



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

LES COMPETÈNCIES COM A MOTOR DE LA INNOVACIÓ DOCENT: LA PERCEPCIÓ DELS ESTUDIANTS

El cas de teories i mètodes d'investigació de la comunicació a la UPF

RODRIGO-ALSINA, Miquel
Universitat Pompeu Fabra
miquel.rodrigo@upf.edu

ALMIRON-ROIG, Núria
Universitat Pompeu Fabra
nuria.almiron@upf.edu

GÓMEZ, Lorena
Universitat Pompeu Fabra
lorena.gomez@upf.edu

GUERRERO-SOLÉ, Frederic
Universitat Pompeu Fabra
frederic.guerrero@upf.edu

ROCA-CUBERES, Carles
Universitat Pompeu Fabra
carles.roca@upf.edu

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2





LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

RESUM:

A la UPF la implementació dels nous graus en Comunicació Audiovisual, i Publicitat i Relacions Públiques al curs 2008-2009, i en Periodisme al curs 2009-2010 ha suposat un esforç d'adequació del contingut de les matèries teòriques i la tasca docent al canvi de model proposat per l'EEES. En aquesta recerca hem explorat el nivell d'assoliment de les competències transversals i específiques per part dels estudiants.

ABSTRACT: 500-700 characters

The UPF implementation of new degrees in Audiovisual Communication, and Advertising and Public Relations during 2008-2009, and the 2009-2010 academic year in journalism has meant an effort to adapt the content of theoretical subjects and teaching methods to the model change proposed by the EHEA. In this research we have explored students' level of achievement of specific and generic competences.

PARAULES CLAU: competències, estudiants, percepció

KEYWORDS: competences, students, perceptions

ÀREA DE CONEIXEMENT: Ciències Socials i Jurídiques

ÀMBIT TEMÀTIC DEL CONGRÉS: Innovació en l'ensenyament superior

MODALITAT DE PRESENTACIÓ: Pòster

A Espanya, el desenvolupament de les teories de la comunicació com a disciplina científica està lligat a la investigació de la comunicació en general, i la seva consolidació com a disciplina no es pot considerar separada de la institucionalització de la docència dels estudis de comunicació (Comunicació Audiovisual, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques). Diversos treballs han tractat aquests temes com poden

SECRETARIA TÉCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

ser Moragas (1981), Cáceres y Caffarel (1992), Jones (1995, 1997 y 2000), Rodrigo Alsina (2001), Martínez Nicolás (2006 y 2008) y García Jiménez (2007), entre d' altres.

El nou Espai Europeu d'Educació Superior (EEES) (Sierra Sánchez, 2010) proposa un nou marc que afecta tant a la docència dels estudis com al desenvolupament de la investigació, especialment al camp de les teories de la comunicació. Un dels efectes que està provocant és una discussió, més o menys profunda i extensa, sobre els perfils professionals dels nous graduats, com ha d'aclimatar-se el personal docent al nou espai i com han d'evolucionar els plans d'estudi de les assignatures, especialment les que tenen un gran contingut teòric, com és el cas de l'assignatura de teories de la comunicació, a vegades anomenada "teoria general de la informació", "teoria de la informació", "teoria de la comunicació" o fins i tot "teoria de la comunicació i la informació". Aquesta múltiple denominació no és un fenomen propi de la Universitat Pompeu Fabra (on la mateixa assignatura rep tres noms diferents; "teories de la comunicació" al grau de Periodisme, "sociologia de la comunicació i mètodes d'investigació social en comunicació" al grau de Publicitat i Relacions Públiques i "teories i mètodes d'investigació social en comunicació" al grau de Comunicació Audiovisual) ni tampoc de l'Estat espanyol, sinó que és una constant al camp internacional de la comunicació. Tal i com assenyala Valbuena (1997:41-42): "hi ha un problema terminològic important. La Teoria General de la Informació o Teoria de la Comunicació de Masses o Col·lectiva, per exemple, rep una denominació diferent en diversos països i fins i tot en diferents parts d'un mateix país. Teoria General de la Informació (Espanya), Mass Communication Research (Estats Units), Zeitungswissenschaft (Munich i Viena), Publizistikwissenschaft (Berlín, Göttingen i Münster); Kommunikationforschung (Nuremberg), Techniques de Diffusion Collective (Bèlgica). Planteja un gran problema gnoseològic aquesta pluralitat de denominacions? No, encara que la coincidència a les realitats estudiades per cadascuna no sigui absoluta."

De totes maneres, seria desitjable una unificació terminològica. A més, darrere d'aquesta múltiple denominació trobem una discussió històrica, doctrinal (Rodrigo, 2001: 38-44) i epistemològica (Piñuel y Lozano 2006) que no podem obviar.

En el cas concret de la Universitat Pompeu Fabra, amb independència del pluralisme denominador, el contingut de les tres assignatures és molt semblant i no hi ha canvis significatius. Les tres comparteixen, a més, característiques formals; és a dir, totes són una assignatura bàsica de segon curs dels respectius

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

graus. Això significa que tots els estudiants han de cursar-la. Són assignatures de 6 European Credit Transfer System (ECTS). 1 crèdit suposa 10 hores de classe y 25 hores de treball per part de l'estudiant (en què s'inclou les 10 hores de docència amb el professor). Per tant, una assignatura de 6 ECTS suposa un esforç de treball total per part de l'estudiant de 150 hores; un esforç que es podria distribuir de la següent manera:

Esforç horari de l'estudiant	Hores
Lliçons magistrals	42
Seminaris	18
Exàmens	2
Tutories	1
Pràctiques fora de l'aula	34
Autoaprenentatge	15
Preparació d'exàmens	30
Total	150

