

**Innovant en la millora de les capacitats persuasives
de l'estudiant de Comunicació Audiovisual
i en la construcció de la seva imatge
i projecció professionals**

INFORME FINAL 2016PID-UB/026

Grup d'Innovació Docent In-COMAV

Responsable: Dra. M.^a Ángeles García Asensio

Febrer 2019



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

1. DADES DEL PROJECTE

Títol del projecte: Innovant en la millora de les capacitats persuasives de l'estudiant de Comunicació Audiovisual i en la construcció de la seva imatge i projecció professionals

Codi del projecte: 2016PID-UB/026

Dates d'inici i de finalització: Novembre de 2016 a novembre de 2018

Nom i Cognoms del responsable: M.^a Ángeles García Asensio

Departament: Filologia Hispànica, Teoria de la Literatura i Comunicació Audiovisual

Facultat: Biblioteconomia i Documentació

Correu electrònic: garciaasensio@ub.edu

Participants:

Professors del grau de Comunicació Audiovisual: Carlos Aguilar Paredes, Jorge Franganillo Fernández, M.^a Ángeles García Asensio, Anna Marquès Emo, Paula Ortiz Álvarez, Sandra Rius Cruz, Lydia Sánchez Gómez, Sergio Villanueva Baselga, Jaume-Elies Vilaseca Corderroure,

Professors lingüistes del grup de recerca EDAP: Anna López Samaniego, Estrella Montolio Durán, Fernando Polanco Martínez, Irene Yúfera Gómez

2. RESUM DEL PROJECTE

En un context caracteritzat per l'evolució tecnològica, la globalització i l'orientació cap a un treball cada cop més col·laboratiu i interdisciplinari, el sector audiovisual planteja noves exigències professionalitzadores. Per aquest motiu, es fa indispensable que la comunitat universitària s'impliqui en millorar la capacitat dels estudiants de Comunicació Audiovisual i en facilitar la seva inserció a la indústria. En aquest sentit, és fonamental que els estudiants, futurs professionals, comptin amb les habilitats necessàries per enfrontar-se amb èxit als *pitches* professionals, breus presentacions orals orientades a explicar i vendre els seus projectes audiovisuals. També cal treballar en la millora de la seva imatge professional i en la seva marca personal a les xarxes socials.

En aquest context, el projecte d'innovació docent que hem desenvolupat durant dos cursos acadèmics ha estat orientat a treballar estratègies formatives específiques que han incidit en la millora de les habilitats de comunicació persuasiva i especialitzada dels nostres estudiants i en la seva creació d'una imatge pública, professional i convincent. També ha estat objectiu treballar eines i estratègies que faciliten que els seus projectes audiovisuals siguin visibles a ulls de la indústria.

Amb aquests propòsits, hem aconseguit no només augmentar l'esforç dels estudiants per aconseguir l'excel·lència en la persuasió oral (*pitches*), digital (xarxes socials) i audiovisual (*teasers*, tràilers i obres audiovisual), sinó també intensificar la reflexió didàctica dels docents sobre el treball interdisciplinari i sobre les competències professionalitzadores dels estudiants. En definitiva, hem aconseguit millores en els processos d'ensenyament-aprenentatge del grau.

3. DESCRIPTORS

Línies d'innovació vinculades:

- Aprenentatge professionalitzador
- Aprenentatge i servei
- Competències transversals
- Web 2.0/3.0/Xarxes socials
- Instruments d'avaluació
- Equip docent

Paraules clau:

- Innovació docent i tecnologies de la informació i la comunicació
- Capacitació professional
- Persuasió
- Pitch audiovisual
- Aprenentatge i servei

4. MANCANCES DETECTADES

El projecte surt de la necessitat d'una actuació docent ferma sobre la dèbil formació i pràctica en comunicació persuasiva i en construcció d'una imatge professional detectada en els estudiants del grau de Comunicació Audiovisual no només quan ingressen al grau, sinó també quan arriben a tercer i quart cursos. A banda, els docents coincidim en afirmar que cal desenvolupar encara condicions d'ensenyament-aprenentatge que permetin connectar les diferents competències professionalitzadores associades a les matèries del grau amb la realitat d'un professional que es mou en un ambient altament competitiu.

