

Estudios de Comunicación en la UPF en clave de innovación social: iniciativas docentes con metodología Aprendizaje-Servicio en grado y máster

Social Innovation in UPF's Communication Degrees: How to apply the service-learning methodo- logy both in Bachelor's and Master's studies

*Mònica Figueras-Maz; Carme Hernández Escolano;
Manel Jiménez Morales; Pilar Medina Bravo;
Beatriz García Cortés; Rafael Pedraza Jiménez;
Josep M. Palau Riberaygua*

Universitat Pompeu Fabra (UPF)

Resumen

Las iniciativas docentes de la UPF tratan de velar y dar respuesta inclusiva a necesidades concretas y a desequilibrios socioeconómicos, desde el entorno más cercano, diferenciándose de los proyectos de solidaridad y cooperación, como indica el Plan Estratégico 2016-2025.

Las distintas iniciativas de Aprendizaje Servicio se plantean como proyectos de innovación educativa desde este paradigma metodológico y conjuntamente a través de titulaciones diversas.

El análisis de las experiencias se realiza a través de una metodología mixta: valoración de los docentes en las asignaturas a partir de un cuestionario y percepción cualitativa de las experiencias llevadas a cabo, distinguiendo entre las de innovación social, en concreto aquellas que aplican el ApS.

Palabras clave: Aprendizaje servicio, innovación social, inclusión, comunicación.

Abstract

According to the 2016-2025 Strategic Plan, UPF must satisfy and safeguard the needs of those students with a socioeconomic imbalanced situation. This is achieved through the application of different teaching methodologies and through solidarity and cooperation plans.

Service-learning is a teaching innovation methodology applied in different UPF degrees by means of several projects. Courses containing service-learning experiences are qualitatively analysed through satisfaction surveys that evaluate both the teachers and the methodology used in class.

Keywords: Service-learning, social innovation, inclusion, communication.

Introducción

Las iniciativas docentes de la Universitat Pompeu Fabra (UPF) orientadas a promover la innovación social en la educación superior son diversas, incluyen las que aplican metodología de Aprendizaje-Servicio (ApS) y se distinguen de aquellas que se desarrollan desde el voluntariado (Rubio, Prats y Gómez, 2013). En conjunto, todas ellas tratan de dar respuesta inclusiva a necesidades concretas y a desequilibrios socioeconómicos del entorno, diferenciándose de los proyectos de solidaridad y cooperación, según el Plan Estratégico 2016-2025 (UPF, 2016).

La UPF está ubicada en tres campus urbanos de Barcelona y es en este entorno próximo donde el ApS inicia sus pasos. El distrito de Ciutat Vella, que cuenta con altos índices de población en situación de riesgo de exclusión social y un alto porcentaje de inmigración (Martínez Celorrio, 2016). De los diez distritos barceloneses, Ciutat Vella es el que concentra más población extranjera. Casi la mitad de los residentes (43.13%) han llegado del extranjero, según el padrón municipal de habitantes recogido por el Idescat, y cuenta con escasos referentes universitarios en el entorno.

Las distintas experiencias realizadas hasta ahora y las que están en curso han planteado la necesidad de asesorar sobre temáticas relacionadas con cada titulación (el emprendimiento social, la economía social, la publicidad institucional, etc.) a colectivos diversos (adultos en riesgo social, adolescentes y escolares con dificultades de aprendizaje, etc.) y poner al servicio de las entidades las experiencias de estas realidades en contextos de aprendizaje de grado y máster diversos (Hernández *et al.*, 2015).

Objetivos

Se cuenta con una trayectoria institucional de conjunto y procede iniciar un análisis específico que dé perspectiva por ámbitos y titulaciones (UPF, 2015). Se trata de extraer evidencias sobre cómo ha calado la innovación social, a través de la metodología de ApS entre las titulaciones de Comunicación.