En segon lloc, les teories de la comunicació —expressió amb què ens referirem a les tres assignatures anteriorment anomenades— són assignatures importants, entre d'altres raons, per tal que la Universitat no esdevingui una escola de formació professional. Com s'apuntava en un treball anterior (Rodrigo y Estrada, 2007:359): “En la nostra opinió, al projecte de l'EEES es dibuixa un biaix molt professionalista. Així la formació universitària sembla anar més dirigida a cobrir les necessitats del mercat que les de la societat. Enfront aquest biaix, voldríem reivindicar la importància d'assignatures no

SECRETARIA TÉCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

necessàriament utilitaristes. Estem, per descomptat, d'acord amb què a les universitats s'ensenyi a fer, però creiem que també és imprescindible que es faci pensar. Així, és fonamental que un professional format a la universitat pensi per què fa el que fa i reflexioni, de la mateixa manera, sobre el món en què viu, en les relacions socials i de poder que contribueix a reproduir, etc. El canvi, el progrés social, científic i cultural, està no tant en un professional que fa un producte sinó en aquell que és capaç d'autorreflexionar críticament sobre tot el procés. A més, considerem que el nostre treball com a professors universitaris, a part de formar periodistes o publicistes, ha d'apostar per la formació de ciutadans, treballadors intel·lectuals, persones educades en la universitat."

Les teories de la comunicació constitueixen el fonament acadèmic i científic dels estudis en comunicació. És una matèria, més enllà de les diferents denominacions, amb una gran tradició als estudis de comunicació nacionals i internacionals. En aquestes assignatures es presenta la investigació i els avenços al camp de la comunicació, aquells que fan referència als postulats bàsics de partida i també els referents a les teories que aquests desenvolupen, passant pels mètodes emprats per a arribar als resultats. Per això podem dir que l'objectiu principal d'aquestes assignatures és oferir als estudiants els coneixements bàsics sobre els conceptes i els mètodes d'investigació de la comunicació en els seus contextos històrics.

Encara que a l'EEES els objectius docents són importants, es proposa un canvi fonamental al passar d'un aprenentatge per objectius del professor a l'aprenentatge de competències per part del alumne. Segurament, el cor del nou paradigma docent (Pedró, 2005: 18-21) que proposa l'EEES sigui l'aprenentatge per competències. Encara que la reforma és important, no es tracta de descartar els objectius de les assignatures, sinó més aviat d'un canvi d'èmfasis dels subjectes al procés d'aprenentatge. D'aquesta manera, es "fa èmfasis en l'activitat de l'estudiants, més que a la dels docents, perquè l'objectiu fonamental del procés d'aprenentatge universitari a l'EEES no és estrictament la transmissió o el domini de continguts, sinó que aquesta transmissió quedi supeditada a l'objectiu més complex de l'adquisició de competències" (Pedró, 2005:23).

Les competències són un conjunt de sabers socials, tècnics i metodològics que s'utilitzen en una situació concreta per a realitzar una determinada tasca. Evidentment, aquestes competències poden ordenar-se

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

a partir de diferents paràmetres, però principalment les podem classificar en dos grans grups: competències transversals i competències específiques.

Les competències transversals són comunes a assignatures diferents. Hi ha una sèrie de competències que poden adquirir-se a diferents assignatures al llarg de tota l'etapa formativa de l'estudiant a la universitat. Es tracta de "sabers pràctics que permeten l'òptim desenvolupament d'una matèria... (Pedró, 2005: 18), encara que no són específics d'una matèria exclusivament. Són competències que fan referència a la capacitat d'adquirir nous coneixements (per exemple "aprendre a aprendre"), a la capacitat comunicativa, a la capacitat d'incorporar les noves tecnològiques, a la capacitat de treballar en equip, a la capacitat d'adaptació, al sentit crític i autocrític, etc. D'altra banda, les competències específiques són "sabers relatius a una àrea de coneixement determinada o, fins i tot, a una matèria concreta." (Pedró, 2005:19). És a dir, són les pròpies d'una assignatura concreta o que es poden adquirir majoritàriament a través de l'assignatura. Al cas de les teories de la comunicació, un exemple de competència específica seria: "ser capaç d'aplicar els coneixements teòrics i metodològics".

Objectius

L'objectiu d'aquest treball és analitzar l'autopercepció del grau d'assoliment per part dels alumnes de les competències transversals i específiques a les assignatures esmentades. Aquesta investigació s'ha realitzat amb un ajut de l'AGAUR per a la innovació docent (2009MQD00208).

Descripció de treball

Les competències de les teories de la comunicació proposades a la Universitat Pompeu Fabra són:

Competències transversals

1. Obtenir el coneixement general bàsic del camp de la comunicació.
2. Adquirir la capacitat d'anàlisi i síntesi de la informació.
3. Ser capaç de treballar en equip.
4. Saber ser crític amb el treball i amb els resultats del seu entorn.

SECRETARIA TÉCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

5. Potenciar la capacitat crítica necessària per a reflexionar sobre el que es fa, per a generar noves accions i donar sentit a les pròpies accions.
6. Actuar amb llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents.
7. Desenvolupar les capacitats empàtiques i potencia la intel·ligència emocional per a la valoració de situacions dels objectes de l'entorn.
8. Ser capaç d'aprendre a aprendre.

Competències específiques

1. Obtenir el coneixement i la visió crítica metateòrica dels diferents corrents de les teories de la comunicació i dels seus fonaments metodològics.
2. Adquirir la capacitat d'anàlisi crítica i comprensiva dels fenòmens comunicatius.
3. Saber buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.
4. Comprendre que qualsevol fenomen humà es genera en el temps per agents, per relacions socials, per necessitats, per interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una naturalesa reactiva vers els paràmetres presents en el propi context en què es localitza.
5. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb flexibilitat i fluïdesa per madurar actituds d'obertura a noves informacions, situacions i metodologies i plantejar problemes d'investigació.
6. Conèixer els valors socials vigents a cada moment per a adequar els missatges a aquests valors.
7. Ser capaç d'aplicar els coneixement teòrics i metodològics.
8. Adquirir capacitat per a plantejar un disseny de recerca en el camp de la comunicació.
9. Saber aplicar la metodologia d'investigació científica per a l'anàlisi de diferents fenòmens comunicatius.

