

Conclusiones y propuestas de mejora de la jornada

Retos en la formación universitaria en el ámbito de la comunicación

La jornada *Retos en la formación universitaria en el ámbito de la comunicación*, que tuvo lugar el 30 de enero de 2019 en la Facultad de Comunicación y Relaciones Internacionales Blanquerna de la Universitat Ramon Llull, fue un espacio de diálogo y reflexión en que representantes del mundo empresarial y del mundo universitario fortalecieron sinergias para conseguir una mejora en los programas formativos.

La paradoja

Los grados del ámbito de comunicación (Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas) presentan una demanda elevadísima que asegura la calidad del alumnado. Cada año se gradúan en torno a 1.500 personas en este ámbito y, si bien casi todas trabajan después de haberse graduado y la mayoría hace funciones relacionadas con su titulación, su satisfacción con los estudios es inferior a la media del resto de titulaciones del sistema universitario catalán.

El diagnóstico de la encuesta Empleadores

Casi la mitad de las empresas que han contratado personas que se han titulado recientemente en el ámbito de la comunicación identifican una carencia en las competencias transversales siguientes:

- Formación práctica
- Resolución de problemas y toma de decisiones

Y, en relación con las competencias específicas del ámbito de la comunicación:

- Capacidad para exponer razonadamente ideas y argumentos
- Capacidad para idear, planificar, diseñar y ejecutar proyectos comunicativos
- Capacidad para comunicar de manera efectiva

Además, uno de los retos más importantes al cual tiene que hacer frente la formación en comunicación está relacionado con las TIC (comunicación digital, periodismo digital, redes sociales, digitalización, etc.).

Los retos de la formación en Comunicación

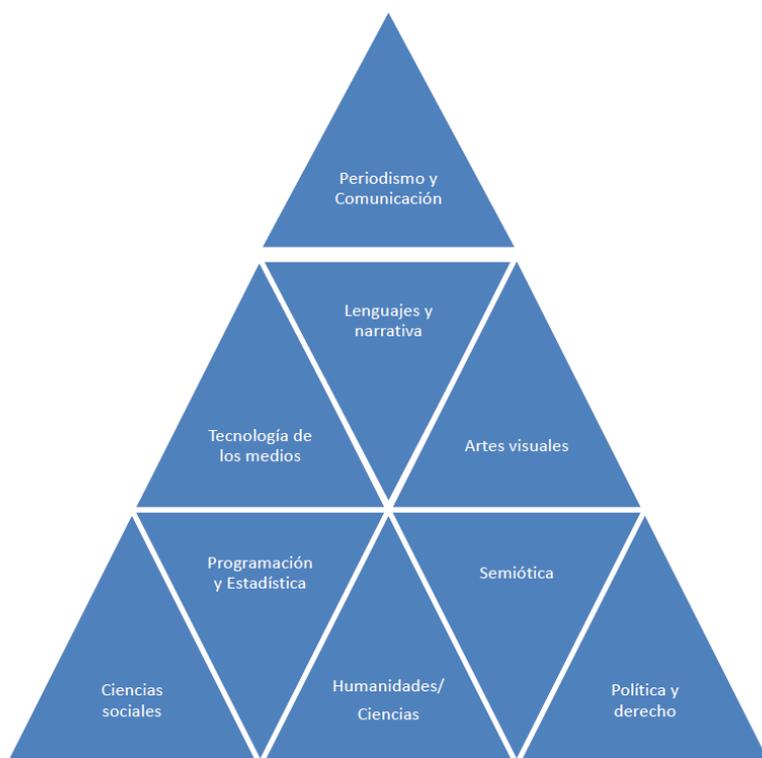
En la jornada celebrada el pasado 30 de enero del 2019 sobre los *Retos en la formación universitaria en el ámbito de la comunicación* participaron diferentes personas expertas en este ámbito (docentes, profesionales y estudiantes) que pusieron sobre la mesa diferentes retos para los profesionales del sector: tenemos una sociedad cada vez más vigilada donde quién tiene la información tiene el control, una sociedad cada vez más aislada debido al fenómeno *filtre bubble* (recomendaciones y sugerencias en base a preferencias personales), que erosiona la esfera pública, poniendo en peligro el debate propio de culturas democráticas, añadido al tsunami digital que ha transformado y sigue transformando a velocidad vertiginosa la forma de producir contenidos informativos.