Conseqüentment, el projecte ha volgut aprofundir en el coneixement d'aquestes mancances, per delimitar-les i tractar-les, a fi d'eliminar les inseguretats manifestes amb què els estudiants plantegen les defenses públiques dels seus projectes audiovisuals, la seva manca d'assertivitat, de coneixement d'estratègies retòriques i mecanismes lingüístics i no lingüístics d'argumentació i persuasió; el seu camp encara limitat de comunicació professional a la xarxa i la seva visió fragmentada del mercat audiovisual i de com es mouen dins la indústria els professionals, els projectes per desenvolupar i les obres acabades.

5. OBJECTIUS

L'objectiu principal del projecte d'innovació docent que hem desenvolupat ha estat plantejar millores en l'ensenyament-aprenentatge professionalitzador del grau, i ha estat dirigit especialment al estudiants de tercer i quart cursos, que cursen les assignatures Projectes II,

Comunicació a la Xarxa, Producció Multimèdia i Treball Final de Grau. És en aquestes assignatures on els estudiants plantegen i desenvolupen els seus projectes audiovisuals pensant en la seva viabilitat dins la indústria audiovisual; també és en el marc d'aquestes assignatures que han de fer una defensa pública dels seus projectes davant d'un tribunal format per docents del grau. Aquesta defensa requereix la projecció de les seves fortaleces en oratòria i la intensificació dels seus trets diferencials.

Amb més detall, el projecte ha pretès satisfer els següents objectius específics:

1. Desenvolupar un procés d'identificació de les estratègies i dels mecanismes lingüístics i no lingüístics de persuasió que requereix la defensa d'un projecte audiovisual en contextos professionals competitiu.
2. Establir un conjunt de criteris que ajudin a enfortir la posició negociadora mitjançant estratègies de construcció de marca personal encaminades a millorar el posicionament professional.
3. Dissenyar, implementar, avaluar i validar rúbriques com eines de valoració i de medició de les capacitats de comunicació persuasiva, que siguin d'ús en les assignatures i que s'adeqüin als requeriments del mercat laboral.
4. A partir de les rúbriques, realitzar el DAFO de les habilitats comunicatives persuasives que desenvolupen els estudiants de Comunicació Audiovisual en situació de defensa d'un projecte audiovisual en contextos acadèmics i no acadèmics, per tal de poder incidir en futures planificacions docents de les assignatures.
5. Habilitar un espai-web atractiu per als professionals de la indústria audiovisual i per la comunitat acadèmica, on els estudiants tinguin l'oportunitat de projectar la seva imatge professional mostrant els seus projectes audiovisuals.

6. DESENVOLUPAMENT DE L'ACTUACIÓ

L'actuació principal desenvolupada durant els dos cursos acadèmics ha estat orientada a aprofundir en les característiques *pitch* professional, perquè és mitjançant aquestes breus presentacions com els estudiants hauran de mostrar màximament les seves capacitats persuasives.

Amb aquesta finalitat, **en una primera fase**, i amb un recolzament bibliogràfic, vàrem analitzar la tipologia, estructura i estratègies persuasives que es desenvolupen en els diferents *pitches* professionals que vàrem enregistrar per a la seva anàlisi en el marc del Pitching Audiovisual Universitat-Indústria, organitzat pel Clúster Audiovisual de Catalunya l'any 2017. També en aquest marc vàrem tenir l'oportunitat d'enregistrar tallers de *pitch*. Igualment, vàrem enregistrar la conferència-taller oferta pel tallerista del Clúster als alumnes de tercer i quart cursos del grau de Comunicació Audiovisual. I vàrem analitzar el Dossier que s'usa al festival DocsBarcelona per a l'*Interactive Pitch*: (<http://www.docsbarcelona.com/es/docsbarcelona-2017/industria/interactive-pitch/>).

D'altra banda, i **en una segona fase**, vàrem organitzar dos *focus group* amb professionals de gran rellevància de la indústria audiovisual, per conèixer la seva perspectiva sobre els *pitches* i sobre l'eficàcia de les xarxes socials per aconseguir finançament i difusió de les obres audiovisuals. Concretament, el primer *focus group*, centrat específicament en el *pitch* audiovisual, hi varen participar una directora de cinema, tres productors executius, un gestor, un guionista i dos participants recents en *pitches*. El segon *focus group*, amb cinc participants, assessors de *crowdfunding*, impulsors de Verkami, una investigadora de *webseries* i directors

de curts, es va orientar a aprofundir en les diferents estratègies de difusió, finançament i promoció del treball audiovisual a través de plataformes audiovisuals.