SECRETARIA TÉCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

10. Comprendre el procés de la investigació en les seves diferents fases i com aquestes estan interrelacionades.
11. Ser capaç d'avaluar propostes d'investigació.

Les teories de la comunicació no haurien de renunciar a un examen clàssic de la part més teòrica de l'assignatura, ja que els estudiants han de tenir una sèrie de coneixements que es puguin demostrar com a adquirits a través d'un examen tipus assaig o tipus test. A la Universitat Pompeu Fabra (2009:16) aquesta avaluació suposa el 50% de la nota final de l'assignatura. L'altre 50% correspon a l'avaluació de les pràctiques de l'assignatura. Els teòrics de la comunicació acostumen a recordar que “no hi res més pràctic que una bona teoria”. L'EEES ens dona l'oportunitat de posar a prova aquesta màxima. La realització de pràctiques, que poden formar part de l'avaluació continuada, és una excel·lent ocasió per a respondre a la clàssica pregunta dels estudiants de “i això, per a què serveix?”. Les teories serveixen, simplement, per a comprendre millor el món que ens ha tocat viure.

Més enllà dels problemes que l'EEES pot plantejar (ja sigui per falta de recursos, per la resistència al canvi d'una part del professorat o pel qüestionament estudiantil al procés general, etc.) és una bona ocasió per a dur a terme una innovació docent que hauria de servir per a millorar la formació dels nous graduats (Sierra Sánchez i Sotelo González, 2010). L'EEES és un repte molt important per a les universitats i la seva implementació no serà fàcil. Però recordem que la mesura de la probabilitat de fracàs de qualsevol empresa és allò que determina la importància del seu èxit. Si la probabilitat és inexistente, l'èxit irrellevant. Pel contrari, si les probabilitats de fracàs són molt elevades, la consecució de l'èxit té un gran valor.

Metodologia

Per tal d'analitzar les competències i l'autopercepció del grau d'assoliment per part dels alumnes hem emprat una doble metodologia mitjançant enquestes i grups de discussió.



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

L'enquesta es va passar als estudiants de tres assignatures en diferents graus impartits a la Universitat Pompeu Fabra (UPF). Al grau de Comunicació Audiovisual l'enquesta es va realitzar entre els alumnes de l'assignatura "Teories i mètodes d' investigació en comunicació". Al grau de Publicitat i Relacions Públiques l'enquesta es va realitzar entre els alumnes de l'assignatura "Sociologia de la comunicació i mètodes d'investigació social en comunicació". Finalment, al grau de Periodisme, l' enquesta es va realitzar entre els alumnes de l' assignatura "Teories de la Comunicació". El grups de discussió es van realitzar amb alumnes de les mateixes assignatures de cada grau.

En els dos primers casos, es tracta d'una assignatura impartida per primera vegada sota l'estructura de Grau al curs 2009-2010. En canvi, en el cas de l' assignatura "Teories de la Comunicació", va ser impartida per primera vegada al curs 2010-2011.

En l'enquesta es demanava als alumnes participants que determinessin la seva percepció vers el grau d' adquisició de cada competència. Els 5 graus d' adquisició van ser:

A: Totalment; **B:** Força; **C:** Suficient; **D:** Poc; **E:** Gens

Les enquestes sobre l'autopercepció dels estudiants sobre les competències assolides s'han dut a terme en dos fases. La primera fase es va realitzar entre el gener i l'abril del 2010, al curs acadèmic 2009-2010.

La mostra total d'alumnes en l'enquesta va ser de 173. En el cas del Grau en Comunicació Audiovisual, dels 71 alumnes que formaven la classe la mostra ha estat de 46 alumnes, amb un índex de participació del 64,8%. Al Grau de Publicitat i Relacions Públiques, dels 80 alumnes que formaven la classe la mostra va ser de 60 alumnes, amb un índex de participació del 75%. Finalment, al Grau de Periodisme, dels 77 alumnes que formaven la classe la mostra va ser de 67 alumnes, amb un índex de participació del 87%. En total la participació entre els alumnes dels tres graus va ser d'un 75,8%.

En el cas dels grups de discussió, el total va ser de 21 alumnes, dels quals 8 del Grau de Comunicació Audiovisual (CAU), 8 del Grau de Publicitat i Relacions Públiques (PiRRPP) i 5 del Grau de Periodisme.

Les preguntes de l'enquesta van ser el conjunt de competències, tant transversals com específiques, que contenen els plans d'estudi de les assignatures.

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

En el cas de l'enquesta lliurada al Grau de Comunicació Audiovisual i al Grau de Publicitat i Relacions Públiques, la llista estava formada pels 19 ítems (8 competències transversals i 11 competències específiques) que formen la llista enumerada anteriorment.

En el cas de l'enquesta lliurada al Grau de Periodisme, la llista de preguntes estava formada pels 15 ítems (en aquest cas, 8 competències transversals i les primeres 7 competències específiques enumerades a l'apartat sobre teoria).

Al grup de discussió, es va plantejar als alumnes una sèrie de preguntes sobre l'autopercepció del nivell d'adquisició de les competències, tant transversals com específiques, presents al pla d'estudis, que coincidien amb el contingut de l'enquesta. A més, es van introduir dues preguntes de context, formulades a l'inici de la discussió i dues preguntes finals, per tancar la sessió. Aquestes preguntes eren les següents:

Preguntes de context: (A) Què enteneu per competència? (B) S'entenen bé les competències de la guia docent?