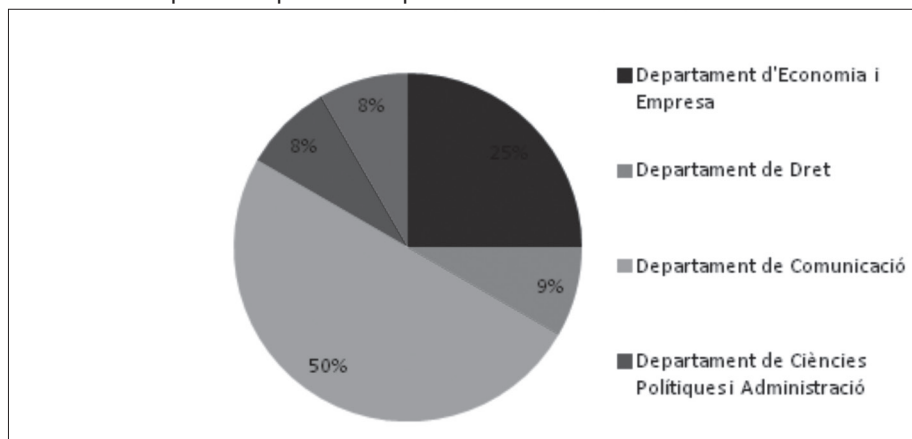
Los estudios de Comunicación la UPF incluyen las titulaciones de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas. La influencia de los medios de comunicación y sus profesionales han sido clave para seleccionar estas iniciativas docentes y conocer el grado de aplicación y satisfacción de la metodología de clave social, como el ApS.

Metodología

El análisis de las experiencias se realiza a través de una metodología mixta, que tiene en cuenta la valoración de los docentes en las asignaturas a partir de un cuestionario y su percepción cualitativa de las experiencias llevadas a cabo.

El estudio se ha llevado a cabo a partir de un conjunto de las 12 iniciativas de innovación social que la UPF ha llevado a cabo en el transcurso del 2014-2017 (6 del ámbito de la Comunicación, y de éstas 5 de ApS). El 50% de las experiencias

Gráfico 1. Participación del profesorado por áreas de estudio en el estudio.



corresponden a dicha área de conocimiento, motivo por el que se ha escogido para su análisis y ha permitido obtener y contrastar resultados. De ellas el 83% han aplicado la metodología del ApS.

Desarrollo de la experiencia y del estudio

En el caso de la asignatura de grado ‘Comunicación Publicitaria’, cada uno de los 20 grupos debía elegir una entidad de la Plataforma del Tercer Sector de Catalunya y contactar con ella para ofrecerse a diseñarles una campaña comunicativa. La Plataforma recoge a las diferentes entidades sin ánimo de lucro que concentran sus objetivos a la atención de colectivos vulnerables (pobreza, enfermedad, orientación sexual, etc) y/o en riesgo de exclusión social (inmigrantes, personas sin techo, niños y adolescentes en situación de exclusión social o pobreza, etc).

Por lo que se refiere al Trabajo de Final del Máster (TFM) en Estudios Internacionales sobre Medios, Diversidad y Poder, la autora plantea una reflexión sobre la representación multicultural en la publicidad española a través de un enfoque multiaxial que responde a tres metodologías de análisis: una serie de entrevistas cualitativas con profesionales del campo de la comunicación, unas encuestas cuantitativas en relación a la percepción social del objeto de análisis y, finalmente, una serie de *workshops* con un grupo de adolescentes de la entidad *AEIRaval*, que atienden a jóvenes de primera y segunda generación de inmigrantes. En estos *workshops* se discutió, a través de diferentes actividades, la autopercepción de los jóvenes en contraste con la imagen que aparece en los anuncios de personas de su misma edad. Y se acabó por desarrollar y producir una campaña publicitaria para combatir la ausencia de representación multicultural y ayudar a la integración social con el lema «¿Qué diferencia hay en ser diferente?».

Radio Escuela, otro de los proyectos, es un espacio dentro de UPFRadio que tiene por objeto hacer partícipes a niños y niñas y convertir la emisora en una

herramienta pedagógica entre colectivos en zonas en riesgo de exclusión social, a través del desarrollo de habilidades comunicativas, orales y escritas, creatividad, pensamiento crítico y el trabajo en equipo. El proyecto se enmarca en un Trabajo de Fin de Grado (TFG) que se basa en elaborar un programa radiofónico con adolescentes (13-16 años) del Centro Abierto de Adolescentes *del Casal dels Infants del Raval*.

