

CONCLUSIONS I PROPOSTES DE MILLORA DE LA JORNADA 'OCUPABILITAT I FORMACIÓ UNIVERSITÀRIA EN L'ÀMBIT DE LA COMUNICACIÓ'

La jornada 'Ocupabilitat i Formació Universitària en l'àmbit de la Comunicació' (5 de juliol de 2022) va oferir un espai de reflexió sobre l'ocupabilitat de les persones graduades en Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques partint de tres grans eixos: 1) el futur de les professions associades a la Comunicació; 2) les dades bàsiques de les titulacions, l'opinió dels *alumni* amb la seva formació i les dades sobre la seva inserció laboral; i 3) la perspectiva del col·lectiu ocupador sobre l'adequació de la formació universitària. La jornada va permetre que representants del món empresarial i acadèmic generessin un seguit de conclusions i propostes de millora de les titulacions d'acord amb la informació presentada en relació amb aquests tres grans eixos i de l'experiència i l'expertesa de les persones participants. A continuació, trobareu un resum d'aquestes conclusions i propostes de millora.

El futur de les professions associades a la Comunicació. *Education at the Crossroads: Facing Ten Great Challenges of the Media and Communications Field*

En primer lloc, i assolint la vocació internacional dels esdeveniments d'AQU Catalunya, la jornada va comptar amb una ponència del professor John V. Pavlik, de la Universitat de Rutgers (Nova Jersey, EUA), que va oferir una síntesi dels reptes que afronten les professions relacionades amb la Comunicació. Aquests són:




10 GRANS REPTES DE L'EDUCACIÓ EN COMUNICACIÓ

Professor John V. Pavlik
Universitat de Rutgers
(Nova Jersey, EUA)

1

La Disrupció Digital

- Nous formats i multiplicitat de dispositius
- Desenvolupaments en programació i emergència d'algorismes poderosos
- Noves fonts de contingut: xarxes socials, drons etc.
- Alts nivells de participació i col·laboració amb el públic



Diversitat, Equitat i Inclusió

- Diversitat en les veus representades: classe, raça, gènere
- Equitat en l'accés als estudis superiors, a les professions i als càrrecs directius en l'àmbit de la Comunicació
- Hi ha hagut progrés; però és necessari continuar treballant


2

3

Els Fonaments de la Professió

- Quins són els principis ètics de la professió?
- Escriptura i narrativa de qualitat; també visual i sensorial
- Foment del pensament crític mitjançant la recerca
- La importància de la contextualització: el periodisme com "el primer esborrany de la Història"



Narració en diferents modalitats

- Plataformes, dispositius i formats diferents
- Tecnologies hàptiques, sensorials i immersives
- La popularitat dels podcasts
- Creació automatitzada de continguts (per exemple, quakebot)


4

5

Les Xarxes Socials

- Oportunitat per als comunicadors de conèixer el seu abast.
- Desinformació
- Problemes associats a la salut mental



Economia

- Reducció del finançament del model tradicional de Periodisme: desapareixen diaris locals ("deserts de notícies")
- Finançament basat en subscripcions
- Emergència de mitjans sense ànim de lucre


6

7

Legislació i normatives

- Vulneració de la llibertat d'expressió
- Censura de la informació
- Accessibilitat
- Drets de propietat intel·lectual en un entorn globalitzat
- Necessitat de protegir legalment la professió de comunicador



Consideracions Globals

- Donar veu a col·lectius indígenes exclosos dels circuits globals de comunicació
- Conflictes geopolítics
- Abast local/regional/nacional
- Censura a nivell internacional


8

9

Cap al futur: el Metavers

- Més en xarxa profundament interactius i que utilitzen diferents mitjans -> oportunitat
- Economia d'un bilió de dòlars
- Gran projecció d'usuaris



La Seguretat dels Comunicadors

- Fonamentals per a les societats democràtiques
- Això els fa especialment vulnerables
- Seguretat laboral: es pot aconseguir reformulant trajectòries professionals (perfiles creadors, xarxes socials, custòdia de dades i informació etc.)


10

Dades bàsiques de les titulacions, l'opinió dels *alumni* amb la seva formació i la inserció laboral de les persones graduades en Comunicació

La demanda de places en els graus de l'àmbit de Comunicació (Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques) supera substancialment l'oferta, aspecte que pot explicar les elevades notes de tall que trobem en algunes titulacions de grau ofertes a Catalunya.¹ Així i tot, i amb l'excepció de Publicitat i Relacions Públiques, les persones graduades en aquestes titulacions tendeixen a ocupar llocs de treball de menys qualitat que el global del sistema universitari català (SUC).

És probable que aquests valors d'inserció influeixin en la satisfacció de les persones graduades en aquestes titulacions, especialment pel que fa a la pregunta sobre si repetirien la titulació. En aquest sentit, hi ha un percentatge més alt de persones que no la repetirien que en el global del SUC, sobretot en les titulacions de Periodisme i de Comunicació Audiovisual.

La perspectiva del col·lectiu ocupador sobre l'adequació de la formació universitària

Les competències que més haurien de millorar les persones graduades recentment en l'àmbit de Comunicació són:

- Capacitat per idear, planificar, dissenyar i executar projectes comunicatius.
- Capacitat per exposar raonadament idees i arguments.
- Capacitat per comunicar de manera efectiva (particularment per a les entitats ocupadores de persones graduades en Periodisme).

