

DEGANAT FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
ELECCIONS 2015

CANDIDATURA DE MARIA JOSÉ RECODER

PER UNA FACULTAT DE REFERÈNCIA

ÍNDIX

1. L'EQUIP DE DEGANAT.....	3
2. LA FILOSOFIA DE TREBALL	4
3. EL PROGRAMA ELECTORAL	5
3.1. Presentació	6
3.2. Objectius i compromisos	7
3.3. Les propostes	8
3.3.1. Propostes per als col·lectius	8
a. PDI	9
b. PAS	10
c. Estudiants	10
3.3.2. Temes transversals	12
a. Pla d'estudis	13
b. Infraestructures i tecnologia	14
c. Comunicació interna i externa	15
d. Pràctiques i presencialitat	16
e. Competència lingüística	17
f. Relacions externes i internes	18
g. Relacions internacionals	19
4. CONCLUSIONS	20

1. L'EQUIP DE DEGANAT

L'equip de Deganat que es presenta en aquestes eleccions consta de sis persones. Les raons són dues. Per una banda, la convicció que la mida de la Facultat —en persones, recursos econòmics, equipaments, etc.— permet que el centre sigui gestionat per un equip polític més reduït en el qual cal comptar com a elements vitals els segons nivells —coordinadors de grau, d'Erasmus, de laboratoris, etc., així com, per descomptat, el suport del PAS i dels seus càrrecs i de la col·laboració i les propostes dels estudiants—. Per altra banda, perquè la darrera normativa de la UAB determina una distribució de recursos que ens obliga a estalviar tant diners com crèdits de rebaixa docent global.

En l'equip de Deganat hi són representats els quatre departaments propis de la Facultat: Comunicació Audiovisual i Publicitat; Mitjans, Comunicació i Cultura; Periodisme i Ciències de la Comunicació; Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual. També hi ha un membre d'un dels departaments interfacultatius amb docència al centre.

La proposta de constitució de l'equip és la següent:

- Degana:
Maria José Recoder (Periodisme i Ciències de la Comunicació)
- Secretari i vicedegà de Relacions Institucionals:
Carles Llorens (Comunicació Audiovisual i Publicitat)
- Vicedegà de Docència, Professors i Estudiants:
David Paloma (Filologia Catalana)
- Vicedegà d'Economia, Innovació, Infraestructures i UAB Media:
Antoni Vidal (Publicitat, Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual)
- Vicedegana d'Intercanvis, Practicum, TFG i Alumni:
Carme Ferré (Mitjans, Comunicació i Cultura)
- Vicedegana d'Ordenació Acadèmica:
Elisabet Garcia (Comunicació Audiovisual i Publicitat)

De l'equip de Deganat també en formarà part l'administradora de Centre perquè la gestió sigui fluida. Això reproduceix el sistema de govern de l'equip del Rectorat, del qual forma part el gerent. La diferència pel que fa a la Facultat de Ciències de la Comunicació és que l'administrador no és un càrrec de confiança del degà —com sí que ho és el gerent respecte del Rector—, sinó del gerent de la UAB. Però això no suposa cap impediment perquè tots treballem en equip, que és el que la Facultat demana per esdevenir una facultat de referència.

2. LA FILOSOFIA DE TREBALL

La Facultat la formen tres estaments (docents, personal d'administració i serveis, i estudiants), cadascun amb les seves responsabilitats, drets i deures. No es pot governar una Facultat sense la implicació de tothom, i s'ha d'aconseguir que aquesta sigui màxima. Per això, els pilars en què es basarà la feina de l'equip de Deganat seran els següents:

- **Consens**

Es pretén prendre totes les decisions essencials per consens, tal com ha fet l'equip de Deganat que ha governat la Facultat en els darrers cinc anys i que ha permès gaudir d'un període de pau institucional que ha estat beneficiós. Però el consens no ens impedirà de prendre decisions. La responsabilitat dels que hi ha al capdavant del projecte s'ha de notar quan hi ha discrepàncies, tot i que es treballarà per arribar a acords tan majoritaris com sigui possible en aquells temes que són o seran decisius per al futur de la Facultat.

- **Suport i servei als membres de la Facultat**

Hem de procurar que la Facultat ajudi els seus membres a desenvolupar-se professionalment i laboralment. Els estudiants ho assoliran rebent una bona formació; el PAS i els professors, tenint un lloc de treball que els ompli i on percebin que són ben valorats.

- **Orgull de pertinença a la Facultat**

Cal que els membres de la Facultat ens sentim orgullosos de treballar-hi i d'estudiar-hi, i que, a més a més, ho proclamem. I que també ens sentim feliços de formar part de la UAB. Això vol dir que hem de reforçar l'orgull de pertinença i la lleialtat institucional. Tots hem de sentir que formem part d'un projecte comú i potenciar les activitats i els actes extraacadèmics compartits.