Otra de las iniciativas se lleva a cabo con la entidad *Fundació Servei Solidari*, tuvo por objeto capacitar para la emprendeduría social a usuarios en riesgo de exclusión social. En el transcurso del 2016-2017 se desarrolló una experiencia orientada al acompañamiento de usuarios y al diseño de recursos y espacios web para divulgar los servicios y productos.

El aprendizaje generado entre el alumnado participante también se adapta a cada situación. Un aspecto relevante de la experiencia 'Comunicación Publicitaria' es que la aproximación a la entidad sea poner los conocimientos adquiridos a lo largo de la formación universitaria en clave de servicio. El alumnado tiene la oportunidad de tomar contacto con la vulnerabilidad social (en algunos casos quizá por primera vez) y lo hace desde una perspectiva lo más profesional posible con lo que ello comporta (saberse adaptar a las necesidades del cliente/entidad, organizarse internamente como equipo de trabajo que tiene que dar respuesta profesional a una demanda real; reflexionar sobre los aspectos éticos que implica cualquier ejercicio profesional, etc.).

Las principales conclusiones sobre el aprendizaje derivado del TFM en Estudios Internacionales sobre Medios, Diversidad y Poder aluden a la necesidad de crear, entre la comunidad de jóvenes participantes, un marco contextual sobre el tema de la multiculturalidad y su representación en medios, así como un espacio discursivo crítico para que pudiesen analizar, con cierta madurez y conocimiento, el tema que se expone. Se asumió, de entrada, que los adolescentes participantes, por el hecho de ser hijos de inmigrantes o ser inmigrantes de primera generación, tenían conciencia de cómo los estaban representando los medios y ese fue uno de los aprendizajes iniciales del estudio: hacía falta generar una reflexión profunda sobre este tema y llevar a los jóvenes hacia un proceso de interrogación que sirviese como base para el desarrollo de actividades. Por otra parte, el segundo aprendizaje significativo fue entender que los mecanismos cognitivos de los participantes se basaban ya, en sí mismos, en prejuicios autolimitadores, pero también en prejuicios hacia terceros. Con lo cual, la otra dinámica que se tuvo que poner en circulación fue la de desautomatizar las ideas preconcebidas hacia los adolescentes y hacia otras personas, y empezar a elaborar una campaña que partiese de la descomposición de los códigos habituales de creación publicitaria. Finalmente, el último aprendizaje de alta relevancia fue asimilar el impacto de la campaña en el entorno inmediato, entre los propios familiares de los participantes, los cuales nunca habían puesto interés en cuestiones como esta.

Radio Escuela se plantea la experiencia ApS a través del TFG como modalidad de trabajo en medios propios, bajo la tutorización del docente-director de UPF Radio. El alumnado se responsabiliza de llevar a la práctica las sesiones preparatorias y los talleres para que los niños y niñas participen la preparación y puesta

en práctica de un programa de radio. Lo que requiere, por una parte, el trabajo de la expresión oral y escrita, así como habilidades comunicativas y de síntesis, y, por otra, la reflexión sobre el entorno, un aspecto clave en el trabajo periodístico. Supone un desafío profesional y humano, que contribuye a adquirir habilidades pedagógicas, comunicativas, organizativas y con una orientación a resultados. Así mismo, supone un contacto directo con la realidad que contribuye a despertar un genuino interés por la alteridad y las acciones sociales solidarias.

El proyecto de emprendeduría social se ha centrado en dar apoyo y asesoramiento a quienes iniciaban la definición de su plan de empresa, sea desde el acompañamiento presencial, como de la generación de recursos digitales. Las asignaturas implicadas han favorecido un servicio orientado a facilitar el aprendizaje desde la aplicación práctica y contextualizada a las necesidades de un proyecto de difusión de productos y servicios de emprendedores sociales en riesgo de exclusión social.