Preguntes finals: (A) Considereu que se us està avaluant respecte el que proposen les competències? (B) Considereu que les guies docents estan ben explicades i que compleixen amb la seva funció?

Resum

Fitxa Tècnica de l'Enquesta
○ Realització: 1 enquesta per cada curs. ○ Univers: alumnes de les assignatures "Teories i mètodes d'investigació en comunicació" de CAU i "Sociologia de la comunicació i mètodes d'investigació social en comunicació" de PiRRPP i "Teories de la Comunicació" de Periodisme. ○ Mostra: CAU 64,8% (46 de 71), PiRRPP 75 %. (60 de 80), Periodisme 87% (67 de 77) ○ Dates de l'enquesta: 31 de maig de 2010, als graus de CAU i PiRRPP. 1 de desembre de 2011 a Periodisme. ○ Espai de realització: Aula on s'imparteix l'assignatura.



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Fitxa Tècnica del *Focus Group*

- **Realització:** 1 *focus group* per cada curs, d'una durada aproximada de 90 minuts.
- **Univers:** alumnes de les assignatures "Teories i mètodes d'investigació en comunicació" de CAU, "Sociologia de la comunicació i mètodes d'investigació social en comunicació" de PiRRPP i "Teories de la Comunicació" de Periodisme.
- **Mostra:** 8 estudiants de cada curs en el cas de CAU i PiRRPP. 5 estudiants en el cas de Periodisme.
- **Dates dels focus:** 2 de juny de 2010, en el cas de "Teories i mètodes d'investigació en comunicació (CAU)", 3 de juny de 2010, en el de "Sociologia de la comunicació i mètodes d'investigació social en comunicació (PRP)", i 1 de desembre de 2011 en el de "Teories de Comunicació" (Periodisme)
- **Espai de realització:** Sala de Recerca a l'Edifici Tallers del Campus de la Comunicació UPF

Resultats

Gràfic 1. COMPARATIVA D'ADQUISICIÓ DE COMPETÈNCIES ENTRE GRAUS

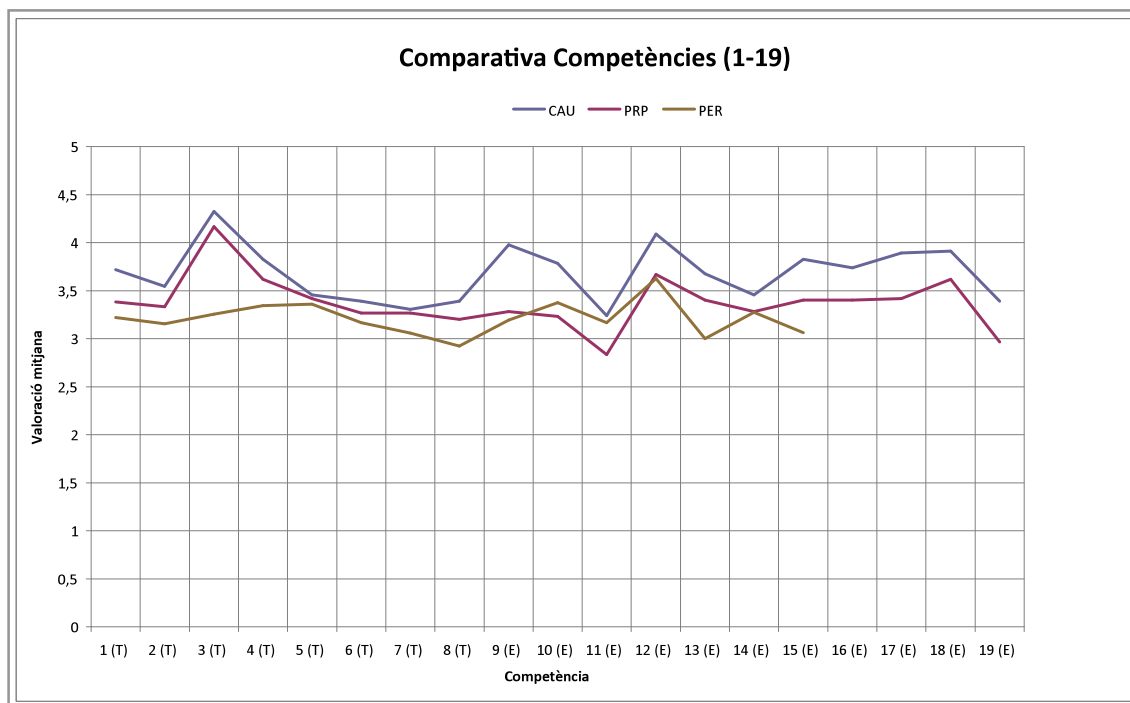
SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