La propuesta formativa

El profesor Pérez Tornero hizo una presentación inaugural sobre el futuro de la formación en el ámbito de la comunicación. Entre las diferentes ideas que planteó, destacan las siguientes:

- La formación tiene que ser digital para la creación, construcción y distribución de contenidos; hay que reforzar, por lo tanto, la programación en los perfiles formativos con el fin de hacerlo posible.
- La formación tiene que ser transmedia. Como también comentaba Esther Vera, la materia prima es la información y, después, hay varias formas "de empaquetarla".
- Hay que reforzar la inteligencia artificial, las materias estadísticas y el *big data*.

Propuso, también, que la estructura de esta formación se compondría de tres capas y se muestra en la figura siguiente:



Una primera capa formada por el “saber”. Hubo un gran consenso entre las personas participantes en la jornada en esta necesidad, aunque en relación con los ámbitos de conocimiento involucrados, algunas personas consideraron que la “semiótica” es una disciplina que pierde relevancia frente a las otras. Una segunda capa estaría conformada por la tecnología de los medios, los lenguajes y

las artes visuales (que son un campo de inserción en expansión). Y habría una tercera capa formada por el periodismo y la comunicación, donde el periodismo se entiende como “la ingeniería ética de la información”, y la comunicación audiovisual como “la ingeniería de la ficción”.

Por otra parte, las personas participantes en las mesas redondas también plantearon las siguientes ideas, como propuestas de mejora de la formación en el ámbito de la comunicación:

- ✓ Mejorar la formación práctica mediante el concepto de “pre-trabajar”. Fomento de casos prácticos a partir de casos reales de las empresas, como el modelo de las escuelas de negocio (asumiendo roles reales en los procesos formativos). Eso permitiría mejorar la capacidad del alumnado para pensar, convencer, razonar, etc.
- ✓ Las agencias de marketing digital se están transformando en “consulgercias”: la masiva cantidad de tecnología, datos, inteligencia artificial está transformando las agencias tradicionales en consultoras. En este caso, se evalúa por resultados, no sólo por el tiempo invertido en un determinado proyecto. Así pues, sería necesario incorporar este nuevo enfoque a la formación en Publicidad y RP.
- ✓ Orientar los trabajos de fin de grado (TFG) a las necesidades de las empresas.
- ✓ El reto de la formación continuada: tanto para profesionales en activo como para profesorado, la vertiginosa innovación hace necesario prever tiempo para asegurar la actualización tanto de profesionales en activo como de formadores.
- ✓ Impartir en inglés el 50% de las materias de los estudios en comunicación, con el fin de no limitar la futura inserción laboral de los graduados al entorno nacional.
- ✓ Introducir asignaturas sobre Creatividad y Técnicas Creativas en los grados de Periodismo y Comunicación Audiovisual, con el objetivo de neutralizar la carencia en generación de ideas y de innovación que perciben los empleadores.



- ✓ Trabajar la motivación y enseñar a los alumnos para que creen su propia marca (*personal branding*).
- ✓ Ser transversal y trabajar en equipo.
- ✓ Trabajar por proyectos.
- ✓ **Start-ups** en los últimos cursos del grado.
- ✓ Hibridación: promover carreras cruzadas.

Tener en cuenta estos aspectos y recomendaciones en el diseño de las titulaciones en comunicación podría tener un impacto positivo en la calidad e inserción laboral de los futuros graduados de este ámbito.