PARTICIPANTS EN EL FOCUS GROUP 1. 30 DE MARÇ 2017

Paula Ortiz	Directora de cinema: <i>De tu ventana a la mía. La novia</i>
Muntsa Tarrés	Productora executiva de TV3: equip de producció de Sense Ficció
Àngels Masclans	Productora a Oberon Cinematogràfica
Adrià Monés	Productor a Filmax.
Joan Rosés	Gestor del Clúster Audiovisual Universitat-Indústria de Catalunya
Dani Serra	Participant en <i>pitches</i> i en la productora Lironda Films. Autor de documentals, guionista de sèries.
Mercè Clascà	Profesora de la UAB (Fac. de Periodismo). Guionista. Membre de diferents comissions de subvencions per al cinema i la televisió a Espanya i a Iberoamèrica.
Juan Rondón	Participant en <i>pitches</i> a Amèrica (Argentina). Preparació de tràilers.

PARTICIPANTS EN EL FOCUS GROUP 2. 7 D'ABRIL DE 2017

David Victori	Director. Guanyador del YouTube'S Film Festival, organitzat pel Ridley Scott i el Michael Fassbender. Autor de la primera sèrie original de YouTube, Zero, produïda per Ridley Scott i Michael Fassbender. Nominada als premis Gaudí.
Marc Fàbregas	Director de la webserie '13mil'
David Valls	Director. Impulsor de tres Verkamis.
Gemma Ferraté	Directora. Autora de 'Tots els camins de Déu'
León Guallart	Director de la webserie 'A tempo Barcelona', financada a través de Verkami

Ambdós *focus group* ens varem permetre conèixer la perspectiva de professionals amb diferents rols en el sector, ampliar el nostre coneixement sobre la dinàmica de la indústria audiovisual i extraure el contingut rellevant i útil per aplicar a les assignatures.

La tercera fase d'actuacions va seguir prioritzant el *pitch* audiovisual. Des de la base dels resultats de l'anàlisi de *pitches* enregistrats, tallers de *pitch*, conferència i dossiers sobre *pitch*, bibliografia i *focus group*, varem poder elaborar directrius relacionades amb les competències comunicatives necessàries per a l'execució exitosa d'un *pitch*. A més, el material enregistrat ens ha proporcionat mostres de bones pràctiques comunicatives per als estudiants. Comptar amb la col·laboració d'una persona per realitzar aquesta anàlisi i ajudar en les gravacions dels *pitch*, tallers de *pitch* i *focus group* ha estat clau. La seva feina ha estat finançada amb l'ajut econòmic rebut per al desenvolupament del projecte.

Les directrius orienten a guiar l'estratègia de comunicació persuasiva que han de posar en pràctica els estudiants abans, durant i després de l'execució d'un *pitch* per mostrar-se convincents en la defensa pública dels seus projectes audiovisuals. Aquestes directrius es converteixen així en una eina en mans de professors i estudiants per animar la difusió,

finançament i promoció dels projectes audiovisuals, i contribuir, en darrera instància, a impulsar la carrera professional. Aquestes són les categories generals entorn de les quals els estudiants han de centrar la seva capacitat comunicativa: a) preparació del *pitch*; b) comunicació verbal: ús de la llengua i recursos retòrics; c) comunicació no verbal: marcadors de seguretat i de nerviosisme; estructura i contingut del *pitch*; d) discussió posterior amb els *commissioners/one-to one*; e) dossier; f) *teaser*/tràiler

El resum de resultats per a cada categoria és el següent:

1. Usar la sorpresa i l'humor, administrar la informació, tenir una idea clara que transmetre, organitzar el *pitch* com una notícia, conèixer l'interlocutor, tenir una llista de referents audiovisuals, cuidar el disseny visual del material, controlar el temps, evitar discursos apresos de memòria.
2. Oferir explicacions senzilles, resumir en una frase el projecte, presentar-se a l'inici i verbalitzar agraïments, interperlar el públic, acabar donant les gràcies, usar un vocabulari específic, evitar expressions d'incertesa, evitar parlar de costos de producció, evitar la primera persona del singular, repetir el nom del projecte perquè quedi en la memòria, evitar frases inacabades i negatives.
3. Mostrar interès, seguretat i passió, cuidar la comunicació personal, usar l'expressió corporal, evitar mostres de nerviosisme, parlar de forma tranquil·la i pausada, projectar la veu, no gesticular massa, mirar el públic, prestar atenció als companys del *pitch*.
4. Explicar de què va el projecte i què es pretén amb ell, destacar el que el diferencia dels altres, explicar les motivacions personals, dimensionar-lo adequadament, llançar una frase que creï expectativa, explicar en quina fase de producció es troba, parlar de patrocinadors concrets i de "noves finestres".
5. No prendre's les crítiques com a quelcom personal, deixar-se aconsellar i escoltar, acceptar suggeriments, evitar discussions, explicar la integració de l'equip.
6. Aconseguir un disseny que permeti la lectura del dossier en dispositiu electrònic, separar paràgrafs, marcar en negreta idees clau, incloure imatges, destacar visualment el títol del projecte, proposar pressupostos reals, evitar repetir informació en el *pitch* que ja estigui al dossier, proporcionar informació de contacte visible, presentar dos documents: el que s'usa al *pitch* i un altre més extens.
7. Construir un *teaser* breu que doni una idea general del projecte, dissenyar una presentació que es sustenta sense el *teaser*.

