



UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación y Mejora de la Calidad Docente

Convocatoria 2015

Nº de proyecto: 368

“Innovación docente y desarrollo de proyectos profesionales a través de la
cooperación y la inteligencia colectiva”

Nombre del responsable del proyecto: Laia Falcón Díaz-Aguado

Centro: Facultad de Ciencias de la Información

Departamento CAVP I

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

Antes de enumerar los objetivos con que se presentó este proyecto, puede resultar oportuno resumir el marco esencial desde el que estos se plantearon ya en una edición anterior (Proyecto de Innovación Docente 363, de 2014): desde un contexto interdisciplinar de actividades docentes destinadas a reunir a estudiantes de últimos cursos de distintas carreras de la UCM (Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas, Psicología...), este proyecto se diseñó para abordar el desarrollo de competencias con las que cada alumno participante pudiera diseñar y empezar a afrontar un proyecto propio con el que guiar el puente entre sus estudios universitarios y el inicio de su vida profesional.

Las innovaciones docentes que aquí se propusieron querían seguirse aplicando en un seminario interdisciplinar reconocido por la UCM (con 3 créditos para alumnos de Grado). Sus actividades y metodología (descritas más adelante) habían nacido el curso anterior como respuesta a demandas concretas de los propios estudiantes, articulándose en torno a dos técnicas que resultaban esenciales en su momento de desarrollo académico.

1. "Aprender-haciendo" un proyecto profesional propio que integrara los conocimientos adquiridos durante la carrera y buscara potenciar la especificidad vocacional de cada estudiante. Los alumnos de últimos cursos expresan con frecuencia una fuerte inquietud acerca de su capacidad para conectar lo aprendido a lo largo de sus estudios universitarios iniciales (licenciatura o grado) con las habilidades que van a necesitar para convertir tal bagaje en una práctica profesional. También perciben dificultad para conectar lo aprendido y las exigencias profesionales con las razones vocacionales por las que eligieron su carrera. En muchos casos estas inquietudes pueden llevarles a infravalorar sus competencias y a adoptar un discurso que dificulta aún más su desarrollo profesional en un contexto que, ya de por sí, es muy difícil. De aquí surgió la necesidad de una de las principales innovaciones de este proyecto: crear actividades docentes específicas (en grupos de trabajo interdisciplinares) para que cada participante pueda, a lo largo de un curso, reunir lo aprendido durante la carrera y diseñar, defender y, en algunos casos, empezar a realizar su propio proyecto profesional.
2. A lo largo de un curso, el aprendizaje cooperativo y los métodos de inteligencia colectiva se concretarían en intercambios interdisciplinares basados en la presentación de proyectos, el intercambio de conocimientos y perspectivas para poder enriquecerlos y realizarlos y la presentación final de las fases llevadas a cabo. Con la dirección de docentes de distintas disciplinas de la UCM, los alumnos de Comunicación Audiovisual, por ejemplo, ayudarían a los de Psicología y Publicidad y Relaciones Públicas a analizar y realizar materiales concretos de alfabetización audiovisual, a mejorar la articulación técnica y el planteamiento estético de proyectos audiovisuales (documentales, presentaciones a congresos, presentación de proyectos, spots publicitarios y campañas sociales...); a su vez, los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas ayudarían a sus compañeros de otras carreras en la toma de conciencia de diversos

métodos de creatividad y resolución de problemas, en el diseño y realización de materiales de presentación (tales como el curriculum vitae, páginas web, dosieres de proyectos realizados, acción en redes sociales) y a la mejora de sus comunicaciones en entrevistas y presentaciones públicas; los alumnos de Psicología ayudarían a sus compañeros de Ciencias de la Información a incorporar una perspectiva psicológica más completa y actualizada que la que suelen tener, para poder enriquecer, entre otras aplicaciones, la elaboración de sus mensajes audiovisuales, las características psicológicas de los personajes de sus narraciones de ficción o los estudios de perfiles para la publicidad de sus productos.