Per demostrar l'acceptació de les titulacions impartides a la Facultat de Ciències de la Comunicació, val la pena tenir en compte els darrers rànquings i algunes dades que ens demostren, per graus, el nombre de sol·licituds, quantes en tenim en primera opció i l'evolució de les notes de tall. En general són dades molt positives i que mostren el poder d'atracció dels graus.¹

¹ Les xifres dels graus es poden trobar en els enllaços següents:

Comunicació Audiovisual: <http://www.uab.cat/web/estudiar/llistat-de-graus/el-grau-en-xifres/x-1297754209672.html?param1=1265293768566>

Periodisme: <http://www.uab.cat/web/estudiar/llistat-de-graus/el-grau-en-xifres/periodisme-1297754209672.html?param1=1265293768091>

L'orgull legítim que sentim per les bones xifres i per les notes d'entrada s'ha de fer públic a les xarxes socials, al web de la Facultat i en totes les ocasions en què calgui.

- **Manteniment i reforç del reconeixement extern**

Hem de mantenir i reforçar les nostres relacions externes, amb les associacions professionals, els centres de recerca, els mitjans de comunicació i les altres facultats de comunicació catalanes, espanyoles i internacionals.

És imprescindible que la Facultat es posicioni davant de fets que afectin la comunicació en general, que sigui membre activa de les associacions de facultats i que tingui una relació fluida amb els organismes de govern per defensar les titulacions i les places d'estudiants que ja tenim i que poden perillar en el futur.

- **Innovació i Tradició**

Volem ser una Facultat de Comunicació de referència. Això significa que hem de ser capaços de diferenciar-nos de la resta de centres. Ho podem aconseguir amb la innovació tot defensant la nostra tradició generalista, de ser l'única facultat de Comunicació que imparteix tres títols de grau en Comunicació Audiovisual, Periodisme, i Publicitat i Relacions Públiques, i quatre màsters oficials, de recerca i professionalitzadors, que són referents internacionals, com ho demostra la procedència geogràfica dels estudiants matriculats.

La innovació és del tot possible perquè tenim estudiants amb bones qualificacions d'entrada i uns professors perfectament capacitats per introduir innovacions pedagògiques i fer-ho amb el suport del PAS. La massa crítica del centre és excel·lent.

Amb aquests valors com a filosofia de treball és com hem plantejat el programa electoral.

3. EL PROGRAMA ELECTORAL

El programa electoral no es considera un document tancat en el moment de penjar-lo al web, ja que al llarg de la campanya es parlarà amb tots els estaments de la Facultat i, per tant, es poden incorporar més idees i propostes que es facin al llarg d'aquests dies.

La proposta del programa electoral, que és el full de treball per als propers tres anys, es divideix en tres punts: 1) la presentació; 2) els objectius i compromisos; 3) les propostes, tant per als col·lectius com per als temes transversals, que pretenen abastar els àmbits més rellevants en què les facultats tenen competències per actuar.

3.1. Presentació

La Facultat de Ciències de la Comunicació s'enfrontarà, en els pròxims anys, a una situació complexa que demanarà l'esforç i la bona voluntat dels tres estaments per superar-la. La complexitat ve derivada, majoritàriament, per aspectes aliens al centre mateix i per això són encara més difícils de gestionar.

És a dir, que aquest programa ha estat elaborat en un marc d'incerteses polítiques, econòmiques, socials i comunicatives molt rellevant per al nostre país i que, sens dubte, afecta l'àmbit universitari. Breument, podem dir que en el moment de redactar aquest programa electoral no sabem quines polítiques universitàries aplicaran els governs català i espanyol, perquè no estan constituïts. És a dir, que encara hi ha un govern provisional a la Generalitat de Catalunya i hi ha eleccions estatals convocades el 20 de desembre. Tenim clar, certament, que el marc de l'Espai Europeu d'Educació Superior és el que regirà les propostes per a Catalunya perquè en formen part tots els països europeus independentment de si són o no dins de la Unió Europea.

Si ens centrem en la UAB, també hem de tenir en compte que hi haurà eleccions a Rector/a, a tot estirar el mes de maig de 2016, i això significa que tampoc no sabem quines seran les línies estratègiques que impulsarà el nou govern de l'Autònoma, per tal com el Pla Estratègic 2013-2015 s'haurà exhaurit.

Malauradament, tampoc no es preveu que la situació econòmica de les universitats millori a curt termini. I per si no n'hi hagués prou amb tot això, els estudis de comunicació es troben immersos en el gran canvi que es produeix, no només en el panorama dels *mass-media* (tecnologia, publicitat, periodistes multimèdia, ciutadans-periodistes, informació digital, informació local vs. hòldings empresarials, gabinets de comunicació...), sinó també en les noves formes de produir i consumir informació (consumidors vs. prosumidors) i entreteniment, la crisi de valors que afecta tots els àmbits comunicatius. Tot ens porta a la mateixa pregunta: què s'ha d'explicar als comunicadors, com se'ls ha de formar i com s'ha de fer?