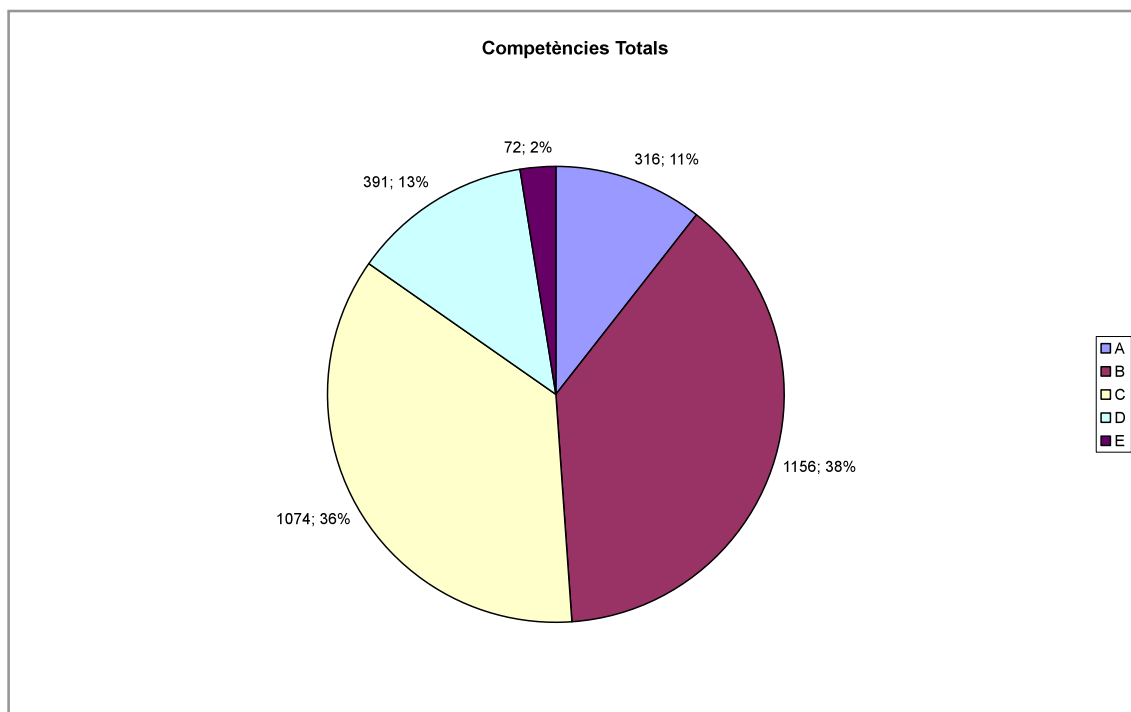


Taula 1. VALORACIÓ MITJANA TOTAL DE COMPETÈNCIES

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



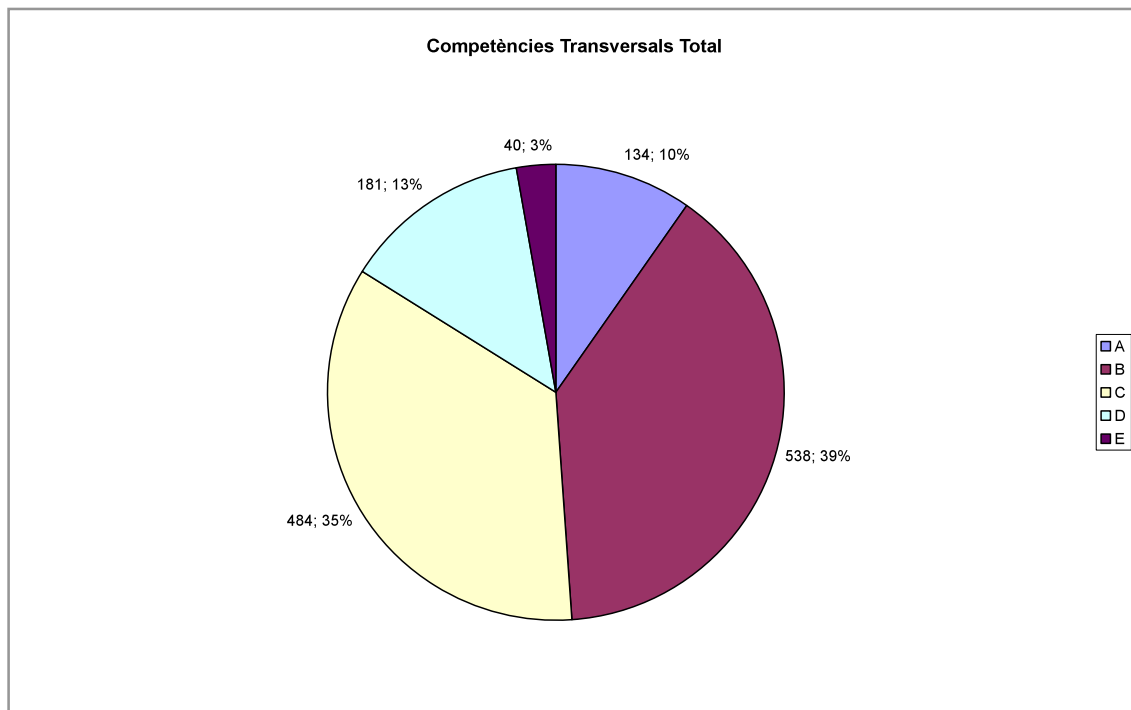
A: Totalment; B: Força; C: Suficient; D: Poc; E: Gens

Taula 2. VALORACIÓ MITJANA TOTAL DE COMPETÈNCIES TRANSVERSALS

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



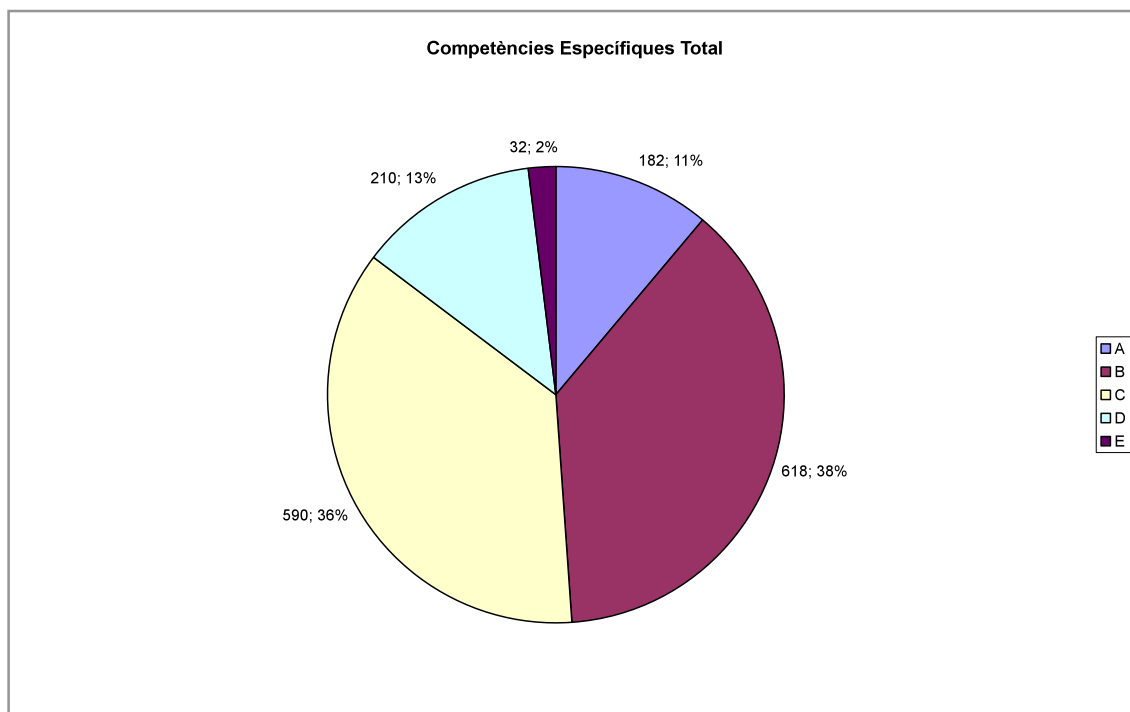
A: Totalment; B: Força; C: Suficient; D: Poc; E: Gens