Los objetivos de este programa se dividían así en dos grandes grupos:

A. Objetivos relacionados con las competencias que se pretendía desarrollar en los estudiantes participantes.

1. Competencias para la inserción laboral de los estudiantes, que se diseñarían y pondrían en práctica en situaciones profesionales vinculadas a oportunidades y convocatorias concretas existentes en 2015: entrevistas de trabajo, concursos para jóvenes creadores, presentación de proyectos a ayudas y subvenciones nacionales e internacionales (para la realización de obras audiovisuales, programas para jóvenes emprendedores, concursos de agencias...).
2. Competencias relacionadas con el emprendimiento para la presentación a convocatorias y ofertas de trabajo para jóvenes emprendedores; para el establecimiento de nuevas alianzas profesionales entre sí aprovechando sus distintos bagajes académicos; y para la creación de empresas (productoras audiovisuales, agencias...).
3. Competencias para el diseño y puesta en marcha de páginas y grupos virtuales de intercambio y promoción de propio trabajo.
4. Competencias para la presentación de proyectos y trabajos ya realizados a través de la comunicación directa, utilizando nuevas tecnologías.
5. Competencias para el trabajo en equipo en contextos interdisciplinares e interculturales.

B. Objetivos relacionados con las innovaciones docentes.

1. Continuar comprobando la viabilidad de las dos innovaciones docentes propuestas con estudiantes de los últimos cursos de las carreras de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Psicología, en el contexto de un seminario reconocido con créditos por la UCM.
2. Conocer la eficacia de las innovaciones que aquí se proponían con alumnado de los últimos cursos de las carreras de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Psicología.
3. Difundir en contextos académicos y científicos los resultados obtenidos con las innovaciones puestas en práctica.

2. Objetivos alcanzados

El desarrollo del *Seminario en Inteligencia y Comunicación Colectivas*, con 57 participantes regulares e invitados puntuales, permitió abordar tales objetivos desde un contexto interdisciplinar: durante quince sesiones distribuidas entre octubre y junio la reunión regular de estudiantes de últimos cursos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Psicología de la UCM sirvió para que cada participante plantease un boceto y empezase a afrontar un proyecto propio de perfil profesional, creación o análisis de casos, con el que guiarse en su respectivo puente entre los estudios universitarios y el inicio de la vida profesional. Se buscó con especial insistencia la integración consciente de los conocimientos adquiridos durante la carrera y la potenciación de la especificidad vocacional de cada estudiante, potenciando además la colaboración interdisciplinar como vía para el empoderamiento individual: al comprobar cómo compañeros de otras especialidades buscaban ayuda específicamente conectada con destrezas ya dominadas por el propio grupo de procedencia académica, un gran número de participantes planteó su último curso de carrera desde una nueva valoración de las propias competencias aprendidas (o por aprender) de sus respectivos programas de estudios.

En relación a nuestros objetivos iniciales, este programa alcanzó los siguientes:

A. Objetivos alcanzados relacionados con las competencias que se pretendía desarrollar en los estudiantes participantes.

1. De acuerdo a lo ya diseñado el curso anterior, se pusieron en práctica actividades relacionadas con las situaciones profesionales vinculadas a oportunidades y convocatorias concretas publicadas durante el curso académico: participantes de las tres carreras reunidas abordaron la preparación previa a entrevistas de trabajo o compartieron las conclusiones de entrevistas ya realizadas, tres estudiantes en el último curso de Comunicación Audiovisual utilizaron las sesiones para abordar tres fases de preparación de respectivos cortometrajes de acuerdo a las bases de dos concursos para jóvenes creadores audiovisuales (preparación del guión, rodaje, premontaje); los dieciséis estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas utilizaron las sesiones para crear alguna nueva pieza que incorporar a sus respectivos portfolios de presentación y dos de ellos vincularon tal tarea a las bases de un concurso de jóvenes talentos publicitarios; las dos alumnas de Psicología aprovecharon la oportunidad de colaboración con estudiantes de Comunicación Audiovisual para elaborar materiales audiovisuales de aplicación en el aula en contextos educativos.

2. De las actividades inicialmente previstas en relación con el emprendimiento y la presentación a convocatorias y ofertas de trabajo para jóvenes emprendedores, volvimos a contar con la conferencia invitada de Nicolás Romero en torno a cómo preparar proyectos para las convocatorias de ayudas a proyectos audiovisuales (Largometrajes, cortometrajes y cine documental) del Ministerio de Cultura.