Un programa electoral no pot ser del tot tancat, perquè al llarg de tres anys poden passar moltes coses que ara no imaginem. Però entenem que votar la

candidatura implica expressar l'acord, en línies generals, amb el que hi ha escrit. I aquest programa ha intentat recollir les preocupacions compartides amb els tres col·lectius, i presenta idees i propostes de caràcter individual o de grups concrets que aquesta candidatura assumeix com a propis.

Creiem que a la Facultat li cal un pla estratègic a més llarg termini, que arribi, com a mínim, al curs 2021-2022. Però fer un pla estratègic requereix la participació dels tres estaments, no només d'un equip de Deganat. Per tant, resulta impossible i no té sentit presentar-ne un fins que les propostes inicials d'un possible equip hagin estat acceptades.

Un programa electoral no es pot elaborar d'esquena als objectius institucionals de la UAB i, per tant, per redactar-lo s'han tingut en compte les línies estratègiques que determina el Pla Director 2013-2015 que arribarà fins a les properes eleccions al Rectorat del 2016.

3.2. Objectius i compromisos

Com a principis d'actuació hem d'assumir que la Facultat de Ciències de la Comunicació és pública, està arrelada al país i ha de tenir vocació internacional. A més, ha d'impulsar una docència i una recerca de qualitat i transferir coneixements científics, culturals, tecnològics i formatius a la societat.

Com a facultat volem arribar a l'excel·lència docent i investigadora, amb capacitat d'influència a Catalunya, l'Estat Espanyol, Europa i també a l'Amèrica Llatina i els països asiàtics, llocs de procedència dels nostres estudiants de postgrau. I no es pot dir que ara no sigui així en bona mesura, però hem de reforçar aquesta rellevància internament i externament. Com a exemples:

- La Biblioteca de Ciències de la Comunicació i l'Hemeroteca General estan reconegudes com les millors de l'Estat, i hem d'estendre aquest convenciment a la resta d'àmbits. Igualment el Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) és el primer dels rànquings europeus i mostra al món el que estem fent tant en docència com en recerca.
- Som la facultat que té més grups de recerca reconeguts (SGR) entre totes les facultats catalanes i la que també té grups de recerca reconeguts a la UAB. Tota aquesta massa crítica intel·lectual s'ha de defensar.
- En el rànquing de millors titulacions que el diari *El Mundo* publica cada any, apareix el grau de Publicitat i Relacions Públiques com el millor d'Espanya. Fa temps, a més a més, que hi apareix en primer lloc.

També els graus de Comunicació Audiovisual i Periodisme han estat entre els cinc primers d'Espanya. Al [rànquing QS](#) la UAB surt entre les 51-100 primeres universitats pel que fa a estudis de comunicació. Només ens acompanyen la Universidad Complutense i la Universidad de Navarra.²

I per tant, seguint el projecte de la UAB, hem de procurar que les actuacions de la Facultat es basin en els compromisos següents:

- **Cooperació**, perquè sense el suport de totes les persones no s'aconsegueix tirar endavant cap projecte.
- **Innovació**, per aconseguir una millora continuada de processos, organització, docència, etc.
- **Internacionalització**, a través de tots els estaments de la Facultat, convenis, projectes i accions.
- **Sostenibilitat i eficiència**, perquè els recursos són escassos i ens cal fer-ne un ús eficient.
- **Transparència i rendició de comptes**, per demostrar què fem i com ho fem

I és amb aquest ànim que es pretén treballar i abordar les propostes del programa electoral.

3.3. Les propostes

Les propostes estan dividides en dues parts. D'una banda, les que afecten específicament cadascun dels col·lectius que formen la Facultat. D'altra banda, el que considerem grans temes transversals.

3.3.1. Propostes per als col·lectius

Hi ha tres col·lectius que donen vida a la Facultat: el Personal d'Administració i Serveis (PAS), el Personal Docent i Investigador (PDI) i els estudiants de grau, màster, postgraus i doctorat. Algunes de les propostes poden afectar més d'un col·lectiu, però quan així sigui no seran repetides en els apartats esmentats, sinó només en un.

² Dades a <http://www.topuniversities.com/university-rankings/university-subject-rankings/2015/communication-media-studies#sorting=rank+region=140+country=+faculty=+stars=false+search=>

a. PDI

El PDI és molt divers a la facultat, quant a contractes laborals, formació, edat i experiència. Però sense aquest és impossible progressar i seguir sent un centre de referència. Per això, algunes de les propostes són les següents:

Docència: Fer reunions semestrals dels coordinadors amb tots els professors per graus i per cursos, de tal manera que els docents puguin pactar temes comuns de pràctiques, evitar que se solapin continguts, establir col·laboració amb UAB Campus Media, etc.

Organitzar xerrades informatives sobre la diversitat dels alumnes i elaborar un protocol d'actuació en cas de conflicte.

Recerca: La recerca és un àmbit exclusiu dels departaments. Igualment, com a mostra de suport, la Facultat ha de tenir relacions privilegiades i de coordinació amb altres institucions, com:

- o Societat Catalana de Comunicació, perquè congrega bona part dels investigadors catalans.
- o Institut de la Comunicació (InCOM), perquè ja té una important vinculació amb la Facultat a través dels estudis i investigadors mateixos.
- o Centre d'Estudis Olímpics (CEO), per la mateixa raó anterior.
- o Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General, perquè proporcionen els recursos per a fer recerca, com les bases de dades, i a més donen suport als docents en la investigació i en la petició dels sexennis.

