

UNA REFLEXIÓ NECESSÀRIA

Repensant l'ensenyament de l'economia a la universitat

Carolina Hintzmann

Directora del grau d'Economia de la UOC

Joan Miquel Gomis

Director d'*Oikonomics*. Professor dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC

En la seva cinquena edició, la revista *Oikonomics* dedica el seu dossier a un tema d'especial rellevància com és la reflexió sobre l'ensenyament de l'economia a la universitat. Grups d'estudiants i de professors qüestionen els plantejaments i l'orientació d'aquesta formació. Una crítica que s'ha intensificat amb la darrera crisi, però que ja existia amb anterioritat.

Per analitzar aquesta qüestió, hem recollit diverses opinions que reflecteixen amb la profunditat necessària els eixos centrals de la crítica que tenen com a denominador comú la manca de pluralitat. En la primera reflexió, a mode d'introducció, l'investigador de l'Internet Interdisciplinary Institute de la UOC, Ramon Ribera, revisa els orígens del debat sobre el pluralisme en l'ensenyament de l'economia. Un debat els orígens del qual l'autor situa en fa més de 40 anys. Amb tocs autobiogràfics, l'autor repassa i contextualitza de manera didàctica els moments històrics d'aquesta reflexió sobre el procés que anomena de «despluralització de l'economia».

En aquest entorn, la darrera crisi econòmica ha intensificat les activitats de diversos col·lectius d'estudiants que en diferents països han fet sentir la seva veu crítica en relació amb l'ensenyament de l'economia. Aquestes veus s'han agrupat al voltant de grups com l'anomenat Post-Crash, als quals estan vinculats els autors del segon article d'aquest dossier, Ferran Español i Laura de la Villa. En el seu text, els autors volen posar de manifest la necessitat que la formació econòmica sigui pel bé dels estudiants, però també del món acadèmic, les empreses i la societat en general més plural des d'una perspectiva teòrica, metodològica i interdisciplinària.

Per la seva banda, aprofundint en aquest tema, el catedràtic d'Economia Aplicada de la Universitat Complutense de Madrid, Carlos Berzosa, afirma que en les darreres dècades s'observa «una tendència general per convertir l'economia en un coneixement que pretén assemblar-se a les ciències pures com la matemàtica i les experimentals com la física». Indica que es prioritza la formació quantitativa basada en la teoria neoclàssica i es menysprea la que s'anomena literatura econòmica. En aquets context, entén que qüestions bàsiques per a l'anàlisi del món contemporani com la globalització, les desigualtats, la pobresa, la fam, etc. no són tractades de forma adient.

El professor dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC, Joan Torrent, introdueix al debat una perspectiva diferent. Analitza la qüestió des del concepte d'economia del coneixement que, en el marc de la tercera revolució industrial, està transformant el paradigma científic de l'economia i per tant del seu ensenyament. En el seu article, defensa l'opció d'articular noves funcions del comportament i noves mètriques de l'economia. Un plantejament que hauria de provocar canvis com, entre d'altres, avançar des del comportament individual cap al compromís col·lectiu o de la competència oligopolística a la xarxa de negocis. I pel que fa a la docència proposa, entre altres aspectes, reconfigurar l'organització de l'educació de l'economia cap a una xarxa interdisciplinària de coneixement transversal per resoldre problemes.

En l'entrevista final que completa el dossier, Elisenda Paluzie, degana de la Facultat d'Economia i Empresa de la Universitat de Barcelona, ens explica com afecta aquest debat a un centre de formació universitària referent. Paluzie fa referència a les crítiques de falta de pluralitat de l'ensenyament i analitza la situació en el cas de la facultat que dirigeix. Considera que en general cal fer un esforç per evolucionar en la docència de l'economia, ja que no es pot seguir ensenyant l'economia com si no hagués passat res en els darrers 20 anys. En aquest sentit, fa un esment especial a l'anomenat The Core Project com una iniciativa que cal tenir en compte per presentar noves eines i manuals docents per replantejar l'ensenyament de l'economia.

En la secció «Miscel·lània», en aquesta edició s'inclou un article de Juan Carlos Gázquez, professor titular de la Universitat d'Almeria i professor col·laborador de la UOC, sobre les anomenades *marques de distribuïdor*, que qualifica com a «fenomen social i econòmic». L'article analitza el paper d'aquestes marques en la cadena de distribució alimentària i com estan afectant als interessos dels minoristes i a les seves estratègies comercials.

En la secció «Treballs finals», en aquesta edició es recull l'estudi de satisfacció i posicionament del Triatló Vitòria-Gasteiz de la graduada en Màrqueting i Investigació de Mercats Itziar Galdós. Amb aquesta proposta, per a un esdeveniment esportiu es presenta un plantejament a través del qual «s'obtenen indicadors i resultats objectius sobre la satisfacció dels participants per conèixer el posicionament de la marca, per establir plans d'acció, dins del plantejament estratègic global de l'esdeveniment», com s'indica en el treball.



Carolina Hintzmann

chintzmann@uoc.edu

Professora dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Doctora en Economia per la Universitat de Barcelona i llicenciada en Ciències Econòmiques i Empresariales per la mateixa universitat. Directora del Grau en Economia dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC i coordinadora de mobilitat internacional dels esmentats estudis. Les seves àrees d'especialització se situen en l'àmbit de la macroeconomia, creixement econòmic, productivitat del treball i l'aprenentatge electrònic. És membre del grup de recerca Management & e-Learning (Mel).



Joan Miquel Gomis

jgomisl@uoc.edu

Professor dels Estudis d'Economia i Empresa (UOC)

Doctor pel Departament d'Economia i Organització d'Empreses de la UB. Llicenciat en Ciències de la Informació per la UAB. Director del programa (grau) de Turisme dels Estudis d'Economia i Empresa de la UOC. Director d'*Oikonomics*. Ha estat codirector acadèmic (2006-2010) del màster de Gestió, política i estratègia de les destinacions turístiques, organitzat conjuntament per la UOC i l'Organització Mundial del Turisme (OMT). Les seves àrees d'especialització se situen en l'àmbit de la direcció estratègica de l'empresa turística, l'aplicació de les TIC en la distribució i en l'àmbit de la responsabilitat social. Membre del grup de recerca GRATET.

Els textos publicats en aquesta revista estan subjectes –llevat que s'indiqui el contrari– a una llicència de Reconeixement 3.0 Espanya de Creative Commons. Podeu copiar-los, distribuir-los, comunicar-los públicament i fer-ne obres derivades sempre que reconegueu els crèdits de les obres (autoria, nom de la revista, institució editora) de la manera especificada pels autors o per la revista. La llicència completa es pot consultar a <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.ca>.

