



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

El pensament creatiu com a facilitador de la competència ètica i deontològica en el Grau de Publicitat i Relacions Públiques de la Universitat Pompeu Fabra

Introducció de l'ètica i la deontologia professional en la docència de la Universitat Pompeu Fabra

Obradors, Matilde

Universitat Pompeu Fabra
Departament de Comunicació
Roc boronat, 138; 08018 Barcelona (Espanya)
matilde.obradors@upf.edu

Da Rocha, Irene

Universitat Oberta de Catalunya
Estudis de Ciències de la Informació i la Comunicació
Rambla del Poblenou, 156; 08018 Barcelona (Espanya)
irene.darocha@uoc.edu

Fernández-Aballí, Ana

Universitat Pompeu Fabra
Grup de recerca UNICA
Roc boronat, 138; 08018 Barcelona (Espanya)
anafernandezaballi@gmail.com

- 1. RESUMEN:** L'Estratègia EU2020 busca introduir competències i valors per aproximar-se de manera crítica a problemàtiques socials. Fracassar en la introducció d'aquests valors i habilitats en la pràctica professional del alumnat de PUBRP resultarà en la perpetuació dels imaginaris públics i estructures de consum amb conductes socialment perjudicials. El projecte pretén generar el debat entre professorat pel que fa a l'ètica en la seva docència, i facilitar materials de suport per a aquesta reflexió.
- 2. ABSTRACT:** European Strategy 2020 pursues the introduction of competences to a critical approach to different social problems. Failing in the correct introduction of these values and skills in the students' professional practices will end up in the perpetuation of the public imaginary and consuming structures that promote behaviors socially



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

damaging. This project wants to generate debate and reflection among the teachers about ethics in their teaching, and also offers support materials for this reflection.

3. PALABRAS CLAVE: Ètica, Deontologia, Publicitat i Relacions Públiques, Recerca i Innovació Docent, Creativitat.

KEYWORDS: Ethics, Advertisement and Public Relations Deontology, Teaching innovation research, Creativity.

4. DESARROLLO:

Introducció i objectius

D'acord amb els estudis sobre l'ètica en HECS a Espanya, els mestres coincideixen en la importància de l'ètica per a la pràctica professional, però no estan d'acord en quins valors són prioritaris (García López et al., 2009). Per contra, l'alumnat és conscient de la importància dels valors socials relacionats amb la professió (Fondevila i Lluís del Olmo, 2013; Peinado Miguel et al., 2012), però semblen donar més importància als valors individuals que consideren assolibles a través dels estudis de comunicació –l'esforç i l'autorealització, per exemple- que als valors socials que poden promoure a través de la pràctica ètica de la professió (Peinado Miguel et al., 2012).

L'Estratègia Europea 2020 estableix una intencionalitat d'introduir competències i valors per aproximar-se de manera crítica a les desigualtats de gènere, la diversitat, la participació i les estructures democràtiques, la solidaritat, la globalització, l'ús responsable de les TIC i la sostenibilitat del medi ambient entre l'alumnat. A més, aquests valors han d'estar acompanyats per un clar sentit de la competitivitat, la creativitat i la innovació en la solució de problemes, ja que aquests són els valors que els professionals de la comunicació estableixen com a desitjats. Fracassar en la introducció adequada d'aquests valors i habilitats en la pràctica professional del alumnat resultarà en la perpetuació dels imaginaris públics i estructures de consum que promoguin conductes socialment perjudicials -per exemple, intolerància cap a la diversitat i la dessensibilització enfront de la violència- en la seva educació.

La finalitat del projecte és d'una banda analitzar la situació sobre l'estat de l'ètica i la deontologia professional en la docència del Grau en Publicitat i Relacions Públiques a la Universitat Pompeu Fabra, i com a resultat de l'anàlisi, s'ha dissenyat el material Eines per al desenvolupament del pensament crític com a catalitzador de l'Ètica i la Deontologia professional.