Cal tenir en compte que aviat es posarà en funcionament el Portal de la Recerca de Catalunya, que ara està en proves, i que serà un espai de visibilització molt rellevant per als investigadors i els centres on treballen. En la línia que la Facultat sigui el motor de la recerca sobre comunicació a Catalunya i a Espanya, cal que la producció científica que es fa des de la nostra Facultat estigui ben representada. Això inclou tant el fet que els grups de recerca formin part del Dipòsit Digital de Documents de la UAB, com que tota la producció científica sigui al Portal de la Recerca. En aquest sentit es col·laborarà amb la Biblioteca per fer tasques de sensibilització entre els professors i els grups d'investigació de la Facultat, facilitant les xerrades i els protocols de treball conjunts per a donar el màxim relleu a la investigació que es fa des de la Facultat i als seus grups de recerca.

Espais físics

Cal pensar a posar a disposició de la investigació tots aquells espais que té la Facultat. En època de crisi econòmica com l'actual, hi ha normes que provenen

del Rectorat i que obliguen a cobrar per l'ús de qualsevol infraestructura de la universitat. En el cas de la Facultat serien els platós i els estudis de ràdio, per exemple. Però si els grups de recerca no tenen diners, volem que puguin usar aquests espais gratuïtament, fora d'hores de classe, quan el seu objectiu sigui fer investigacions sense ànim de lucre. L'equip de Deganat tractarà la qüestió amb gerència per solucionar els aspectes relatius al cobrament.

Sala de professors

S'adequarà un espai de la Facultat com a sala de professors, a fi de contribuir a reforçar les relacions entre els docents del centre, de tal forma que tinguin un lloc on trobar-se i xerrar.

b. PAS

El PAS, juntament amb el PDI, conforma un dels eixos fonamentals del funcionament de la Facultat. Per això considerem imprescindible, com ja ho és ara, la implicació del PAS en el seu bon funcionament. En aquesta línia, aquest equip vol establir els compromisos següents amb el Personal d'Administració i Serveis:

Espais físics

Millora de les prestacions de l'espai destinat a menjador i també del vestidor destinat al personal de manteniment.

Diàleg

Assegurar el diàleg permanent entre el Deganat i el PAS sobre qüestions específiques d'aquest estament i d'interès general per a la facultat.

Fomentar i afavorir la relació entre el PAS i el PDI en el funcionament quotidià de la Facultat.

c. Estudiants

Una facultat només té sentit si fa docència i els estudiants en són els principals usuaris i beneficiaris. Algunes de les propostes cap a aquest col·lectiu són les següents:

Acolliment d'estudiants

Mantenir les activitats d'acolliment dels estudiants, incloure-hi una explicació sobre la gravetat del plagi en els treballs universitaris i les sancions que això

pot provocar, i dotar de tutors aquells estudiants que tenen alguna peculiaritat i poden tenir dificultats per seguir la docència, com els membres de la Universitat a l'Abast, els becaris Ítaca o els que tenen discapacitats físiques i mentals, respecte dels quals cal reforçar les tasques de coordinació amb el Programa per a la Integració dels i les Universitaris amb Necessitats Especials (PIUNE), per evitar possibles abusos.

Acolliment d'estudiants estrangers

Els estudiants estrangers, tant de grau com de màster, es troben amb algunes dificultats, com l'idioma, l'arribada quan el curs ha començat, la inclusió en altres grups, etc. Es farà una sessió d'acolliment oficial per exposar-los totes les eines de què disposen en el Campus, com el Servei de Llengües, que ofereix pràctiques d'acolliment lingüístic i cursos de "comprensió de supervivència", per tal que puguin conèixer els professors, el Deganat i el PAS, i a més es posarà tota la informació al web de la facultat. També es farà un acte de comiat, perquè cal no oblidar que seran ambaixadors del que han viscut a la UAB i, per tant, ens interessa que en parlin bé, personalment i a les xarxes socials.

Alumni

Cal que els estudiants se segueixin sentint vinculats a la nostra Facultat quan acabin els seus estudis i esdevinguin Alumni. Seran els portaveus del que han après a la Facultat. Crearan opinió, constituïran empreses o n'arribaran a dirigir d'altres, establiran convenis de col·laboració i, per tant, necessitem que estiguin al nostre costat, que orientin els nous alumnes, que ens facin propostes de millora, que siguin el lligam del centre amb la professió. Per tant, treballarem en la potenciació del programa Alumni del nostre centre, a través de les accions següents:

- Trobades anuals generals, però també per cursos, coincidint amb algun aniversari "rodó" (10, 15, 20, 25 anys, etc.);
- Sol·licitud perquè intervinguin en actes d'inauguració de curs o celebració de finals de promocions; perquè imparteixin conferències; perquè expliquin la seva experiència; perquè facin de tutors professionals dels estudiants en actiu, etc.