Adicionalment, 2 de cada 3 entitats ocupadores assegura que tenir un nivell alt o mitjà d'anglès és important a l'hora de contractar el perfil adequat. Aquestes mateixes entitats reporten que les competències que adquiriran més importància en el futur estan vinculades a les TIC (digitalització, xarxes socials, anàlisi del trànsit web) i l'anàlisi de dades. Convé destacar que aquesta diagnosi no varia del que ja es va identificar a [la jornada de l'edició anterior d'aquest estudi](#), realitzada el gener del 2019.

Els resultats d'aquesta edició de l'enquesta al col·lectiu ocupador suggereixen que les pràctiques externes estan ben enfocades: s'observa que les competències més treballades en el període de pràctiques són les que més marge de millora tenen en les persones

¹ Segons les dades del Canal Universitats sobre preinscripció universitària (https://universitats.gencat.cat/ca/altres_pagines/informe_i_estadistiques/informes_i_estad_pre/), les notes de tall de Comunicació Audiovisual, Periodisme i Publicitat i Relacions Públiques superen, en alguns casos, l'11 sobre 14.

graduades recentment, segons les entitats ocupadores enquestades. Això pot tenir dues interpretacions complementàries: d'una banda, pot indicar la direcció que haurien de prendre les propostes de millora de la formació universitària; i, de l'altra, assenyala la funció que té el teixit empresarial i institucional en la formació dels professionals en l'àmbit de Comunicació. En aquest sentit, hi ha un conjunt de competències que es podrien adquirir de manera efectiva al lloc de treball i que complementarien la formació impartida a les universitats.

Propostes de millora de les titulacions en l'àmbit de la Comunicació

Basant-se en el contingut de la jornada, la taula rodona va identificar un conjunt de diagnòstics i va realitzar propostes de millora partint de la informació presentada a la jornada. A continuació es mostra un resum d'aquest conjunt de diagnòstics i propostes i es recuperen aquelles de la jornada de 2019 i que poden afegir valor a la reflexió portada a terme al seminari web d'enguany. Les propostes de 2019 apareixen en cursiva.

DIAGNOSI

PROPOSTES DE MILLORA

Les persones graduades en Comunicació Audiovisual i Periodisme tendeixen a tenir feines menys estables i salaris més baixos.

1. Tractar, des del primer dia, la incertesa laboral, oferint eines perquè l'alumnat pugui gestionar les expectatives.
2. Fomentar xarxes d'*alumni* i consolidar el rol de persona mentora per acompanyar l'estudiantat i les persones graduades recentment.
3. Incentivar l'aprenentatge de competències amb demanda en el sector i que tradicionalment han estat exclusives d'altres col·lectius professionals: analítica de dades, programació i formats innovadors com les tecnologies immersives.
4. *Treballar la motivació i ensenyar perquè creïn la seva pròpia marca (personal branding).*

El col·lectiu ocupador opina que les persones graduades recentment haurien de millorar la seva capacitat de dissenyar i executar projectes comunicatius.

1. Transformar els treballs de fi de grau en projectes de final de carrera professionalitzadors i que tinguin 'com a objectiu la integració dels diferents continguts per aplicar-los a una situació real o molt similar a la real'².
2. Fomentar la formació dual.
3. Reivindicar la figura del professorat associat real, incorporant la visió i experiència de professionals del sector, particularment en assignatures d'orientació pràctica/professionalitzadora.
4. *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).*

Els participants de la taula rodona van suggerir que encara hi ha marge de millora en el procés d'adaptació professional de les persones graduades recentment i l'encaix entre els continguts dels graus i les necessitats del sector.

1. Incorporar processos d'avaluació sistemàtics i regulats de les persones graduades recentment al lloc de feina amb objectius d'adquisició competencial ben definits.
2. Formar per projectes i amb vocació d'emprenedoria: transformar la formació orientada a encàrrecs a un model que permeti a les persones graduades sentir-se còmodes en un sector que demana iniciativa i noves propostes.
3. Permetre, per part de les empreses, que les persones graduades recentment tractin amb el client al més aviat possible.
4. *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. Així doncs, seria necessari incorporar aquest nou enfocament a la formació en Publicitat i RP.*
5. *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 de professionals en actiu i de formadors.*

La necessitat de mantenir un nivell d'inversió suficient per garantir la qualitat de les titulacions en l'àmbit de la Comunicació

1. Disposar de recursos suficients que permetin aconseguir una ràpida actualització de continguts i digitalització de les universitats en consonància al procés d'innovació tecnològica en l'àmbit de la Comunicació.
2. Assegurar una inversió suficient que incentivi projectes de recerca que acabin repercutint en els continguts docents.
3. Garantir una docència de qualitat, possible només amb aules que no estiguin massificades, i amb un col·lectiu de professorat associat numèricament proporcionat respecte el professor a temps complet i amb contractes laborals justament remunerats.

² Per a més informació sobre Projectes de Final de Carrera des de la perspectiva de l'Ocupabilitat, veieu: RODRÍGUEZ ESPINAR, S.; PRADES NEBOT, A.; BASART CAPMANY, A. (2007) "Accions per facilitar la inserció laboral". A: RODRÍGUEZ ESPINAR, S. *Educació superior i treball a Catalunya: anàlisi dels factors d'inserció laboral*. Barcelona: AQU Catalunya, pàg. 353.