



El ApS como metodología de aprendizaje en Comunicación Audiovisual desde la perspectiva de la psicología positiva

Sánchez, Lydia

Universitat de Barcelona

Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals

Melcior de Palau, 140, 08014 Barcelona

lsanchezg@ub.edu

Franganillo, Jorge

Universitat de Barcelona

Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals

Melcior de Palau, 140, 08014 Barcelona

franganillo@ub.edu

García Asensio, M. Ángeles

Universitat de Barcelona

Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals

Melcior de Palau, 140, 08014 Barcelona

garciaasensio@ub.edu

Marquès, Anna

Universitat de Barcelona

Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals

Melcior de Palau, 140, 08014 Barcelona

anna.marques@ub.edu

1. RESUMEN:

Este trabajo caracteriza el aprendizaje servicio (ApS) desde la perspectiva de la psicología positiva y, por tanto, como una metodología de aprendizaje que incide en la formación emocional y de valores de los estudiantes, e impulsa su motivación académica. El Grupo de innovación docente consolidado en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV) promueve en el grado de Comunicación Audiovisual (CAV) de la Universitat de Barcelona este tipo de aprendizaje desde el curso 2016–2017. Se presentan aquí los criterios establecidos para la aceptación de proyectos ApS, las ventajas formativas en CAV y los resultados que la iniciativa ha tenido sobre el alumnado.



2. ABSTRACT:

This paper characterizes service learning (SL) from the perspective of positive psychology and, therefore, as a learning methodology that affects the students' emotional and values education and boosts their academic motivation. The consolidated teaching innovation group in Communication and Audiovisual Media (In-COMAV) has been promoting this type of learning in the Audiovisual Communication degree (CAV) at the University of Barcelona since the 2016–2017 academic year. The criteria established for the acceptance of SL projects, their educational benefits in CAV and the results that this initiative has had on the students are presented here.

3. PALABRAS CLAVE:

comunicación audiovisual, aprendizaje servicio, competencias profesionalizadoras, educación emocional, educación en valores

4. KEYWORDS:

audiovisual communication, service learning, professional skills, emotional education, values education



5. DESARROLLO:

La universidad forma a profesionales capaces de integrarse en el mundo laboral. También forma a ciudadanos en valores y virtudes, ya que estos son la base del bienestar individual y social (Arroyo, 2019). Desde nuestro punto de vista, la psicología positiva (Haidt, 2006) ofrece una fundamentación teórica que permite a los docentes y a la propia universidad orientar este tipo de formación. En este trabajo presentamos una experiencia docente que comparte algunos de los presupuestos de la psicología positiva. La experiencia está promovida por el Grupo de innovación docente consolidado en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV). En concreto, abordamos el caso de una práctica formativa del grado de Comunicación Audiovisual (CAV) que se imparte en la Universitat de Barcelona (UB) desde el curso 2006.

Aprender a través de proyectos de aprendizaje servicio (ApS) permite tener en cuenta las fortalezas de carácter de los estudiantes, la dimensión social de la conducta y la función del lenguaje audiovisual en tanto que herramientas que sirven para relacionarnos con los demás. El ApS se enmarca, por tanto, en una corriente innovadora en el ámbito educativo que trasciende la propia institución educativa, se proyecta a la comunidad y pretende un cambio social. Mediante el ApS, la universidad ofrece a los alumnos la oportunidad de intervenir allí donde hay necesidades sociales.

Hipótesis, objetivos y metodología

Este trabajo tiene un doble propósito. Por un lado, pretende caracterizar el ApS desde la perspectiva de la psicología positiva, siempre partiendo de la hipótesis de que se trata de un modelo de aprendizaje capaz de articular la formación emocional y de valores en el ámbito de la Comunicación Audiovisual. Y, por otro lado, describe la experiencia que el Grupo de innovación docente consolidado en Comunicación y Medios Audiovisuales (In-COMAV), formado por un equipo docente multidisciplinar, desarrolla desde 2016 en el grado de Comunicación Audiovisual de la UB con el objetivo de impulsar y de consolidar los proyectos ApS en el grado.