Visites a la Biblioteca

Reforçar l'organització de visites i cursos de formació a la Biblioteca de Comunicació i Hemeroteca General, com ja es fa ara a primer curs, per als estudiants de màster i de doctorat, amb la finalitat que els expliquin els fons documentals a què poden accedir.

Dipòsit TFM

Protocolitzar el lliurament dels Treballs de Fi de Màster a la Biblioteca per ser inclosos en el Recercat i/o en el DDD (tal com es fa amb els TFG), de tal manera que s'asseguri que tot aquest coneixement produït des de la Facultat queda en un dipòsit intel·lectual.

Revisió d'exàmens

Crear, per a cada semestre, un tribunal per als graus de Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques, i dos per al grau de Periodisme, amb els corresponents suplents. Aquests tribunals s'ocuparan de valorar les peticions de revisions d'examen. La finalitat és agilitzar els procediments actuals.

Festa Major de la facultat

Analitzar l'actual model de Festa Major de la Facultat, juntament amb els estudiants, amb la finalitat de millorar-ne els continguts i fer-la més participativa i relacionada amb l'àmbit de la comunicació.

Reconeixement als millors expedients

Aprofitar per fer un reconeixement públic als millors expedients dels graus i màsters i atorgar premis extraordinaris el dia de la inauguració de curs. Es donarà a aquests estudiants un diploma de reconeixement (una menció) a la feina feta.

TFG

Ampliar la informació sobre com s'ha de realitzar el TFG en les sessions explicatives que es convoquen anualment.

Aules convencionals

Millorar algunes aules de la Facultat, millorant la connexió Wifi, posant-hi més endolls i taules horitzontals, perquè els estudiants puguin treballar i prendre apunts amb els seus ordinadors portàtils.

3.3.2. Temes transversals

Hi ha diversos temes que afecten, no només tots els estaments del centre, sinó que incideixen en la seva pròpia essència. Alguns dels que ens semblen més rellevants són els següents:

a. Pla d'estudis

Sembla inevitable la revisió del pla d'estudis, perquè tots sabem que afecta la filosofia del que s'ha d'explicar als estudiants en cada grau i les competències que han d'adquirir. Amb el pas dels anys hi detectem mancances, elements millorables i necessitat de canvis.

De tota manera, les revisions de plans d'estudis afecten plenament el funcionament de les facultats, perquè toquen el repartiment d'assignatures entre departaments, la qual cosa repercuteix en els llocs de treball, presents i futurs, i també en les possibilitats de promoció interna. Es a dir, la revisió dels plans d'estudis a les universitats acaba sent una lluita pel poder, tan legítima com es vulgui, però molt nociva per a la bona marxa dels estudis i dels centres.

La revisió o reforma del pla d'estudis, tant si es tracta del 3+2 com del 4+1, haurà de pensar de forma global els graus i els màsters. En teoria, els màsters també són responsabilitat de la Facultat, però la realitat actual és que són terreny únic dels Departaments. Es pot entendre quan els màsters són de recerca, perquè dirigeixen cap a un programa de doctorat establert a cada departament, que potencia les línies de recerca i els grups d'investigació del mateix. Però si els Màsters són professionalitzadors, cal pensar a fer-los entre tots.

La revisió del pla d'estudis, tant de grau com de màster, s'haurà de fer per consens, en funció del que diguin les lleis generals. En qualsevol cas, també es disposarà de la informació que proporcioni la comissió que aquest novembre, fa pocs dies, ha fet la verificació dels graus. Quan es parlava d'incerteses al començament d'aquest apartat, es feia una referència implícita al fet que sense governs estables, no hi ha normes de treball. Per això en el moment de redactar aquest programa, els únics compromisos que es poden adquirir són:

- A partir de l'informe que elabori la Comissió d'Avaluació Externa per a la Verificació dels Graus de la Facultat –aquesta comissió va visitar la Facultat els dies 23 i 24 de novembre–, es revisaran els plans d'estudi actuals.
- Dobles titulacions: l'equip que es presenta a les eleccions explorarà, en aquest context, la possibilitat de dobles titulacions internes entre els graus de la Facultat, i també valorarà la possibilitat de fer-ne de conjunts amb altres centres de la UAB (per exemple, Enginyeria).
- Creació d'una comissió de treball per a la revisió dels plans d'estudis presidida per la Degana, que prepari els materials i els àmbits de discussió per a les comissions delegades de la Junta de Facultat.

b. Infraestructures i tecnologia

Cal incrementar el nivell tecnològic de la Facultat, creant un pla estratègic tecnològic per fases, a partir de l'excel·lent i detallat document elaborat per l'equip de Deganat sortint, i que ascendia a 2 milions d'euros. S'analitzarà aquest document i es redistribuirà el pressupost, amb la finalitat de reorganitzar-lo per etapes de més a menys rellevants, marcant-hi els criteris corresponents.