Aquestes conclusions ens han permès elaborar dos documents: una guia sobre l'estructura d'un *pitch*, i una rúbrica analítica sobre *pitch* que ajuda en la formació dels estudiants de Comunicació Audiovisual a l'hora de desenvolupar les seves capacitats comunicatives professionals i que també els ofereix la possibilitat de conèixer els criteris amb els quals seran avaluats en la defensa pública del seu projecte audiovisual davant un tribunal format per professors que també són professionals de la comunicació i de la indústria audiovisual. Aquest dos documents són especialment útils per a les assignatures Projectes 2 i Treball de Final de Grau. L'elaboració d'aquesta rúbrica era un dels objectius centrals del projecte. També ha servit de base per a elaborar una altra rúbrica amb la qual avaluar les presentacions dels

treballs de recerca de l'assignatura Treball Final de Grau. A banda, s'ha elaborat també una guia per a l'elaboració de *teasers* i de tràilers.

La fase 4 s'ha anat treballant paral·lelament a la fase 2 i 3. A partir del *focus group* 2 també s'han pogut treballar en les assignatures Comunicació a la Xarxa i Producció Multimèdia webs personals en què cada estudiant ha treballat per reforçar la seva identitat digital i projectar la seva marca personal, així com per assolir una bona presentació i difusió de les seves obres i projectes audiovisuals. També s'ha elaborat una rúbrica per a avaluar cadascuna d'aquestes assignatures. Se'n valora la capacitat persuasiva, l'adaptació del llenguatge als condicionants del mitjà digital i l'ús adequat de recursos audiovisuals com a eina per guanyar credibilitat i marca personal.

El temps no ha permès arribar a desenvolupar totes les activitats previstes quan es va plantejar el projecte d'innovació docent sobre el que estem elaborant aquest informe final. Les rúbriques, per exemple, han estat presentades als estudiants i han estat ben rebudes; però cal sotmetre-les, per al seu reajustament, a la consideració d'un nou *focus group* format per estudiants, professors i professionals de la indústria audiovisual. També queda recollir i analitzar les dades que ens ofereixen les rúbriques per realitzar un DAFO de les habilitats comunicatives persuasives i de creació de marca personal que els estudiants desenvolupen durant el seu recorregut universitari al grau. Tampoc hem arribat a fer públic un portal web del grau de Comunicació Audiovisual on els estudiants tinguin l'oportunitat de projectar la seva imatge professional mostrant els seus projectes audiovisuals, i que inclogui també informació rellevant tant per als estudiants com per als agents de la indústria audiovisual que s'interessin per l'activitat creativa que es duu a terme al grau. No hem assolit, doncs, els objectius específics 4 i 5.

En sentit contrari, el desenvolupament del projecte d'innovació ha impulsat activitats no previstes i que s'han consolidat en forma de dos nous projectes d'innovació docent en el marc de l'Aprenentatge i Servei. Es tracta de dos projectes interdisciplinaris i finançat, que agrupen professors i estudiants de diferents àrees de coneixement i facultats, i que inclouen la planificació, preproducció, producció, postproducció i difusió d'obres audiovisuals amb una utilitat, així com la defensa pública, en festivals, congressos i altres fòrums d'aquestes obres, per part dels estudiants:

Projecte ApS 1: Recuperació de la memòria històrica i dignitat dels barris del Camp de la Bota i de la Mina: un projecte transmèdia d'aprenentatge i servei, col·laboratiu i interdisciplinari. 2018PID-UB/14. Any inicial: 2018. Any final: 2020.