En el marco de esta experiencia, se presentan los criterios de viabilidad establecidos para la aceptación de proyectos de colaboración, las ventajas formativas del ApS en CAV y los resultados que la iniciativa ha tenido sobre el alumnado. La valoración de tales resultados se ha basado, por una parte, en los datos de una encuesta en la que 27 de los 51 alumnos de CAV que han participado en proyectos ApS valoran qué aporta esta metodología a su aprendizaje y a su desarrollo profesional. Y, por otra, se hace un análisis comparativo del rendimiento académico a lo largo de cinco cursos académicos para comprobar si la implicación en iniciativas ApS redundaba en un mayor desempeño académico.



El ApS y la psicología positiva

La psicología positiva entiende el comportamiento humano desde las llamadas fortalezas de carácter, y propone seis categorías universales de virtudes en torno a las cuales se pueden clasificar puntos fuertes del carácter. Tales virtudes son: sabiduría, coraje, humanidad, justicia, templanza y trascendencia. A partir de esta clasificación, los individuos —profesores y estudiantes— pueden identificar los puntos fuertes de su carácter y trabajar a partir de ellos (Peterson y Seligman, 2004).

La metodología ApS parte de estas fortalezas de carácter de los estudiantes ya que promueve el aprendizaje según necesidades sociales del entorno. Dichas necesidades han de ser identificadas por los alumnos (y también por los profesores), que a su vez deben esforzarse por encontrar e implementar soluciones que transformen y mejoren la realidad social. Se trata de un proceso en el que se genera un compromiso vital para los alumnos implicados. Este compromiso vital no puede adquirirse únicamente a través del conocimiento explícito sobre el que suele articularse la formación superior, sino que requiere de un tipo de razonamiento tácito (Sternberg, 1998). También se parte de las fortalezas de carácter de los estudiantes en la medida en que la metodología ApS fomenta la creación de comunidad y el trabajo colaborativo, refuerza el aprendizaje activo y significativo, la emprendeduría social, así como la responsabilidad y solidaridad social (Sobrado y Fernández, 2010).

Cómo identificar y definir la metodología ApS

A partir de la experiencia acumulada durante estos años, el equipo docente del grado de CAV ha establecido una serie de criterios que sirven para identificar y definir este tipo de metodología, al mismo tiempo que ayudan a situar los proyectos ApS dentro del plan de estudios (In-COMAV, 2018):

- La iniciativa ha de tener un interés pedagógico y académico, y debe permitir el desarrollo de competencias transversales y específicas de la titulación.
- El producto audiovisual resultante debe tener una repercusión social, política, cultural o económica, y ha de contar con el aval de un organismo público, una entidad social o una empresa. Primarán las propuestas dirigidas de manera directa o indirecta a colectivos en situación de vulnerabilidad social o en riesgo de formar parte.
- La propuesta ha de poder materializarse en un proyecto de mejora e innovación docente, de aprendizaje servicio, de transferencia de conocimiento o de investigación, en el cual debe estar implicado profesorado del área de CAV del departamento que gestiona la titulación.
- La propuesta ha de poder desarrollarse de forma natural en el marco de una asignatura, desde el punto de vista tanto académico como cronológico (un



semestre académico o, en casos excepcionales, un curso académico) y debe poder contar con la figura de un tutor.

- La colaboración no puede quedar limitada a la realización del producto audiovisual, sino que debe incluir también una tarea de investigación y conceptualización de la obra a realizar.
- El producto no puede tener como finalidad principal un beneficio comercial o un provecho exclusivo para la entidad promotora; no puede ser, p. ej., un anuncio publicitario o un vídeo promocional. En caso afirmativo, si la propuesta proviene de la propia universidad, la fórmula adecuada es la convocatoria de becas de colaboración.
- La propuesta debe aportar unos recursos, que tanto pueden ser una dotación económica (beca de colaboración, dietas, alquiler de material, etc.) como algún beneficio, en términos de proyección profesional o institucional, para el alumnado del grado de CAV y para el departamento que gestiona la titulación.
- La actividad desarrollada por los estudiantes no puede incurrir en competencia desleal con el sector profesional. El destinatario del servicio debe aceptar que los estudiantes desarrollan una actividad de aprendizaje en el marco de su formación universitaria y, por lo tanto, podrían cometer errores y el producto final podría no ser satisfactorio. Aunque se velará por la calidad del servicio, en ningún caso el proyecto sustituirá la prestación de un servicio profesional.