Resultados y conclusiones

Las evidencias muestran que la implicación del alumnado en entidades externas, a través de acciones de aprendizaje contextualizadas, desde el entorno próximo a la que se desarrolla el servicio favorece resultados óptimos (Furco y Billig, 2002).

Las distintas iniciativas de ApS se plantean como proyectos de innovación educativa desde este paradigma metodológico y conjuntamente a través de titulaciones diversas (Pagés et al., 2016). Las prácticas curriculares, el trabajo específico de asignaturas, así como el TFG y TFM, son algunos de los contextos de aprendizaje desde los que se han favorecido dichos proyectos.

La valoración de las iniciativas se recopiló a través de un cuestionario de autoevaluación y mejora (GREM, 2014) y querían recoger los resultados de las experiencias de ApS en el ámbito de las titulaciones de Comunicación. (ver Tabla 1).

La valoración es más alta en la mayoría de los ítems, destaca la opinión de que los proyectos que aplica esta metodología fomenta el trabajo en equipo (4), el aprendizaje (3,8) y la participación (3,8) y el reconocimiento (3,7) y la implicación del partenariado (3,7). Respecto a las puntuaciones por debajo a la media general, cabe tener en cuenta que coincide en todos los casos con aspectos relativos a la consolidación de la experiencia tanto en el ámbito de la UPF como de la entidad, lo que pone de relieve la necesidad de trabajar este aspecto.

La satisfacción global en el caso de Comunicación es de 9, una de las puntuaciones más altas, si además se tiene en cuenta que la representación de este colectivo es la mayor de la muestra UPF (50%) y donde además no hay variación interindividuos, la desviación típica es 0.

La valoración del profesorado de Comunicación sobre la metodología del ApS ha sido altamente satisfactoria, la más compacta de la muestra analizada. Con todo será preciso en el futuro obtener valoraciones del alumnado, así como de las entidades y usuarios de servicio, para identificar su percepción y obtener indicadores de mejora que consoliden dichas iniciativas.

Tabla 1. Cuestionario Autoevaluación y mejora de iniciativas de innovación social.

Grado en el que tu proyecto de innovación social atiende	
Necesidades concretas y reales	1-4
Grado en el que el proyecto fomenta	
Servicio	1-4
Aprendizaje	1-4
Participación	1-4
Trabajo en equipo	1-4
Reflexión	1-4
Reconocimiento	1-4
Evaluación continua	1-4
Valoración de la implicación	
Partenariado	1-4
Grado de	
Consolidación a la UPF	1-4
Consolidación a la entidad	1-4
Se ha aplicado la metodología de Aprendizaje-Servicio	Sí/No
Grado de satisfacción global	1-10
Observaciones	

Fuente: a adaptación de GREM, 2014.

Gráfico 3. Grado de satisfacción global comparado.