Taula 3. VALORACIÓ MITJANA TOTAL DE COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES

SECRETARIA TÉCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT



A: Totalment; B: Força; C: Suficient; D: Poc; E: Gens

Com es pot apreciar especialment al **gràfic 1**, i també a **les taules 1, 2 i 3**, l'adquisició de competències en els tres graus és bastant elevada. A més, es pot apreciar al gràfic que els pics i les valls coincideixen en els graus de Comunicació Audiovisual, i Publicitat i Relacions Públiques. Això suggereix la presència d'un procés paral·lel de la percepció de l'aprenentatge de competències en els dos graus, en què determinades competències semblen de més fàcil adquisició i altres impliquen més dificultats (pel seu plantejament, formulació, nivell de dificultat, etc.). Tot i això, s'observa una percepció més gran en l'adquisició de les competències per part dels estudiants del Grau de Comunicació Audiovisual. A més, aquest major grau d'adquisició apareix en totes les competències. Les dades suggereixen, per tant, l'existència d'algun o alguns motius que fan que la percepció de l'adquisició sigui més gran en els Estudis de Comunicació Audiovisual. Entre les possibles raons d'aquestes diferències es podria aduir el fet que

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

les dues assignatures siguin impartides per docents diferents o que el contingut de l' assignatura s' adapti més als estudis de comunicació audiovisual.

D'altra banda, el cas de Periodisme és una mica diferent als dos anteriors. De lluny és el que presenta índexs més baixos (en algun cas un punt per sota dels altres graus), i a més el seu gràfic no coincideix gaire amb els altres dos, per la qual cosa en aquest cas no podem parlar d'un procés d'aprenentatge paral·lel. Com a exemple significatiu, remarcar que la competència millor valorada tant al Grau de Comunicació Audiovisual com al Grau de Publicitat i Relacions Públiques és la competència transversal (3): *"Ser capaç de treballar en equip"* (taula 31-Annex); en el Grau de Periodisme aquesta competència és la sisena millor valorada.

De fet, si comparem les quatre competències millors valorades del Grau en Comunicació Audiovisual (que és el Grau amb un índex major d'adquisició) amb les del Grau de Periodisme, trobem que només en coincideix una (12): *"Comprendre que qualsevol fenomen humà es genera en el temps per agents, per relacions socials, per necessitats, per interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una naturalesa reactiva vers els paràmetres presents en el propi context en què es localitza."*

Una altra diferència que trobem en la lectura d'aquest gràfic és que hi ha algunes diferències entre competències transversals i competències específiques. Tant al Grau en Comunicació Audiovisual com al Grau en Publicitat i Relacions Públiques la competència millor valorada és una competència transversal i la pitjor valorada és una específica, com desenvoluparem a l'apartat destinat a cada Grau. En canvi, en el Grau de Periodisme succeeix a l'inrevés; la millor valorada és una competència específica i la pitjor valorada és una competència transversal. Semblaria més lògic a priori que el cas de Periodisme es donés als altres dos graus, tenint en compte que les competències transversals solen tenir un caire més general (i fins i tot abstracte en alguns casos) que les fan més difícils, tant d'avaluar com d'adquirir.

De totes maneres, podríem dir que no existeixen diferències als resultats totals entre competències específiques i transversals. Tal i com es pot veure a la taules 2 i 3, es tracta de resultats gairebé idèntics. Els resultats "A" (totalment assolida) entres competències específiques i transversals varien un 1%, de la mateixa manera que en els resultats "B" (força assolida), "C" (suficient assolida) i "E" (gens assolida); els resultats "D" (poc assolida) són exactament iguals.

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Una constant als tres grups de discussió ha estat la sensació per part dels alumnes que algunes competències (sobretot en el cas de les competències transversals) són independents de les assignatures; és a dir, són competències que no s'assoleixen només a través d'aquesta assignatura, sinó que s'adquireixen en el dia a dia. "Jo crec que l'ètica és una cosa que portes de casa", "I si les tenim [les competències] és per que ja les teníem", "No te la poden ensenyar a l'aula", "No és una competència exclusiva de l'assignatura", "Això és més de lògica que d'aquesta assignatura", són exemples d'aquesta percepció. Una de les competències on més s'ha fet referència a aquesta sensació ha estat (6) *"Actuar amb llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents"* on els alumnes han expressat que "això de l'ètica professional és una cosa molt personal, féssim o no aquesta assignatura cadascú té la seva moral" i també a (7) *"Desenvolupar les capacitats empàtiques i potencia la intel·ligència emocional per a la valoració de situacions dels objectes de l'entorn"* on s'ha dit que "jo això no crec que una assignatura t'ho pugui arribar a donar, crec que això ho tens o no ho tens".