Resultados sobre el alumnado

Hasta la fecha, en el grado de CAV se han realizado 11 proyectos ApS, todos ellos en el marco de asignaturas de carácter eminentemente práctico: Proyectos, De la Idea a la Pantalla o el Trabajo de Fin de Grado.

Cabe destacar que cada uno de estos proyectos persigue un objetivo concreto: divulgar el tratamiento de las úlceras neuropáticas en el pie diabético, sensibilizar a la población contra la automedicación de antibióticos, difundir la lengua y cultura catalana entre los estudiantes Erasmus, mostrar la lengua de signos en catalán a estudiantes universitarios, contribuir a la recuperación de la memoria histórica de un barrio de desfavorecido de Barcelona, divulgar las aportaciones de una institución marítima bicentenaria, etc.

En todos estos proyectos está clara la función social, y su carácter práctico. Con la dimensión social de los proyectos ApS los alumnos potencian sus fortalezas de carácter y, a la vez, mejoran sus competencias sociales al mismo tiempo que desarrollan las competencias profesionales. El mercado laboral requiere de profesionales que usen sus fortalezas de carácter como un bien transformador y generador de bienestar.

Los resultados observados sugieren un marcado aumento en el entusiasmo y la motivación de los estudiantes. Los estudiantes que participan en estas iniciativas son conscientes de que los proyectos que realizan tienen una utilidad social y se utilizan en



MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

campañas de comunicación. Perciben el aprendizaje de forma aplicada, práctica, más amena y motivadora que las actividades ordinarias. Como deben negociar con un «cliente» (el promotor) para evaluar y determinar qué se necesita realmente, los alumnos aprenden a analizar el contexto, a formular objetivos, a desglosar situaciones complejas y a diseñar planes de acción. De este modo, desarrollan habilidades tanto sociales como profesionales.

Además, como estos proyectos se desarrollan en el campo de la creación audiovisual, los estudiantes deben construir equipos de trabajo que cubran todos los perfiles habituales presentes en un equipo de rodaje profesional. Esto proporciona una valiosa oportunidad para aprender habilidades orientadas a los roles en un entorno de trabajo real y desarrollar una aptitud para el trabajo en equipo. Como beneficio adicional, los estudiantes que participan en este tipo de iniciativas tienden a obtener calificaciones más altas (fig. 1). Además, en ocasiones incluso están dispuestos a seguir trabajando en el mismo proyecto después de graduarse, como ya han observado otros autores (Einfeld y Collins, 2008).

Los proyectos ApS finalizados se pueden visionar desde el sitio web del grupo In-COMAV (<https://fima.ub.edu/grups/incomav>), que además da fe de que, en el marco de estos proyectos, se ha consolidado una línea de colaboración entre alumnos y profesores de varios grados y facultades. Ello implica que los proyectos ApS no solo tienen un impacto en la sociedad y preparan a los alumnos para ser emprendedores y buenos profesionales, sino que además están procurando nuevas formas de docencia y de aprendizaje. De hecho, incorporar la metodología ApS en la docencia aplana las paredes del aula y también ayuda a romper los límites típicamente asociados a asignaturas específicas. Con ello, ayuda a superar al mismo tiempo dos barreras, en cierto modo, autoimpuestas por el *habitus* imperante en la tradición académica universitaria, en el diseño de los planes de estudio y en las formas de evaluación con las que convivimos (Trigueros, Ribera y Torre, 2011; Franganillo *et al.*; 2021).

Como resultado, la fórmula del ApS fomenta el aprendizaje transversal y aporta varias ventajas formativas:

- ayuda a formar ciudadanos porque los estudiantes se implican en mejorar alguna situación de su entorno;
- contribuye al crecimiento y fortalecimiento personal y social;
- refuerza el aprendizaje activo y significativo: los estudiantes desarrollan trabajo en equipo y aprenden a identificar necesidades, a conceptualizar, estructurar, desarrollar y ejecutar proyectos, y a evaluar resultados;
- potencia la comunicación (crea comunidad) y el trabajo colaborativo, porque cada equipo de trabajo, en la persecución de su objetivo, puede estar formado por estudiantes de diversas asignaturas y de diversos cursos, e incluso, de manera



MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

pluridisciplinaria, por estudiantes de distintos grados universitarios, todos en interacción con profesores y con agentes sociales externos a la universidad.