Projecte ApS 2: Comunicació de l'ús responsable dels fàrmacs amb mitjans audiovisuals: un projecte d'aprenentatge i servei per a la divulgació de la importància del compliment terapèutic dels fàrmacs més prescrits. 2018PID-UB/026. Any inicial: 2018. Any final: 2020.

També hem fomentat la participació d'estudiants a festivals organitzats per la indústria audiovisuals, així com la participació en congressos nacionals i internacionals, per als quals hem aconseguit finançament de diferents deganats així com del rectorat de la Universitat de Barcelona i el patrocini d'una empresa. També els estudiants han presentat a premis les seves obres audiovisuals.

Per últim, hem introduït a l'assignatura Projectes 2, i també a Projectes 1 la pràctica habitual de simulacions de *pitch* professional tant a la sala d'actes del centre com en plató i a les aules. Aquest *pitches* inclouen un *teaser* o un tràiler.

7. AVALUACIÓ, RESULTATS I INTERPRETACIÓ

Com a instrument d'avaluació hem mantingut un registre de les variables quantificables mitjançant el recurs a una graella.

- Hem publicat resultats de les activitats d'aquest projecte en forma de tres articles a revistes internacionals i d'innovació docent: *The FASEB Journal*, *Revista del CIDUI*.
- Hem publicat també abundant material docent a la col·lecció OMADO; en concret, 8 referències, de les quals 4 són rúbriques:

jul-2018	Comunicació a la Xarxa: Lloc web per a la projecció professional: rúbrica d'avaluació	Franganillo, Jorge; García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Rius Cruz, Sandra
16-abr-2018	El pitching audiovisual Universitat-Indústria: 7ª per vendre's i vendre un projecte	García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Sánchez, Lydia; Aguilar, Carlos (Aguilar Paredes); Villanueva Baselga, Sergio; Ortiz Alvarez, Paula; Marquès Emo, Anna; Vilaseca Corderroure, Jaume Elies; Rius Cruz, Sandra
jul-2018	Producció Multimèdia: rúbrica d'avaluació	Rius Cruz, Sandra; Franganillo, Jorge
3-jul-2018	Rúbrica de evaluación del pitch	García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Sánchez Gómez, Lydia; Marquès Emo, Anna; Vilaseca Corderroure, Jaume Elies; Rius Cruz, Sandra; Franganillo, Jorge; Aguilar, Carlos (Aguilar Paredes); Villanueva Balsega, Sergio; Ortiz Álvarez, Paula; Montolío Durán, Estrella; Yúfera Gómez, Irene; Polanco Martínez, Fernando; López Samaniego, Anna
16-abr-2018	Rúbrica avaluació treball en grup transversal. Estudiants de CAV i Medicina i Ciències de la Salut	Cuffí i Chéliz, Maria Laura; García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Vilaseca Corderroure, Jaume Elies
16-abr-2018	Guía para la presentación pública de una obra audiovisual	García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Franganillo, Jorge; Marquès Emo, Anna; Rius Cruz, Sandra
16-jul-2018	La persuasión	García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Rondón, Juan
22-ene-2019	Guia per a l'elaboració de teasers i de tràilers	Vilaseca Corderroure, Jaume-Elies; García Asensio, Ma. Ángeles (María Ángeles); Franganillo, Jorge

- c) Hem presentat 12 comunicacions o pòsters a congressos i jornades d'innovació docent, de caràcter nacional i internacional, celebrats a Barcelona, Madrid, Sevilla, Saragossa, Denver (EE. UU.).
- d) Hem començat a participar en grups d'intercanvi d'experiències d'innovació docent, com el grup ApS, de la Universitat de Barcelona.
- e) Hem col·laborat en l'organització de jornades sobre millora i innovació docent, com la *Jornada: Construint una universitat compromesa i crítica: Aprenentatge i Servei i Objectius de Desenvolupament Sostenible*. 13 d'abril de 2018. Facultat de Filologia. Universitat de Barcelona.
- f) El curs 2017-2018, hem organitzat el taller: *Potència els teus recursos expressius*, que dinamitza l'actor Fèlix Pons, i que durant el curs 2018-2019 es tornarà a oferir als estudiants i professors del grau.
- g) Hem comptat amb el becari Juan Rondón, de l'Université Paul Valéry de Montpellier.
- h) Hem enregistrat els *pitches* del Clúster-Audiovisual Universitat-Indústria, celebrat l'any 2016, així com els tallers de *pitch*, i hem obtingut material que servirà per planificar docència al grau.
- i) Hem organitzat una conferència sobre estratègies de persuasió per a *pitches audiovisuals*, oferta pel productor Oriol Gispert.
- j) Hem organitzat dos *focus group* amb professionals de renom de la indústria audiovisual.
- k) Hem portat a estudiants a participar en premis (Premis Lilly d'investigació biomèdica, Premis Grífols) i en festivals de la indústria audiovisual (DocsBarcelona 2017 i 2018, Mecal Pro 2017 i 2018, Festival organitzat per Altervídeo i Cinemes Girona), així com en congressos de caire científic o d'innovació docent.
- l) Tots els estudiants del grau, des del segon fins al quart cursos, han participat en simulacions de pitches professionals.