3. Los estudiantes de Psicología y Publicidad y Relaciones Públicas dirigieron dos sesiones orientadas a que el resto de participantes desarrollaran competencias para la presentación de proyectos y trabajos ya realizados a través de la comunicación

directa. Por su parte, los estudiantes de Comunicación Audiovisual prepararon guías y prontuarios de realización audiovisual con los que estudiantes de otras disciplinas pudieran hacer versiones audiovisuales de sus materiales de presentación profesional.

4. Tal y como detallaremos en el apartado de metodología, todas las sesiones insistieron en potenciar el trabajo en equipo en contextos interdisciplinarios e interculturales como una herramienta fundamental de empoderamiento individual.

B. Objetivos alcanzados relacionados con las innovaciones docentes.

1. Tras las quince sesiones desarrolladas, y mediante la comparación de los proyectos individuales presentados por los participantes al comienzo del programa con los presentados al final del mismo, pudimos comprobar el éxito de las dos innovaciones docentes propuestas, no sólo en relación al grado de empoderamiento que demostraban a la hora de presentarse y buscar puentes de conexión entre sus respectivos estudios universitarios y el esperado paso a la fase profesional, sino también en la propia calidad técnica de sus proyectos individuales, mejorada como resultado de la colaboración interdisciplinaria.

2. La colaboración entre estudiantes de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Psicología resultó altamente satisfactoria para los participantes: los primeros facilitaron destrezas ligadas con el análisis y la realización audiovisuales; los segundos contribuyeron con actividades de desarrollo de competencias vinculadas a la presentación de proyectos y a estrategias de comunicación directa; los terceros contribuyeron con competencias relativas al conocimiento de los públicos y los procesos psicológicos, esenciales para que el resto de participantes planteasen sus respectivos trabajos de creación de personajes o estudios de *targets*.

3. Una primera valoración de este programa de innovación docente fue difundida en el curso de alfabetización audiovisual para profesorado que impartí en la Universidad UNICAMP de Campinas, Brasil, en agosto de 2015.

3. Metodología empleada en el proyecto

El programa se desarrolló en torno al diseño de las innovaciones y elaboración de una propuesta en forma de seminario para poder aplicarlas con los estudiantes que, en curso anterior, habían expresado la necesidad de abordar este tipo de trabajo: el trabajo directo con los estudiantes se estructuró fundamentalmente en torno a las actividades del seminario "Inteligencia y comunicación colectiva" dirigido por la profesora Laia Falcón de acuerdo a un programa de 45 horas aceptado por la UCM.

En dicho seminario participaron 57 estudiantes de distintas licenciaturas y grados de la UCM (Comunicación Audiovisual, Publicidad y RRPP y Psicología) y abordaron, desde grupos interdisciplinarios, la siguiente metodología de trabajo:

- a. Primera fase: cada estudiante presentó su situación de partida y el objetivo ideal que quería abordar durante el programa de acuerdo a su bagaje y perfil vocacional. Esta fase se concretó en los siguientes puntos: definición de los objetivos, detección de necesidades, elaboración de planes viables y una primera comunicación del plan.

b. Segunda fase: mediante el trabajo en grupos interdisciplinares, los estudiantes presentaron la evolución de sus proyectos. Los docentes y alumnos estudiaron y asesoraron cada propuesta y completaron su seguimiento de acuerdo a la siguiente lista de aspectos a evaluar y abordar: búsqueda de recursos, instalación en medios y redes sociales, organización y financiación, Derechos y Fiscalidad.

c. Tercera fase: presentación de las fases realizadas y de las posibles continuaciones; evaluación de la comunicación de resultados.

La evaluación de las innovaciones docentes se realizó por parte del equipo de profesoras a partir de las siguientes fuentes de información:

- 1) La observación del proceso desarrollado por los estudiantes en las sesiones mencionadas anteriormente.
- 2) Los trabajos elaborados y presentados por los estudiantes.
- 3) La valoración de las innovaciones hecha por los estudiantes a través de un cuestionario que incluirá preguntas de respuesta cerrada (una escala tipo Likert) y preguntas de respuesta abierta en la que los estudiantes evaluaron con sus propios términos y tuvieron oportunidad de sugerir cambios. Hubo coincidencia en el único cambio sugerido en la anterior edición (por 34 de los participantes en la edición de 2014 y 24 en la de 2015): utilizar este tipo de trabajo desde cursos anteriores.