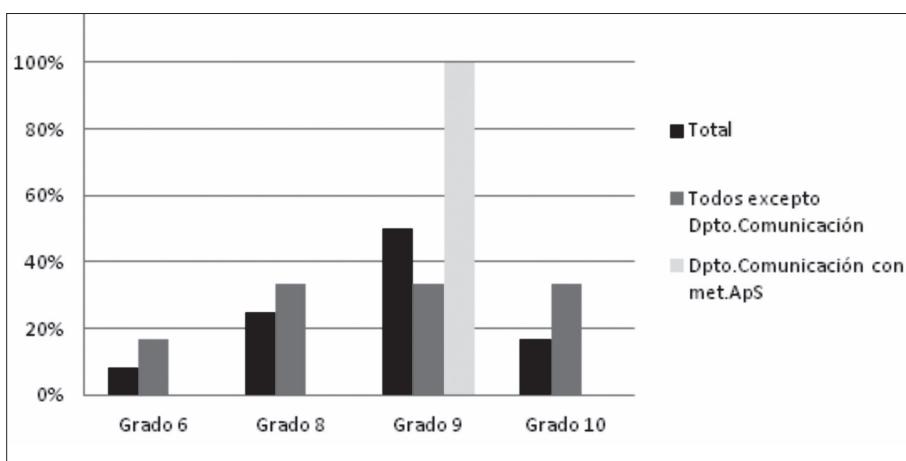
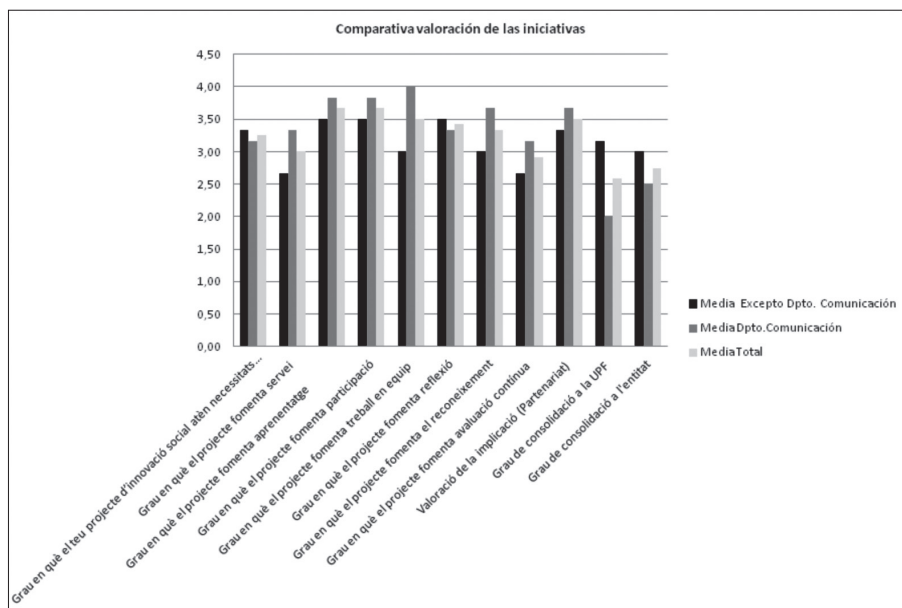


Gráfico 2. Comparativa de los resultados con los resultados generales.



Referencias

- Furco, A. y Billig, S.H. (Eds.) (2002). *Service-Learning: The Essence of the Pedagogy*. Connecticut: Information Age Publishing.
- Grup de Recerca en Educació Moral (2014). *Rúbrica per a l'autoavaluació i la millora de projectes d'Aps*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Hernández, C., Monllau, T.M., Fernández, A., Domingo, S., y Martín, I (2015). Aprendizaje-Servicio para emprender con microfinanzas: diseño de un modelo interdisciplinar de análisis de impacto de proyectos Aps en la Universitat Pompeu Fabra. En J. Carrillo-Rosúa, J.L. Arco-Tirado y F.D. Fernández-Martín (eds.). *Investigando la mejora de la enseñanza universitaria a través del Aprendizaje-Servicio* (pp. 179-184). Granada: Editorial Universidad de Granada.
- Martínez Celorrio, X. (2016) Cohesionar la ciudad desde la escuela. *El Periódico de Catalunya* (13 de abril de 2016). Recuperado de: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/opinion/cohesionar-ciudad-desde-escuela-5049104>
- Pagés, T., Escolano, C. H., Márquez, D., García, C. B., Abadía, R., Artur, M. I. U., ... & Jorba, H. (2016). La innovación como competencia docente en la universidad: innovación orientada a la mejora de aprendizaje. *Aloma: revista de psicología, ciències de l'educació i de l'esport Blanquerna*, 34(1), 33-43.
- Rubio, L.; Prats, E. y Gómez, L. (Coord) (2013). *Universitat y Sociedad. Experiències de Aprendizaje-Servicio en la Universitat*. Barcelona: ICE, UB.
- Universitat Pompeu Fabra (UPF) (2015, mayo 25). Projectes d'aprenentatge servei i responsabilitat social a la UPF [Archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Y0k13MEj4nw> Universitat Pompeu Fabra (UPF) (2016). Plan Estratégico de la Universitat Pompeu Fabra 2016-2025.