Es decir, el ApS aprovecha las fortalezas y el potencial de los alumnos, incrementa su compromiso vital a través del trabajo, refuerza el conocimiento tácito, crea comunidad y, en última instancia, incide en el nivel de felicidad de los estudiantes, de los profesores y de la sociedad.

Se puede apreciar, pues, cómo las ventajas de la metodología ApS, en este contexto de colaboración, potencia las virtudes humanas descritas por la psicología positiva. En particular, la consolidación de la línea de colaboración entre CAV y el área de Ciencias de la Salud (Medicina, Podología y Enfermería) incide sobre un conjunto definido de virtudes: coraje, sabiduría, humanidad, justicia, templanza y trascendencia.

A este último respecto, esta aplicación de la metodología ApS refuerza, en primer lugar, el coraje porque los estudiantes saben que, al aceptar trabajar con alumnos de otras áreas del conocimiento, y en período de actividad académica, rompen moldes y aceptan que deben trabajar fuera de su horario lectivo para poder reunirse con los estudiantes de otros grados y desarrollar un proyecto en común. Asumen también el riesgo que implica ser evaluados de formas distintas, teniendo presente que colaboran de manera interdisciplinar. Y aceptan que abordan problemas sensibles relacionados con la salud pública y que, en consecuencia, no deben difundir conocimiento erróneo, lo que redundaría, paralelamente, en la virtud de la templanza y, en particular, en la fortaleza de la prudencia, ya que cada decisión se somete a un análisis cuidadoso.

Se impulsa, asimismo, la sabiduría porque la colaboración aspira a difundir y divulgar entre la población un conocimiento científico: conocimiento médico y farmacológico orientado a que la población haga buen uso de los medicamentos, siga al pie de la letra los tratamientos indicados y rechace creencias que carecen de fundamento científico. Ello implica que, en el marco de cada proyecto ApS, los estudiantes deben adquirir conocimiento acerca del problema o de la necesidad social que quieren abordar, y deben activar estrategias de divulgación del conocimiento experto en cada pieza audiovisual que producen, adaptadas al perfil de su público objetivo.

Del mismo modo, se potencia el sentido de humanidad porque el objetivo último de estos proyectos ApS es procurar calidad de vida a las personas. Pudiendo decantarse por un trabajo académico orientado únicamente a la satisfacción personal, los alumnos que se involucran en esta iniciativa eligen dedicar sus esfuerzos a realizar un proyecto orientado a facilitar o mejorar la vida de las personas. Y tal propósito va unido a la fortaleza de la trascendencia porque se aspira a que la pieza audiovisual que culmina cada proyecto perdure en el tiempo e impacte en el mayor número de personas.

Añadiremos, por último, que en la Universitat de Barcelona existe una plataforma que orienta y facilita al estudiante la creación de su propia empresa. Se trata de StartUB, un



MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

espacio destinado a impulsar actividades relacionadas con el emprendimiento. Ofrece formación, asesoría y ayuda financiera para concebir, evaluar y desarrollar ideas de negocio. Como política universitaria, esta iniciativa resulta muy relevante, ya que el emprendimiento está alineado con la política general de los gobiernos, que promueven el autoempleo, especialmente en tiempos de crisis.

Los estudiantes inmersos en un proyecto ApS experimentan, ya antes de graduarse, que sus competencias sociales y profesionales son quizá más sólidas de lo que previamente creían. Así, conscientes de que la intención emprendedora es un autorreconocimiento de la convicción de planear y establecer un nuevo negocio en el futuro (Thompson, 2007), varios estudiantes han asistido a encuentros internacionales de StartUB, para sumergirse en el proceso que implica la creación de una empresa propia. Sus fortalezas, sin duda, son puestas a prueba de nuevo y el resultado es prometedor en diversos ámbitos; especialmente en la toma de decisiones y en la ventaja comparativa —inevitable— en relación con otros estudiantes en la misma situación.

