



De izquierda a derecha: Sergi Molas, Mónica Recalde, María Pilar Martínez Costa, Antonio Martínez Illán, Javier Serrano, Pablo Castrillo y María Jiménez.

Reforzando la Identidad Profesional en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra.

La Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra ha integrado el proyecto Universitas gracias a las sinergias con iniciativas y procesos ya en curso que han facilitado la transición y la aceptación del proyecto entre el profesorado. Sergi Molas, integrante de la comisión de docencia, comparte detalles sobre cómo Universitas ha sido un catalizador para la reflexión y el desarrollo profesional en la facultad.

El lanzamiento del proyecto Universitas coincidió con la renovación de dos grados de la facultad y procesos de reacreditación que ya promovían un ambiente de reflexión. "Por tanto, el reto ha sido combinar todos estos procesos de manera eficiente y ordenada", explica Sergi. Esta confluencia de actividades ha creado una oportunidad única para alinear esfuerzos y reforzar la misión educativa de la facultad.

Para definir la identidad profesional de los egresados de Comunicación, se llevó a cabo un proceso exhaustivo que comenzó con la elaboración de un cuestionario detallado, distribuido entre los profesores de los tres grados. Las respuestas recopiladas ayudaron a formar documentos de trabajo que sirvieron de base para la siguiente fase del proceso, que incluyó escuchar a grupos de interés como antiguos alumnos y empleadores. "A través de diversos grupos de discusión, Madrid, Barcelona y Pamplona, y una encuesta extensa a más de 1000 alumni, hemos recopilado información muy rica que es el punto de partida para un proceso más 'panorámico'", señala Sergi.

La reflexión sobre qué rasgos incluir en la definición de la identidad profesional sigue abierta, pero ya ha proporcionado perspectivas significativas. "Nos sorprendió, para empezar, lo mucho que compartimos" comenta Sergi, refiriéndose a los valores comunes entre los grados de Periodismo, Comunicación Audiovisual y Marketing, como la importancia de los hábitos intelectuales, la base humanística y la impronta ética. Cada grado también presenta particularidades en el uso de lenguajes, medios y entornos específicos, lo que guía la personalización de la enseñanza y la práctica en cada área.

Como miembro de la comisión, Sergi ha facilitado la comunicación y la documentación de las reuniones, ayudando a los miembros a compartir ideas y acceder a la información necesaria para sus deliberaciones. Tras finalizar el proceso de reflexión estratégica, la importancia de la comisión de docencia volverá a ser evidente. "Para entonces, tendremos redefinidas la misión y la visión de la Facultad y dispondremos de unas líneas prioritarias de acción" afirma Sergi, destacando que la comisión será crucial para desarrollar el modelo formativo renovado de la facultad.