- Millora de la connexió Wifi

- UAB Campus Mèdia

UAB Campus Mèdia és essencial per fer visible un alt nivell docent i tecnològic de la nostra facultat.

-La Facultat és un lloc privilegiat per fer pràctiques amb UAB Campus Mèdia, per la qual cosa establirem que es pugui fer el Practicum de quart curs a la Facultat mateix, com anys enrere s'havia fet amb els tallers de periodisme, ràdio i televisió. Això afavorirà la consolidació del projecte i una redacció estable.

-A més a més, les assignatures han de crear productes per emetre per antena (ràdio i televisió). Es pot arribar a aquest objectiu partint dels deures que s'encarreguen als estudiants: fer productes per als nostres propis mitjans els animarà a fer una bona feina perquè, entre altres motius, hi veuran una difusió professionalitzada. Evidentment, caldrà una gran coordinació entre els professors, el vicedegà corresponent i UAB Campus Mèdia. Cal assegurar que els estudiants, des de primer, s'hi poden vincular, hi treballen i estan oberts a tothom. Tot això es farà per mitjà de:

-Informar a tots els professors de la Facultat del projecte i estudiar la forma en què s'hi poden integrar per potenciar les assignatures que imparteixen i per dotar de material els mitjans de la UAB.

-Incorporació de la UAB Radio a l'Associación de Radios Universitarias (ARU) i incorporació de la UAB Televisió a l'associació corresponent.

-Desenvolupar i consolidar el projecte de UAB Campus Mèdia, com a vector d'innovació i permanent actualització tecnològica de la Facultat, creant una redacció integrada (RI).

-La RI serà multiplataforma i interactiva i estarà dotada tecnològicament per fer possible la producció i difusió de productes transmèdia per qualsevol canal: ones hertzianes (UAB Ràdio), Internet en *streaming* i sota menú (UAB Ràdio i UAB Televisió), terminals mòbils i xarxes

socials. A més incorporarà una revista en línia, de tal manera que es pugui recuperar l'antiga revista *Campus*, que es va editar en paper durant molts anys.

La seva funció principal és convertir-se en una aula per a pràctiques docents transmèdia amb un mínim de 25 llocs de treball integrats per als alumnes. Funcionant en temps real i aportant un determinat flux de continguts regulars / puntuals a UAB Televisió i UAB Ràdio. Així mateix, — s'implementaran apps específiques en col·laboració amb altres facultats de la UAB, principalment les d'Enginyeria i Computació.

La RI vehicularà la informació generada en el conjunt de facultats, actuant com a terminal de difusió transmèdia i aportant els seus efectius en les cobertures dels esdeveniments més importants de la UAB. També cooperarà en la formació de nous perfils professionals transmèdia (anàlisis de tràfic i posicionament en els cercadors).

Per desenvolupar tot el que s'ha plantejat, es buscarà el suport del Consell Social i del Rectorat, però també del teixit empresarial, formant part del Clúster de l'Audiovisual, del qual formen part mitjans de comunicació i empreses de comunicació del Vallès. Aquesta sinergia ens ajudarà a impulsar projectes audiovisuals. Suposa fer obres a la Facultat i remodelar alguns espais, a més d'adquirir nou equipament.

- Optimització dels espais dels serveis tècnics i millora dels laboratoris de RTV.

- Fomentar sinergies amb mitjans de comunicació i empreses tecnològiques (operadors de serveis i proveïdors de contingut)

c. Comunicació interna i externa

Cal que hi hagi una comunicació més fluida entre el deganat i els diferents estaments, però també entre els mateixos departaments i entre els alumnes. Això s'ha d'aconseguir gràcies a la circulació de la informació (personal, web, xarxes socials) i afavorint espais de trobada.

La comunicació és bàsica si es vol que hi hagi confiança entre les persones i es pugui treballar en un projecte comú sense que els actors implicats tinguin por dels canvis que es puguin introduir. Si volem fer una facultat de tots, per a tots, i amb la complicitat de tots, ens cal millorar els ponts informatius.

Hem de crear una comunitat que escampi les virtuts de la nostra facultat, i els mitjans digitals són la via per donar-la a conèixer de forma més ràpida i internacional. Alguns dels elements a potenciar són:

- Web

Ha de ser un aparador al món i, per tant, ha d'estar permanentment actualitzada, i generar prou informació com perquè sigui interessant de tenir-la de pàgina d'entrada per als tres estaments, en lloc de Google.

- Xarxes socials

Hem de potenciar-les perquè una comunitat que difon les activitats que fa la seva facultat (Twitter, Facebook, Instagram) n'afavoreix el coneixement per part dels altres i la seva expansió. Es posiciona davant la competència i es prestigia davant de possibles nous estudiants de grau i de màster. Es procurarà que hi hagi una persona que mantingui viva la presència de la Facultat a les xarxes socials i el web, a partir dels criteris establerts per l'equip de Deganat.

- Comunicació interna

Hem d'impulsar la comunicació interna amb un ús eficient del correu electrònic per comunicar les informacions que afecten els estaments de la facultat.