A diferencia de los estudiantes no involucrados en proyectos ApS, el estudiante que sí lo está comprende antes y más rápido en qué consiste el trabajo audiovisual con un cliente, y decide, según su experiencia y con más información, si está preparado para poder iniciar su aventura emprendedora.

Conclusión

Para concluir, queremos destacar que los proyectos ApS proporcionan una metodología de aprendizaje óptimo para que la universidad forme a ciudadanos, y no solo a profesionales. Esto significa poner en el centro de la docencia universitaria las fortalezas de carácter de los alumnos (y profesores), su inteligencia emocional y el conocimiento tácito. Los estudiantes de CAV han de ser profesionales polivalentes, con iniciativa y capacidad analítica del entorno, capacidad de liderazgo y de trabajo en equipo, competentes en comunicación persuasiva.

Los estudiantes que realizan proyectos ApS revierten en la sociedad su conocimiento, presentan su proyecto fuera de las aulas y entienden que su proyecto ha hecho una contribución valiosa a un ámbito determinado de la sociedad. La experiencia acumulada durante estos años hace que hoy los proyectos ApS se perciban entre el alumnado como experiencias atractivas y significativas que les ayudan a encaminar su futuro profesional.



MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

5.1. FIGURA 1

Calificaciones obtenidas en proyectos ApS y en proyectos no ApS

Asignatura — curso académico	Proyectos ApS	Nota media proyectos ApS	Nota media proyectos no ApS
Proyectos 2016–17	2	9,10	7,56
Proyectos 2017–18	1	8,04	6,83
Trabajo de Fin de Grado 2017–18	2	8,40	7,48
Proyectos 2018–19	1	7,31	7,35
Trabajo de Fin de Grado 2018–19	2	7,37	7,65
De la Idea a la Pantalla 2019–20	1	9,00	7,19
Proyectos 2019–20	2	9,10	7,43
	11	8,33	7,36

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arroyo, J. (2019). «Un currículum más allá del aula». *El País*, 14 de octubre. https://elpais.com/sociedad/2019/10/13/actualidad/1570981445_198065.html
- Einfeld, A.; Collins, D. (2008). «The Relationships between service-learning, social justice, multicultural competence, and civic engagement». *Journal of College Student Development*, n. 49, p. 95–109. <http://doi.org/10.1353/csd.2008.0017>
- Franganillo, J.; Sánchez, L.; García, M.A.; Marquès, A. (2021). «Aprendizaje emocional y de valores en la formación universitaria, aplicado al grado de Comunicación Audiovisual de la Universidad de Barcelona». *Revista Latina de Comunicación Social*, n. 79, p. 161–183. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1493>
- Thompson, E. (2009). «Individual entrepreneurial intent: construct clarification and development of an internationally reliable metric». *Entrepreneurship theory and practice*, v. 33, n. 3, p. 669–694. <http://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00321.x>
- Haidt, J. (2006). *La hipótesis de la felicidad*. Barcelona: Gedisa.
- In-COMAV (2018): «Directrius». En: *In-COMAV: Innovació en Comunicació i Mitjans Audiovisuals*. <https://fima.ub.edu/grups/incomav/directrius.html>
- Peterson, C.; Seligman, M.E.P. (2004). *Character strengths and virtues: a handbook and classification*. Nueva York: Oxford University Press; Washington, DC: American Psychological Association.



MÁS ALLÁ DE LAS COMPETENCIAS: NUEVOS RETOS EN LA SOCIEDAD DIGITAL

Sobrado, L.; Fernández, E. (2010). «Competencias emprendedoras y desarrollo del espíritu empresarial en los centros educativos». *Educación XXI*, v. 13, n. 1, p. 15–38.

Stenberg, R.J. (1998). «A balance theory of wisdom». *Review of General Psychology*, n. 1, p. 347–365.

Trigueros, C.; Rivera, E.; Torre, E. (2011). «La evaluación en el aula universitaria: del examen tradicional a la autoevaluación». *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y el Deporte*, v. 12, n. 47, p. 473–491.
<http://cdeporte.rediris.es/revista/revista47/artevaluacion303.htm>