Totes aquestes fites han revertit en la implicació del professorat i de l'alumnat del grau en la millora de la qualitat docent i dels processos d'ensenyament-aprenentatge, i han sobrepassat els objectius previstos a l'inici del projecte. Professors i alumnes comptem amb més eines per seguir millorant en les nostres capacitats persuasives i en la construcció de la imatge i projecció professionals.

8. VALORACIÓ DE L'EXPERIÈNCIA

L'experiència de desenvolupar el projecte d'innovació docent ha estat altament positiva. Creiem que hem incidit en el treball de les següents competències del grau, contemplades a les assignatures implicades en el projecte: (i) *competències transversals*: capacitat de treball en equip (capacitat de col·laborar amb els altres i de contribuir a un projecte comú); capacitat creativa i emprenedora (capacitat de formular, dissenyar i gestionar projectes); capacitat comunicativa (capacitat de comprendre i d'expressar-se oralment i per escrit en català, castellà i en una tercera llengua, amb domini del llenguatge especialitzat); (ii) *competències generals*: capacitat d'aplicar els coneixements al treball o vocació de manera professional, d'elaboració i defensa d'arguments; capacitat de transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic, tant si és especialitat com si és general; (iii) *competències específiques*: Capacitat de

tenir una visió global del mercat audiovisual i proposar estratègies de difusió d'obres audiovisuals.

Aquest fet ens ha esperonat per proposar un proper projecte d'innovació docent que ens porti a seguir aprofundint sobre el *pitch*, a seguir creant material docent i a llançar noves iniciatives com l'organització d'una jornada sobre el *pitch* audiovisual per seguir posar en contacte estudiants, professors i professionals de la indústria audiovisual.

9. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Álvarez Marañón, G. (2010). El arte de presentar. Cómo planificar, estructurar, diseñar y exponer presentaciones. Madrid: Gestión.

Ciller Tenreiro, C. y Palacio Arranz, M. (2016). Producción y desarrollo de proyectos audiovisuales. Madrid: Síntesis.

Conde y Pozuelo (2007): Las plantillas de evaluación (rúbrica) como instrumento para la evaluación. Un estudio de caso en el marco de la reforma de la enseñanza universitaria en el EEES. Investigación e la Escuela, 63, 77-90.

Fernández, E. P. y Linares, R. (2014). ¡Échale el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia. Barcelona: Edicions UPC.

Gutiérrez, J. A. (2015): Competencias transversales en el grado de Medicina. Educación Médica, 16 (Supl 1), 6-12.

Martínez-Rojas, J. G. (2008): Las rúbricas en la evaluación escolar: su construcción y uso. Avances en Medicina, 6, 129-138.

Metler, Craig A. (2001). Designing scoring rubrics for your classroom. Practical Assessment, Research and Evaluation, 7 (25), 3-8.

Perrenoud, P. (2004). Diez nuevas competencias para enseñar. Barcelona: Graó.

Romeo, M., Yepes-Baldó, M., Burset, S., González, V., Gustems, J., Sánchez, L. Besolí, A. (2017): Evaluación de competencias profesionalizadoras en el grado de Comunicación Audiovisual. REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació, 10(1), 57-74.

Rubió, Laura y Escofet, Anna (coords.) (2017). Aprendizaje-servicio (ApS): claves para su desarrollo en la universidad. Barcelona: Octaedro.

Sanmartí, N., Mas, M. (2016). Les rubriques per a una avaluació plantejada com a aprenentatge. Perspectiva escolar, 390, 37-41.

Stevens, D. y Levi, A. (2005): Introduction to rubrics: An assessment tool to save grading time, convey effective feedback, and promote Student learning. Sterling, VS: Stylus Publishers.