Com a conseqüència, podríem pensar quasi les competències no són transmeses per l'assignatura, tampoc poden ser avaluades per ella. En aquest sentit, els alumnes del Grau de Comunicació Audiovisual creuen que sí que són avaluats en funció d'aquestes competències ("Una assignatura que d'entrada et dóna aquesta guia docent, tu hi entres", "Dóna seguretat", "Hauria de ser una pauta per la resta [d'assignatures]") però els de Periodisme no, que presenten una posició més crítica vers el pla d'estudis ("Ni ben explicades, ni compleixen amb la seva funció") i les competències proposades. "Això, aquestes competències, de fet, és que jo no veig manera d'avaluar-les, des d'una manera objectiva. Són tan abstractes que (...) no ho veig viable." Aquesta crítica a l'adquisició de les competències està relacionada amb el caràcter abstracte d'algunes d'elles ("Són una mica abstractes totes").

Els alumnes de Publicitat i Relacions Públiques es situen també en aquesta posició ("Per avaluar-te aquestes competències tan abstractes no et pot fer un examen de contingut, perquè un examen de contingut és 'has après el que jo t'he ensenyat, la matèria'", "Posen competències tan abstractes i tan difícils d'entendre que jo crec que no es poden avaluar [...] a mi em sembla que els plans docents són una formalitat molt banal".)

Els resultats de l'enquesta del Grau de Periodisme, més baixos en cada competència si els comparem amb els altres graus, poden ser explicats, en part, per un rebuig a la teoria i de demanda de

SECRETARIA TÉCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2

LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

coneixement més pràctic. Els alumnes, tal i com reflexa la transcripció del grup de discussió, no veuen clara la utilitat del coneixement de l'assignatura ("La desmotivació que és arribar aquí, amb un treball que portes anterior i veure que tot és teòric, teòric", "Personalment estic farta de tanta teoria i poca pràctica", "Fem mil voltes a què és periodisme, però no anem a com practicar el nostre ofici".)

Instruments d'avaluació de l'adquisició de competències

Com a resultat del procés de millora de la coordinació entre personal docent, de comparació entre els graus implicats i de posada en comú de materials bibliogràfics emprats fins ara i la recerca de nous materials, hem pogut desenvolupar un conjunt d'eines per tal de ser capaços d'avaluar les competències (Gairín, 2009) proposades als plans d'estudi de les assignatures sobre teories de la comunicació en la Universitat Pompeu Fabra. Com es pot veure en el quadre adjunt a continuació la gran majoria pot ser avaluada, responant així de manera explícita a la sensació de l'alumnat en alguns casos que una determinada competència no pot ser avaluada.

Competències transversals		
Competència a assolir	Eina per avaluar-la	Descripció
1. Obtenir el coneixement general bàsic del camp de la comunicació.	Examen comprensiu	Respondre a unes poques preguntes obertes que plantegin els trets generals de l'assignatura
2. Adquirir la capacitat d'anàlisi i síntesi de la informació.	Pràctica escrita i/o oral	Lectura i síntesi d'un document relacionat amb els continguts de l'assignatura
3. Ser capaç de treballar en equip.	Treball en grup	Simulació de treball en grup on la feina a fer no és pròpiament el contingut del treball sinó el disseny del projecte en base a com aconseguir treballar

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

		realment en grup. Cal que dissenyin un format col·laboratiu de treball (com es repartiran les tasques, com les posaran en comú, com es supervisaran entre ells, etc.)
4. Saber ser crític amb el treball i amb els resultats del seu entorn		
5. Potenciar la capacitat crítica necessària per a reflexionar sobre el que es fa, per a generar noves accions i donar sentit a les pròpies accions.	Assaig analític d'un tema proposat	Autoavaluació dels alumnes en base a un guió
6. Actuar amb llibertat i corresponsabilitat, assumint referents ètics, valors i principis consistents.	No avaluable	-
7. Desenvolupar les capacitats empàtiques i potencia la intel·ligència emocional per a la valoració de situacions dels objectes de l'entorn.	Taller o seminari	Proposta de casos o situacions reals on es dramatitzarà la situació per tal de veure les respostes condicionades (automàtiques) i les respostes òptimes (empàtiques) dels alumnes davant d'elles
8. Ser capaç d'aprendre a aprendre.		Exercicis de resolució de problemes o simulació de cas que els confronti amb els seus prejudicis, hàbits i rutines

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Competències específiques		
Competència a assolir	Eina per avaluar-la	Descripció
1. Obtenir el coneixement i la visió crítica metateòrica dels diferents corrents de les teories de la comunicació i dels seus fonaments metodològics.	Test	Qüestionari amb preguntes tancades o obertes sobre els continguts de les corrents teòriques descrites a classe
2. Adquirir la capacitat d'anàlisi crítica i comprensiva dels fenòmens comunicatius.	Assaig escrit	Desenvolupar arguments a favor i en contra de les opinions més comuns sobre determinats fenòmens comunicatius
3. Saber buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc.	Discussió/Debat en seminari	Plantejar i debatre sobre qüestions complexes que posin de manifest aquesta complexitat dels fenòmens
4. Comprendre que qualsevol fenomen humà es genera en el temps per agents, per relacions socials, per necessitats, per interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una naturalesa reactiva vers els paràmetres presents en el propi context en què es localitza.		