4. Recursos humanos

El programa contó con la participación de cuatro profesoras de la UCM, dos conferenciantes invitados y cincuenta y siete estudiantes participantes, procedentes del último curso de los grados en Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Psicología.

El equipo docente de la UCM estuvo compuesto por:

Profesora Laia Falcón, Profesora Contratada Doctora (Interina) de la Facultad de Ciencias de la Información. Directora del proyecto. Coordinadora del "Seminario de Inteligencia y Comunicación Colectiva". Tutora en competencias de Comunicación Audiovisual.

Profesora María José Díaz-Aguado, Catedrática de Psicología Evolutiva y de la Educación, Facultad de Psicología. Tutora en competencias de Psicología Evolutiva y de la Educación.

Profesora Patricia Núñez, Profesora Titular de Publicidad en la Facultad de Ciencias de la Información. Tutora en competencias de Publicidad y Relaciones Públicas.

Profesora Gema Martín Seoane, Profesora Contrata Doctora de la Facultad de Psicología. Segunda tutora en competencias de Psicología Evolutiva y de la Educación.

Los conferenciantes invitados fueron:

Nicolás Romero, publicista y realizador. Dado el éxito de su intervención en el curso anterior, su conferencia trató nuevamente sobre cómo prepararse para las ayudas a proyectos audiovisuales convocadas por el Ministerio de Cultura.

Thomas Tatzl, cantante de ópera. Su encuentro con los estudiantes giró en torno a su trayectoria interpretativa, el modo en que aborda los personajes desde el punto de vista actoral y musical y las fases de definición de su propia trayectoria profesional.

5.Desarrollo de las actividades

Las actividades fueron diseñadas en respuesta a demandas concretas de los propios estudiantes y se articularon en torno a las dos técnicas fundamentales, ya presentadas anteriormente pero aquí explicadas de forma más detallada:

1. Frente a esa tendencia, frecuentemente expresada por los muchos alumnos de últimos cursos, a dudar de su capacidad para conectar lo aprendido a lo largo de sus estudios universitarios iniciales (licenciatura o grado) con las habilidades que van a necesitar para convertir tal bagaje en una práctica profesional, estas actividades tenían como eje central promover el diseño individual de un proyecto profesional propio que integrara, mediante de técnica del "Aprender-haciendo", los conocimientos adquiridos durante la carrera en consonancia con una búsqueda activa de la especificidad vocacional de cada estudiante. Las actividades docentes específicas aquí desarrolladas buscaron por ello que cada participante abordara, a lo largo de un curso, reunir de forma explícita lo aprendido durante la carrera a fin de diseñar, defender y, en algunos casos, empezar a realizar su propio proyecto profesional. Cada participante debía abordar esta tarea en tres fases:
 - tres presentaciones entrelazadas en las que mostrar el progreso de un proyecto de creación propia (desde sus inicios, primeras fases de realización y un primer resultado final listo para ser enseñado),
 - o, en el caso de aquellos estudiantes que así lo prefirieran, tres análisis de casos profesionales propios del ámbito de especialización que más les interesase.
2. Con la dirección del equipo docente de la UCM y en permanente intercambio interdisciplinar, a lo largo de las quince sesiones compartidas, el aprendizaje cooperativo y los métodos de inteligencia colectiva se concretaron en intercambios de competencias basados en la colaboración desde conocimientos y perspectivas especializados: para poder enriquecer y realizar los propios proyectos y la presentación final de las fases llevadas a cabo, cada grupo de alumnos (Comunicación Audiovisual, Psicología y Publicidad y Relaciones Públicas) ayudó

al resto a analizar, preparar y realizar materiales concretos de acuerdo a sus propias destrezas.

3. Encuentros con figuras de referencia afines a los campos de interés de los estudiantes participantes, para establecer un diálogo en torno a retos concretos ligados a su esperado puente de transición (presentación a audiciones y castings, preparación de proyectos para subvenciones...) o al propio modo en que tales figuras encontraron y defendieron sus propios procesos de madurez profesional.