Hem de potenciar accions com el "Cafè amb l'equip de Deganat", una vegada al mes. Tots els que vulguin estan convidats, en un espai a determinar, a prendre un cafè i xerrar de tot el que passa no només a la facultat, sinó a la UAB, al país i al món, en un clima distès. Això es farà amb els estudiants per una banda, i amb el PAS i PDI per l'altra. Es tracta de parlar tots amb tots, sense fer discursos i donant resposta als dubtes que es tinguin, escoltar les propostes que es facin, etc. Aquestes trobades no eliminen en cap cas les reunions formals que s'hagin de fer amb direccions de departament, docents, PAS, estudiants, etc., sempre que calgui, més enllà de les reunions de Junta de Facultat i de les Comissions.

d. Pràctiques i presencialitat

Dos dels elements que ens poden proporcionar un plus d'innovació són la realització de les pràctiques curriculars a UAB Campus Mèdia i l'increment de la presencialitat a la Facultat per part dels estudiants. Com més gent hi hagi al nostre centre, més viva estarà la Facultat.

A partir de la revisió dels plans d'estudis, s'estudiarà un nou model d'horaris, de tal manera que es puguin aprofitar més els platós de ràdio i televisió. Aquests nous horaris, de forma experimental i voluntàriament per part del professorat, plantejaran que no totes les assignatures siguin impartides en blocs de 3 hores,

sinó que es puguin fer dues franges setmanals de 2 + 1 hores o de 1,30 hores + 1,30 hores, com ja es fa en aquests moments en algunes matèries. No es perjudicarà, en cap cas, els professors associats que tenen contractes precaris i que concentren la docència habitualment un dia a la setmana

Estudiarem l'aplicació, en algunes assignatures, del model alemany de pràctiques que es desenvolupa a partir de la interacció entre la universitat, l'empresa i l'estudiant. Ve a ser com el pràcticum que es realitza actualment, obligatòriament o voluntària, i que es pot ampliar a diverses assignatures de segon i tercer curs. La formació dual pretén introduir l'estudiant en un entorn laboral comunicatiu real. Es tracta que, al llarg dels estudis, cada estudiant pugui conèixer les rutines productives dels diferents mitjans de comunicació (premsa escrita, ràdio, televisió, digital), empreses publicitàries i de relacions públiques, etc.

e. Competència lingüística

La competència lingüística farà referència a tres idiomes, segons les normes del govern de la Generalitat. Caldria plantejar què es pot aprendre i adoptar d'altres universitats de països petits, similars a Catalunya, on tenen idiomes poc parlats en relació amb les llengües majoritàries. Tenint en compte que si a les universitats del propi país no s'ensenya en la llengua pròpia, no es farà enlloc més. Algunes propostes que s'estudiaran són:

Bloc d'assignatures en anglès

Podem pensar a impartir en els graus un bloc d'assignatures en anglès, al qual puguin anar tant estudiants nostres com estrangers Erasmus. Això evitaria els problemes actuals que hi ha gent a les aules que no entén ni el català ni el castellà, i també la rescissió de convenis amb algunes universitats que no volen enviar els seus estudiants a la UAB perquè s'hi fan les classes en català (cal recordar que a Holanda o a Finlàndia es fan en les llengües respectives, però tenen grups en anglès per mantenir els intercanvis del programa Erasmus. Deixen només la docència en anglès per als màsters). Per tant, cal donar suport als professors que fan la docència en anglès a partir de les idees i ajuts que impulsa el Rectorat.

Competència en idiomes

Volem estudiar la manera de facilitar als estudiants la seva acreditació lingüística, en català i en castellà.

f. Relacions externes i internes

És imprescindible que la Facultat tingui una gran visibilitat externa, cosa que comporta relacionar-la, al costat dels seus estudis, amb la societat i amb les diverses organitzacions professionals i empreses vinculades a la comunicació, com ara:

- a) Institucions i associacions: Col·legi de Periodistes, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Filmoteca de Catalunya, Societat Catalana de Comunicació, Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya
- b) *Mass-media*: Mediapro, RTVE, Corporació Catalana, Xarxa Televisions locals, Grup Zeta, Grup Godó, Grupo Prysa, COM Radio, diaris digitals, associacions de periodistes especialitzades
- c) Creadors i productors
- d) Grups mediàtics i publicitaris
- e) Facultats de comunicació catalanes, espanyoles i internacionals
- f) Organismes internacionals

Engegarem un projecte per revitalitzar el nostre rol, intervenir en la presa de decisions en els àmbits comunicatius, etc.

Impulsarem jornades d'estudi que apleguin alumnes de la facultat, empreses i professionals destacats del sector comunicatiu, aprofitant temes punyents o efemèrides concretes. Per exemple, el 23 d'abril del 2016 se celebren els quaranta anys del diari *Avui* i els cinc anys de la fusió amb *El Punt*, per la qual cosa es proposa de fer un acte commemoratiu.