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

Metodologia de treball

La metodologia que es va emprar va ser una anàlisi semiòtica de les peces audiovisuals de l'alumnat de PUBRP de la Universitat Pompeu Fabra. Per a això es va comptar amb una mostra d'un total de 57 vídeos procedents del projecte final obligatori de l'assignatura Cultura Visual Contemporània de 80 estudiants, en el qual els i les estudiants havien de fer un portafoli dels treballs realitzats durant el Grau (cursos 2012-2013 i 2013-2014). L'anàlisi de les peces audiovisuals es va realitzar mitjançant una rúbrica de variables que presentem resumida en les següents àrees: identificació de la peça, nivell discursiu, nivell semiòtic, nivell denotatiu, nivell Connotatiu i nivell Axiològic. Aquesta rúbrica permetia identificar els elements constitutius de la peça audiovisual, tant en la seva composició estètica, com en la seva significació simbòlica. A partir d'aquí, es van definir un conjunt de variables atributives a l'ètica i la deontologia dins de la professió PUBRP, i es van contrastar amb els resultats de l'anàlisi semiòtica.

Posteriorment, també es van analitzar quines són les competències de cadascuna de les assignatures de l'itinerari de creativitat publicitària del grau, així com quines són les competències que apareixen als plans docents d'assignatures d'ètica de diferents universitats espanyoles.

A continuació, aquestes anàlisis es van complementar amb entrevistes en profunditat al professorat i un qüestionari a l'alumnat recollit a 19 alumnes. L'objectiu d'aquest enfocament era obtenir una comprensió holística d'on es troba la dimensió ètica dins del Grau en Publicitat i Relacions Públiques a la UPF, per avançar encara més en el camp de l'ètica dins de la professió i la seva docència.

Per finalitzar, el punt on convergeixen totes aquestes investigacions és a la Guia pel desenvolupament del pensament crític com a catalitzador de l'Ètica i la Deontologia professional al grau en Publicitat i Relacions Públiques, un document que pretén servir de referència al professorat per a la incorporació de l'ètica i la deontologia professional al grau a través de recursos, mètodes i exemples sobre bones pràctiques en aquest àmbit.

Resultats del projecte i evidències obtingudes

La primera anàlisi realitzada dels portafolis ens va mostrar que sovint els estudiants construeixen peces creatives a partir de discursos de gènere estereotipats que reforcen l'objectivació de la dona i la presenten com un agent passiu que soluciona les seves necessitats a través del consum. Així doncs, la major part dels vídeos mostrava un alt índex de creativitat, però no passava el mateix amb l'ètica, ja que els continguts no eren abordats d'una manera crítica. Normalment, categories com el gènere, la interculturalitat, la solidaritat, la participació



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

ciudadana, l'ús sostenible de les TIC o el consum responsable o no apareixien o ho feien d'una manera ambigua, construint així estereotips negatius.

Com a conclusió d'aquesta primera anàlisi, doncs, podem dir que sembla que no hi ha una relació directa entre la creativitat i l'ètica, però sí podem trobar certa relació si apliquem el pensament crític propi del discurs ètic al procés de solució creativa, ja que l'estudi mostrava que la creativitat i l'ètica en algunes ocasions podien coexistir. D'aquesta manera, el pensament crític es podria convertir en una competència clau per a introduir l'ètica i la deontologia a l'itinerari de creativitat publicitària. En el cas dels estudiants vam trobar reforçades les mateixes discrepàncies entre ètica i creativitat trobades a l'anàlisi dels portafolis, i vam observar que tot i que de manera individual els alumnes diuen vetllar per la construcció de peces creatives ètiques, assumeixen com a natural que la professió no ho sigui. Així doncs, un cop més el pensament creatiu semblava ser el pont entre aquests dos àmbits.

Guia per a la incorporació de l'Ètica i la Deontologia Professional en la Docència d'Educació Superior de Publicitat i Relacions Públiques a la Universitat Pompeu Fabra

Es van elaborar unes fitxes per a la incorporació de l'ètica i la deontologia a la docència. Per cadascuna de les competències i valors proposats per l'Estratègia Europea 2020, es van suggerir estratègies i consells per a la introducció de l'ètica a la docència del Grau en Publicitat i Relacions Públiques de la UPF. El contingut d'aquestes fitxes és orientatiu i serveix com a punt inicial perquè els professors potenciïn la reflexió i la consciència social. En principi s'han plantejat sis fitxes:

FITXA 1. Gènere.