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

5. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb flexibilitat i fluïdesa per madurar actituds d'obertura a noves informacions, situacions i metodologies i plantejar problemes d'investigació.	Pràctica en seminari	Exercicis de resolució de problemes o simulació de cas
6. Conèixer els valors socials vigents a cada moment per a adequar els missatges a aquests valors.	Simulacions	Simular escenaris vinculats al context real que permeti observar com els alumnes adequen els missatges
7. Ser capaç d'aplicar els coneixement teòrics	Projecte	Construir una proposta d'investigació concreta
8. Ser capaç d'aplicar els coneixements teòrics i metodològics		
9. Adquirir capacitat per a plantejar un disseny de recerca en el camp de la comunicació		
10. Saber aplicar la metodologia d'investigació científica per a l'anàlisi de diferents fenòmens comunicatius		
11. Comprendre el procés de la investigació en les seves		

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

diferents fases i com aquestes estan interrelacionades		
12. Ser capaç d'avaluar propostes d'investigació	Estudis de cas	Es plantegen propostes d'investigació concreta (d'altres estudiants d'anys anteriors per exemple) a avaluar

Conclusions

- La percepció del desenvolupament de competències és, en general, bastant elevada.
- Algunes competències generals són massa abstractes per a ser compreses i/o avaluades correctament.
- Les competències específiques es valoren millor que les generals.
- Hi ha una relació entre els resultats d'adquisició de competències per part dels alumnes i la seva crítica al pla d'estudis de les assignatures. A mesura que les competències adquirides són pitjor valorades pels alumnes, aquests són molt més crítics amb el sistema educatiu de l'assignatura i, per extensió, del pla d'estudis del grau.
- Els estudiants aprecien positivament l'organització de l'assignatura (guia docent, programació d'activitats, avaluació, temari, etc.).
- La percepció d'aprenentatge dels estudiants és força positiva, tot i que l'excessiva quantitat de treball pot obstruir el procés d'aprenentatge.
- En el futur s'haurien d'eliminar les competències redundants i reformular aquelles competències massa abstractes que dificulten el procés d'adquisició.

SECRETARIA TÈCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Comunicació Audiovisual

- Els alumnes creuen que la guia docent és clara i útil.
- Els alumnes no fan distinció entre competències específiques i transversals.
- El fet que sigui el grau on les competències assolides han estat millor valorades hauria de fer pensar si pot servir de model de la resta, és a dir, si hi ha elements que puguin traslladar-se als altres graus per millorar-los.

Publicitat i Relacions Públiques

- Encara que els alumnes no estableixen grans diferències entre competències transversals i específiques, sí que podem parlar de petites variacions significatives que fan pensar que les competències específiques són millor compreses, i per tant, assolides.
- Les competències transversals, en canvi, semblen ser percebudes com a idees més abstractes i generals, cosa que fa que siguin més difícils d'assolir i d'avaluar.

Periodisme

- Seria recomanable centrar les guies docents i les competències a la part més específica i concreta de l'assignatura, per tal d'evitar la sensació de que a totes les guies docents posa el mateix. Això evitaria que els alumnes les veiessin com a una formalitat banal i potser minimitzaria altres problemes, com caure en un excés de competències abstractes.
- Els alumnes són conscients que necessiten una base teòrica sòlida, però demanen en la mesura del possible, més contingut pràctic, o si més no, veure clarament com pot aquesta teoria ser aplicada a la pràctica professional.

Bibliografia

SECRETARIA TÈCNICA
VII CIDUI
ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Cáceres, M.D. i Caffarel, C. (1992): "La comunicación en España: planteamientos temáticos y metodológicos entre 1987 y 1990", a *La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (AICE)*. Madrid, A.I.C.E., pp.23-30.

Gairín Sallan, J. (ed.) (2009): *Guía para la evaluación de competencias en el área de las ciencias sociales*. Barcelona, AQU.

García Jiménez, L. (2007): *Las Teorías de la Comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid, Tecnos.

Jones, D.E. (coord) (1995): *Directorio Español de Investigación en Comunicación*. Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya.

Jones, D.E. (1997): "Investigació sobre comunicació social a l'Espanya de les autonomies", a *Anàlisi* nº 21, Universitat Autònoma de Barcelona, pp.100-120.

Jones, D. E. et altri (2000): *Investigación sobre Comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. Barcelona, ComCat.

Martínez Nicolás, M. (2006): "Masa (en situación) crítica. La investigación sobre periodismo en España: comunidad científica e intereses de conocimiento", a *Anàlisi* nº 33, Universitat Autònoma de Barcelona, pp. 135-170.

Martínez Nicolás, M. (2008): "La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales", a M. Martínez Nicolás (coord.) *Para investigar la comunicación. Propuestas teóricas-metodológicas*. Madrid, Tecnos, pp.13-52.

Moragas, M. de (1981): *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili.

Pedró Garcia, F. (Dir.) (2005): *Manual d'introducció a la docència. Horitzó Bolonya*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.

Piñuel, J.L. i Lozano, C. (2006): *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona, Paidós.

SECRETARIA TÉCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2



LA UNIVERSITAT: UNA INSTITUCIÓ DE LA SOCIETAT

Rodrigo Alsina, M. (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.

Rodrigo Alsina, M. i Estrada, A. (2007): "El reto de la docencia de Teoría de la Comunicación *on line* y presencial en el marco del EEES", en *Estudos em Comunicaçao* nº 1, Universidad da Beira Interior (Portugal), pp. 332-361.

Sierra Sánchez, J. (coord.) (2010): *Los estudios de ciencias de la Comunicación en el EEES*. Madrid, Fragua.

Sierra Sánchez, J. i Sotelo González, J. (coord.) (2010): *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de ciencias de la Comunicación*. Madrid, Fragua.

Universitat Pompeu Fabra (2009): *L'organització de la docència a la UPF. Guia per als estudis de grau i de postgrau*. Barcelona, Universitat Pompeu Fabra.

Valbuena, F. (1997): *Teoría General de la Información*. Madrid, Noesis.

SECRETARIA TÉCNICA

VII CIDUI

ISBN 978-84-695-4073-2