Mediante estas actividades este proyecto de innovación quiso atender a las siguientes líneas recogidas en la presente convocatoria de mejora docente:

1. Desarrollo de iniciativas que favoreciesen la inserción laboral de los estudiantes. Mediante el trabajo en grupos interdisciplinares, los estudiantes aplicaron e intercambiaron competencias para importantes situaciones profesionales vinculadas a oportunidades y convocatorias concretas existentes en ese curso académico: entrevistas de trabajo, concursos para jóvenes creadores, presentación de proyectos a ayudas y subvenciones nacionales e internacionales (para la realización de obras audiovisuales, programas para jóvenes emprendedores, concursos de agencias...).

2. Creación de contenidos para potenciar el emprendimiento en jóvenes. De acuerdo a la primera acepción que la RAE da a este término, "emprender" significa "acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño", especialmente cuando éstos "encierran dificultad o peligro". La universidad y la educación en general pretenden -por su propia naturaleza- proporcionar un contexto protegido en el que enseñar a entender el mundo y a mejorarlo sin el riesgo que implicaría el aprendizaje en contextos profesionales reales. Las actividades de este proyecto también pretendieron proporcionar un entorno protegido para el diseño e inicio de la vida profesional (el grupo aconseja y acompaña con la supervisión de docentes), pero además, dentro de este marco de "laboratorio de ensayo", los estudiantes encontraron un acompañamiento que los fortalecía como emprendedores y que les permitió, en algunos casos, establecer nuevos contactos, alianzas y grupos profesionales interdisciplinares: a lo largo de las sesiones de colaboración, los alumnos presentaron (y obtuvieron, en algunos casos) convocatorias y ofertas de trabajo para jóvenes emprendedores; establecieron nuevas alianzas profesionales entre sí aprovechando sus distintos bagajes académicos; y algunos llegaron incluso a crear empresas (productoras audiovisuales, agencias...) y colaboran ya entre sí desde este nuevo marco.

3. Iniciativas para atender a la diversidad en el aula, iniciativas para la adquisición de las competencias genéricas y transversales enseñanza/aprendizaje y actuaciones para fomentar la participación activa del estudiante en la construcción del conocimiento. Al compartir -en torno a

proyectos concretos- los conocimientos y competencias adquiridos en sus respectivas formaciones académicas, los estudiantes subrayaron en los cuestionarios la valía de haber podido: 1) completar sus proyectos con técnicas y perspectivas propias de otras disciplinas (a lo largo de sus estudios los alumnos de Publicidad, por ejemplo, no habían recibido tanto entrenamiento en destrezas de realización audiovisual como los estudiantes de Comunicación, y se dijeron beneficiarse notablemente al colaborar con ellos; a la vez que estos últimos aprendieron de sus nuevos compañeros importantes habilidades para publicitar y promocionar sus creaciones en soportes que les resultan menos conocidos); y 2) poner en valor los conocimientos y competencias aprendidos durante la propia carrera, no sólo mediante su aplicación en proyectos propios sino también mediante la enseñanza de tales destrezas a compañeros que las desconocen y necesitan.

4. Desarrollo de estrategias didácticas para el aprendizaje autónomo del alumno y diseño de procesos activos de adquisición de competencias y capacidades para el desempeño profesional. Los grupos interdisciplinarios promueven el intercambio de fuentes y de estrategias de aprendizaje y de apoyo profesional a las propias creaciones.

5. Desarrollo de recursos y herramientas complementarias al Campus Virtual. Los participantes crearon páginas y grupos virtuales de intercambio, donde fueron incorporando los avances de sus proyectos, nuevas fuentes de aprendizaje y convocatorias de premios y subvenciones.

4. Utilidad en contextos diferentes de ramas del conocimiento

Dado el valor que el trabajo interdisciplinario puede tener en cualquier rama del conocimiento, es previsible que las características generales de las innovaciones aquí propuestas puedan aplicarse de forma transversal, eligiendo estratégicamente aquellas áreas que, por su carácter complementario, resulten más adecuadas.