FITXA 2. Interculturalitat/globalització.

FITXA 3. Participació ciutadana i visió crítica.

FITXA 4. Ús responsable de les TIC.

FITXA 5. Solidaritat.

FITXA 6. Consum responsable i el respecte pel medi ambient.

A cadascuna de les fitxes, s'inclou una breu descripció de la competència i es planteja el tema, l'activitat i l'aprenentatge així com un material de suport que consisteix en exemples de bones pràctiques de la categoria, perquè el professorat tingui al seu abast guies per contrastar els resultats dels alumnes. A continuació, exposem un exemple de guia per il·lustrar el seu contingut:

FITXA 5. Solidaritat



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

Breu descripció

El sentiment de solidaritat és clau per a construir una societat unificada i que avança en bloc en direcció al bé comú. Com molts altres valors ètics, aquesta és una sensibilitat que s'aprèn, s'exercita, per tant d'alguna manera també es pot ensenyar. Per a molts alumnes, el pas per la universitat és l'etapa culminant de la seva vida acadèmica, pel què una correcta assimilació d'un valor com la solidaritat durant el grau podria construir un pont entre allò que els joves han après durant tota la seva vida com a estudiants i la seva vida professional que està a punt de començar. Són cada dia més les empreses que inclouen la responsabilitat social corporativa en el seu dia a dia, i són molts els individus que en el seu temps lliure realitzen voluntariat solidari. No obstant, sovint sembla que solidaritat i professionalitat pertanyin a dos mons diferents. L'objectiu d'aquesta fitxa és, doncs, contribuir a entendre la professió de la publicitat i les relacions públiques com una responsable més de tot el procés social en què s'inclou la solidaritat.

Tema

A vegades, la teoria i la pràctica a l'ètica són difícils d'estudiar de manera aïllada. La teoria apareix en els casos concrets i viceversa, pel què és més senzill reflexionar i tenir una visió crítica dels esdeveniments com un tot que discernint entre allò abstracte o intangible i allò real o tangible.

Activitat

Abans de la sessió, els alumnes han d'informar-se sobre què és la solidaritat: quins autors han parlat d'ella, quines definicions existeixen, quins organismes i individus la practiquen, etc. Posteriorment, es posen en comú les informacions i s'inicia un debat al voltant de la pregunta: Quan una empresa realitza accions solidàries, ho fa per interessos comercials? És ètic?

Aprenentatge

- Establir una unió entre la teoria ètica i deontològica i la professió.
- Exercitar la capacitat de reflexionar sobre la relació entre societat, empresa i ciutadania/consumidor.
- Capacitat d'emetre judicis sobre dilemes ètics relacionats amb la publicitat i les relacions públiques de manera prudent, eficaç i raonada, argumentant els propis arguments i arribant a un acord.

Material de suport

Exemples de bones pràctiques de la categoria

- CocaCola – Comparte felicidad. <https://www.youtube.com/watch?v=AJXIZopnwhM>



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

- Lotería – El mayor premio es compartirlo. <https://www.youtube.com/watch?v=hs884VST2CM>
- Aquarius – Pueblos. https://www.youtube.com/watch?v=47w_QBDVPDw
- Mahou – O todos o ninguno. <https://www.youtube.com/watch?v=q7K3ONllqwU>

Conclusions

- Les conclusions principals d'aquesta recerca són les següents:
- Actualment, al col·lectiu universitari no existeix la concepció de la professió de la publicitat i les relacions públiques com a ètica.
- Per aquest motiu, es segueixen reproduint fórmules i estereotips que condensen cosmovisions i que perpetuen injustícies socials.
- L'ètica acostuma a ser percebuda com un assumpte individual, que pertany a l'esfera íntima i que cadascú s'autoregula, pel què s'assumeix que no es pot ensenyar/aprendre i tampoc se li demana a la professió ni al mercat que ho sigui.
- El pensament crític podria servir per a establir un pont entre l'ètica i la creativitat al grau en Publicitat i Relacions Públiques, no com a metodologia docent sinó com a complement transversal a totes les assignatures que contribueixi a entendre la professió d'una manera socialment responsable (per això neix la Guia docent).

