

INNOVANT EN LA FORMACIÓ DEL PERIODISME: SINERGIA ENTRE L'AMIC I LA UNIVERSITAT DE GIRONA PER A UNA DOCÈNCIA ADAPTADA ALS NOUS PERFILS I FORMATS

El Campus Comunicació Cultural i Corporativa de la Universitat de Girona és l'instrument fonamental per treballar en l'àmbit de les estratègies comunicatives, de la transparència informativa, el retiment de comptes i la Responsabilitat Social Corporativa, espais de demanda emergents que han de constituir-se en un factor diferenciador de la UdG i en un nínxol d'ocupabilitat pels nostres graduats. L'any 2017 el Campus signava un conveni amb l'AMIC (Associació de Mitjans de Informació i Comunicació) amb l'objectiu d'establir el marc de col·laboració entre ambdues institucions en els diferents aspectes d'assessoria, formació, creació de capacitats, recerca aplicada i realització de projectes conjunts en matèria de comunicació cultural i corporativa. Inserir en els objectius del conveni, i en el marc de l'assignatura Llengua i Mitjans del Grau de Comunicació Cultural de la UdG, impartida pel professor Lluís Costa, es desenvolupà,enguany, un projecte per tal d'aprofundir en les activitats de l'AMIC i de les seves publicacions associades, amb la participació de 37 estudiants agrupats en nou equips d'investigació. Els grups s'identificaven amb els següents noms, inspirats en l'obra del periodista Carles Rahola, *Breviari de ciutadania*: "Paraula", "Progrés", "Fidelitat", "Civisme", "Justícia", "Història", "Tolerància", "Cooperació" i "Debat".

Les línies de treball han estat les següents:

- 1-Immersiò en el Butlletí de l'AMIC. Anàlisi i valoració de l'estructura i dels continguts.
- 2-Creació d'una línia de contingut, en forma de reportatges, enfocada a les conseqüències de l'era COVID.
- 3-Indexació per temes del Butlletí de l'any 2020 (gener-octubre)
- 4-Realització d'un Newsletter.
- 5-Creació i gestió d'un compte d'Instagram
- 6-Proposta de canvi dels títols de les seccions, evolucionant cap a una catalogació més actual i definint el contingut de cadascuna d'elles.

El resultat ha estat immillorable. Els reportatges dels alumnes es publiquen setmanalment al Butlletí de l'AMIC, representant una experiència professional iniciàtica pels estudiants. Sens dubte, els mitjans de comunicació i la UdG situen la innovació com a valor fonamental per afrontar els reptes renovats que plantegen les actuals tecnologies digitals. La web 3.0 suposa un nou esforç per generar continguts informatius professionals adaptats a la producció, el consum i la interacció en xarxa. Al mateix temps, la UdG es proposa com a gran objectiu preparar nous comunicadors que explotin al màxim les eines digitals al servei del periodisme.

La sinergia entre universitat i mitjans per desenvolupar entorns innovadors és la base del projecte de formació que hem assajat. La metodologia integra els estudiants en la dinàmica del periodisme digital i els fa partícips d'un procés d'experimentació i implementació de nous formats periodístics, a més de contemplar la publicació d'articles. En el projecte es treballaren capacitats com l'adaptabilitat, la creativitat i la producció multimèdia, imprescindibles per mantenir la rellevància dels professionals dels mitjans.

El projecte AMIC-UdG s'inscriu plenament en una proposta docent innovadora en el camp dels estudis en comunicació que parteix de la interrelació entre mitjans i universitat per adaptar els continguts mediàtics i la formació dels futurs professionals a les tendències més actuals.

Dues circumstàncies han modelat el nou escenari de la comunicació: per una banda, la transformació del sector arran de l'aprofundiment i expansió de les tecnologies computacionals i mòbils i, per l'altra, la crisi de la professió i les empreses periodístiques, que és al mateix temps econòmica i de model; i molt més en una època afectada profundament per una pandèmia a nivell mundial.

El perfil demandat pels mitjans de comunicació implica l'assumpció de noves habilitats i actituds del periodista. Sens dubte, en el desenvolupament del projecte s'ha detectat un desequilibri entre la demanda dels mitjans i la preparació dels graduats: mentre que les empreses cerquen perfils amb un alt coneixement de l'entorn digital –que superi el que tenen els seus treballadors–,

els graduats accedeixen al mercat laboral amb un remarcable dèficit en el domini dels recursos digitals. Amb tot, entenem que allò primordial no és formar en el domini d'unes tecnologies o aplicacions concretes, a causa de l'obsolescència a curt termini. Els responsables de mitjans de comunicació d'àmbit català valoren les competències relacionades amb capacitats personals –la iniciativa, el criteri, l'autonomia, la curiositat i l'interès per aprendre– com a prioritàries, per sobre del domini de tecnologies concretes.

L'actual paradigma de l'ensenyament universitari requereix una relació més estreta de les facultats amb el seu territori d'influència, que asseguri la transferència de coneixement i familiaritzi els estudiants amb la realitat professional. El projecte que hem desenvolupat parteix de la premissa que la innovació docent, com a valor estratègic, s'ha de cercar a partir de l'aliança entre diferents agents socials, que aporten coneixement i experiència i, al mateix temps, es beneficien de participar en espais de docència i recerca.