Internament, cal establir relacions de cooperació amb tots aquells organismes interns de la UAB amb qui es puguin establir sinergies, demanar suport logístic o econòmic, organitzar activitats conjuntes, etc. Per descomptat, aquesta col·laboració ha de començar amb tots els departaments que tenen docència a la Facultat. Pensem que l'existència d'UAB Campus Mèdia pot ser, a més, un element dinamitzador molt important, perquè es tracta que tothom al campus sàpiga que fem noticiaris de televisió, programes de ràdio i revistes i que hi tindran cabuda i difusió dels seus projectes, articles publicats, congressos, etc. Cal pensar que UAB Campus Mèdia és una eina per fomentar la multidisciplinarietat i les relacions amb altres facultats.

| Alguns dels serveis/-institucions/-departaments de la UAB amb qui cal tenir relacions són:

- a) Amics UAB
- b) Consell Social
- c) Servei audiovisual multimèdia (Laboratori de creació de vídeos)

- d) Àrea de comunicació i promoció, per facilitar la difusió d'UAB Campus Media
- e) Altres facultats per la possibilitat de fer títols de grau i/o màster conjunts: Medicina i Veterinària, Biociències amb Comunicació Sanitària, Enginyeria per al periodisme de dades...
- f) Àrea de Relacions Internacionals (signatura de convenis amb universitats i institucions estrangeres)
- g) Oficina de Medi Ambient
- h) Parc de Recerca (investigació, incubadora d'empreses...)
- i) Servei de Biblioteques (exposicions, xerrades, cursets, etc.)

-Potenciar els lligams universitat-empresa amb els TFG, impulsant la figura del doble tutor acadèmic i professional. Aprofitar els *pitchings* universitaris del Clúster de l'Audiovisual i crear-ne un d'intern a finals de juny amb la indústria, i establir uns premis.

Cal fer transferència a la societat de tots els temes que s'estudien a la Facultat. Per exemple, es poden establir convenis de col·laboració amb escoles, ONG, presons, etc., a les quals es pugui assessorar respecte de la creació de mitjans de comunicació propis, fer programes, etc.

g. Relacions internacionals

El món universitari està fortament dominat pels rànquings internacionals que fan llistes de les universitats –i àmbits especialitzats, centres, graus i màsters– més importants del món. Tothom vol ser-hi, i la UAB, en aquests moments, té la consideració més alta entre les universitats de l'Estat en la majoria de rànquings rellevants (com *Times Higher Education*, *Universitat Nacional de Taiwan*). Cal obrir vies de relació amb altres universitats pensant en l'intercanvi d'estudiants, de docents, d'idees. El món és molt petit i convé que els nostres estudiants es puguin formar en altres universitats, més enllà dels graus amb els programes Erasmus i Sèneca. En el cas que no trobin el màster que els interessa a l'oferta de la UAB, cal proporcionar-los informació sobre màsters a l'estranger, no només de recerca sinó també professionalitzadors.

S'estudiarà l'establiment de convenis amb universitats anglosaxones, especialment dels Estats Units o Austràlia, gran potència universitària, per poder fer intercanvis de docents i d'estudiants durant algun semestre. Hem de millorar la recerca, l'expansió, la cooperació. Igualment, es poden cercar convenis amb les universitats canadenques, tant de llengua francesa com anglesa, ja que amb algunes d'elles ja s'han establert converses des de la UAB

4. Conclusions

Finalment, la pregunta que ens hem de fer és: com hem de preparar els comunicadors per un món canviant on sembla que la tecnologia té més rellevància que la reflexió? Com hem d'inculcar els valors de buscar la veritat en les informacions, de documentar-les, de contrastar els parers, de no ofendre, en un món on l'insult és el rei de les xarxes socials, i on impera la pressa i el consum ràpid de notícies, anuncis o entreteniment?

Hi ha una filosofia al darrere: els estudiants han d'aprendre a valorar, a pensar, a llegir temes teòrics més enllà dels coneixements tecnològics, que són imprescindibles però que canvien tan ràpidament com la resta del món. Volem dir que es critica molt les instal·lacions de què disposem –platós, estudis de ràdio–, quan realment NO estan gens malament: són els més grans i els més nombrosos de Catalunya i, en canvi, ens sembla que estan infrautilitzats. I hem de ser conscients que hi ha moltes universitats que ni tan sols disposen del que tenim nosaltres. I sobretot, el que realment importa és saber com es fa una notícia, com es passa a la ràdio o a la televisió, més enllà de les tecnologies que hi hagi. Per tant, s'ha de buscar finançament per millorar tot el que es pugui, però aprofitar el màxim d'hores possible allò que ja posseïm.

Això té relació amb un canvi de pla d'estudis, però també amb els continguts que impartim actualment en el pla d'estudis vigent i que serà, probablement, el cavall de batalla del pròxim mandat. I en aquesta tasca hi hem de ser els tres estaments, fent front comú per una docència millor i per esdevenir un centre capdavanter. Aquí ens hi trobareu a nosaltres, un equip compromès a treballar a fons perquè sigui una realitat.

Bellaterra, 30 de novembre de 2015