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alonso, L. E., Fernández Rodríguez, C. J., & Nyssen, J. M. (2008). El debate sobre las competencias. Una investigación cualitativa en torno a la educación superior y el mercado de trabajo en España. Madrid: ANECA.

Armitage, A. (2011). Critical pedagogy and learning to dialogue: towards reflexive practice for financial management and accounting education. *Journal for Critical Education Policy Studies*, 104–124.

Aubert, A., & García, C. (2009). La pedagogía crítica y el éxito académico de todos y todas. *Revista Electrónica Teoría de La Educación. Educación Y Cultura En La Sociedad de La Información.*, 10(3), 231–242.

Bernabeu Tamayo, M. D. (2009). Estudio sobre innovación educativa en universidades catalanas mediante el aprendizaje basado en problemas y en proyectos. *Universitat Autònoma de Barcelona*.

Bolívar, A. (2006). El discurso de las competencias en España: educación básica y educación superior. *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, Mon. 2, 1–23.



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

Campbell, L. H., & McDonagh, D. (2008). Visual Narrative Research Methods as Performance in Industrial Design Education. *Qualitative Inquiry*, 15(3), 587–606.

Cascante Fernández, C. (2009). Remake Bologna? A Political Analysis of the Statements Regarding the Creation Process of the Higher Education European Area. *Revista Española de Educación Comparada*, 15, 131–161.

Cascante Fernández, C. (2013). La investigación-acción crítica y nosotros (que te quisimos tanto). *Revista Interuniversitaria de Formación Del Profesorado*, 77(27,2), 45–64.

Chege, M. (2009). Literacy and Hegemony: Critical Pedagogy Vis-a-vis Contending Paradigms. *International Journal of Teaching and Learning in Higher Education*, 21(2), 228–238.

Dehler, G. E. (2009). Prospects and Possibilities of Critical Management Education: Critical Beings and a Pedagogy of Critical Action. *Management Learning*, 40(1), 31–49.

Gale, K. (2010). An Inquiry in to the Ethical Nature of a Deleuzian Creative Educational Practice. *Qualitative Inquiry*, 16(5), 303–309.

García García, M. J., & Arranz, G. (2010). Ecompetentis: una herramienta para la evaluación de competencias genéricas. *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, 8(1), 111–120.

García San Pedro, M. J. (2010). Diseño y validación de un modelo de evaluación por competencias en la universidad. *Universidad Autónoma de Barcelona*.

Giroux, H. A. (2010). Lessons from Paulo Freire. *Chronicle of Higher Education*, 2–5.

Hager, P., & Holland, S. (2002). Enhancing the learning and employability of graduates. *Business/Roundtable*, 9, 1–16.

Hernández, L. (2010). Antes de empezar con metodologías participativas. *Cuadernos Cimas*, 1–31.

Jacobs, G., & Murray, M. (2010). Developing critical understanding by teaching action research to undergraduate psychology students. *Educational Action Research*, 18(3), 319–335.

Le Boterf, G. (2000). *Ingeniería de las competencias*. Barcelona: Epise.

O'Brien, M. (2013). Repositioning the subject discipline for an “academic-enhancement” model of widening participation: A philosophical sketch. *Active Learning in Higher Education*, 14(3), 241–250.

Sanz Fernández, F. (2006). La mercantilización de la educación como escenario mundial del espacio europeo de educación superior. *Educación XXI*, 9, 57–76.



IMPACTOS DE LA INNOVACIÓN EN LA DOCENCIA Y EL APRENDIZAJE

Secretaría General de Universidades. (2014). Datos básicos del sistema universitario español: curso 2013-2014. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

Wanggren, L., & Milatovic, M. (2014). Spaces of Possibility: Pedagogy and Politics in a Changing Institution. In A. Wardrop & D. Withers (Eds.), *The Para-Academic Handbook* (Hammer/on., pp. 31–38). Bristol.