jornada en aquesta necessitat, tot i que en relació amb els àmbits de coneixement involucrats, algunes persones van considerar que la "semiòtica" és una disciplina que perd rellevància front a les altres. Una segona capa estaria conformada per la tecnologia dels mitjans, els llenguatges i les arts

visuales (que són un camp d'inserció en expansió). I hi hauria una tercera capa formada pel periodisme i la comunicació, on el periodisme s'entén com "l'enginyeria ètica de la informació", i la comunicació audiovisual com "l'enginyeria de la ficció".

D'altra banda, les persones participants a les taules rodones també van plantejar les següents idees, com a propostes de millora de la formació en l'àmbit de la comunicació:

- ✓ Millorar la formació pràctica mitjançant el concepte de "pre-treballar". Foment de casos pràctics a partir de casos reals de les empreses, com el model de les escoles de negoci (assumint rols reals als processos formatius). Això permetria millorar la capacitat de l'alumnat de pensar, convèncer, raonar...
- ✓ Les agències de màrqueting digital s'estan transformant en "consulgències": la massiva quantitat de tecnologia, dades, intel·ligència artificial està transformant les agències tradicionals en consultores. En aquest cas, s'avalua per resultats, no només pel temps invertit en un determinat projecte. Així doncs, seria necessari incorporar aquest nou enfocament a la formació en Publicitat i RP.
- ✓ Orientar els treballs de fi de grau (TFG) a les necessitats de les empreses.
- ✓ El repte de la formació continuada: tant per a professionals en actiu com per a professorat, la vertiginosa innovació fa necessari preveure temps per assegurar l'actualització tant de professionals en actiu com de formadors.
- ✓ Impartir en anglès el 50% de les matèries dels estudis en comunicació, a fi de no limitar la futura inserció laboral dels graduats a l'entorn nacional.
- ✓ Introduir assignatures sobre Creativitat i Tècniques Creatives als graus de Periodisme i Comunicació Audiovisual, amb l'objectiu de neutralitzar la mancança en generació d'idees i d'innovació que perceben els ocupadors.
- ✓ Treballar la motivació i ensenyar perquè creïn la seva pròpia marca (*personal branding*).
- ✓ Ser transversal i treballar en equip.
- ✓ Treballar per projectes.
- ✓ Start-ups als darrers cursos del grau.
- ✓ Hibridació: promoure carreres creuades.

Tenir en compte aquests aspectes i recomanacions en el disseny de les titulacions en comunicació podria tenir un impacte positiu en la qualitat i inserció laboral dels futurs graduats d'aquest àmbit.