

# 09

## Aproximación a las competencias profesionales y habilidades en los estudios de comunicación

*An approach to professional skills in Communication studies*

**Dra. Amparo Jiménez Vivas**

**Dr. Salvador Pérez Muñoz**

Facultad de Educación. Universidad Pontificia de Salamanca

### **Resumen / Abstract**

En este artículo se manifiestan las relaciones que deben existir entre la formación universitaria y el entorno sociolaboral a través de la evaluación de competencias. En este caso, son los estudios de Comunicación (Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo) los que se convierten en el objetivo diagnóstico a través sus alumnos de último curso académico. Se analizan las valoraciones sobre la importancia de las competencias descritas en el proyecto Europeo Tuning y su presencia en las disciplinas de los actuales planes de estudio. Este estudio tiene una finalidad descriptiva de la situación actual, al tiempo que prescriptiva, ya que los datos recogidos y la relación entre ellos, ofrecen a los profesores universitarios informaciones válidas, rigurosas y útiles para organizar las asignaturas según la nueva reforma en educación superior:

*This paper shows the relationships that must exist between University education and the social working environment through the evaluation of skills. In this case, Communication studies (Audiovisual Communication, Advertising and Public Relations, and Journalism) become a diagnosis target through those studying their last academic year. We analyze how the importance of the skills described in the European Tuning project was rated and the skills' presence in current study plans. This paper aims to describe the current situation, but has also a prescriptive purpose, as the collected data and the way they relate to each other provide useful and rigorous information to University teachers in order to organize their subjects according to the new reform in Higher Education.*

### **Palabras clave / Keywords**

Educación Superior. Competencias. Habilidades. Perfiles Profesionales.  
*Higher Education. Competences. Skills. Professional Profiles.*

## 0. Introducción

La sociedad actual, en pleno siglo XXI, está involucrada en una gran cantidad de cambios y transformaciones constantes producidas por las nuevas tecnologías, internet, mercado global..., conocidas todas ellas con el nombre de la 'Nueva Economía' (Sáenz, 2002). En este contexto, lo que va a primar son las personas. Así las transformaciones surgidas "nos conducen a considerar el capital humano bien formado como activo principal de las empresas" (Villa, 2002: 108). Las empresas se han convertido en espacios abiertos, flexibles y dinámicos; la empresa, ya no sólo se centra en el presente o en el pasado, sino que sus procesos se dirigen al futuro, con entornos y procesos de cambio acelerado y dinamismo.

La universidad, orientada a los cambios planteados desde las exigencias del Espacio Europeo de Educación Superior, no puede estar al margen de estas transformaciones. Necesita conocer las demandas solicitadas a los titulados hoy en día por parte de las empresas y otros organismos contratantes para ofrecer un tipo de formación real y adaptada a las necesidades de un mercado laboral tan cambiante como el actual, que sea capaz de generar un conocimiento útil, dinámico y flexible y facilitar la inserción laboral y profesional al mercado laboral. Para ello, es necesario, entre otras estrategias, sintetizar aquellas competencias (capacidades y habilidades) y analizar su grado de adquisición por parte de los alumnos tanto en el proceso de estudio como al finalizarlos.

Las competencias pueden definirse como "los conocimientos, habilidades y motivaciones generales y específicas que conforman los prerrequisitos para la acción eficaz en una gran variedad de contextos a los que se enfrentan los titulados superiores, formulados de tal modo que sean equivalentes en cuanto a significado en todos estos contextos" (Allen et al., 2003: 41).

La RAE (2001: 604) define competencia como "pericia, aptitud, idoneidad para hacer algo o intervenir en un asunto determinado", siendo este término sinónimo de capacidad. En este sentido, además, se puede aplicar el adjetivo de competente a "la persona idónea o adecuada para realizar una determinada actividad, desempeñar un determinado cargo, etc. por poseer la capacidad, experiencia o autoridad necesaria para ello" (Sánchez, 2001: 556)

Estas y otras definiciones identifican, desde un enfoque orientado al estudiante, cuáles deben ser las capacidades, conocimientos, habilidades y valores que de manera genérica (ligadas a cualquier estudio universitario) o específica (relacionadas con los perfiles laborales concretos de cada titulación) debe alcanzar este estudiante universitario al terminar su formación superior: De esa forma se busca una inser-

ción sociolaboral 'idónea' para realizar una actividad profesional de la forma más capaz posible.

En cuanto a la distinción entre competencias específicas y genéricas o transversales coincidimos con la mayor parte de los expertos en el tema al señalar que las competencias específicas hacen referencia a grupos de habilidades que un individuo necesita para trabajar de forma adecuada en un área específica para la que se está formando. Por el contrario, las competencias generales son catalogadas como independientes a las materias o el área de estudio, por lo que se puede aplicar a una amplia variedad de áreas, materias o situaciones y, por tanto, contribuyen directamente a la productividad efectiva en un amplio abanico de contextos (González & Wagenaar, 2003; EURYDICE, 2003; Allen et al, 2003; etc.).

En este sentido, el presente artículo, apoyado en los resultados obtenidos en la investigación desarrollada en la Universidad Pontificia de Salamanca, pretende analizar tanto el grado de importancia como el nivel de adquisición que para los alumnos de las titulaciones pertenecientes a la Facultad de Comunicación (Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo) tienen las diferentes competencias transversales o genéricas propuestas desde el modelo del Proyecto europeo Tuning (González & Wagenaar, 2003: 17).

Estas competencias se presentan, siguiendo los planteamientos del EEES, como las comunes a todas las titulaciones universitarias y divididas en tres ámbitos con una ordenación de las más básicas a las más complejas. Para ello se ha aplicado un cuestionario utilizando como muestra a los alumnos de último curso de los estudios citados. El cuestionario, como en la mayor parte de estudios desarrollados sobre el tema, se presenta como una escala de calificación (tipo likert) que indaga sobre la importancia que para estos alumnos tienen las diferentes competencias (Tuning) y si entienden que se trabajan o no en las asignaturas que componen el plan de estudios de su titulación. Por lo que respecta a los resultados que se presentan a continuación evidencian, con el apoyo de tablas o gráficos explicativos, algunas de las valoraciones de los estudiantes anteriormente citados sobre dos aspectos diferenciales.

Por un lado, se incluyen las valoraciones ofrecidas sobre la importancia que los alumnos de las diferentes titulaciones asignan a las competencias transversales diferenciando las de carácter instrumental, procedimental y sistémico. Se analiza cómo valoran las diferentes competencias ya que entendemos que, a pesar de ser genéricas y, por tanto, comunes a cualquier estudio universitario, las características concretas de cada titulación pueden conceder diferente grado de importancia a unas sobre otras.

Por otro lado, se hace hincapié sobre la consideración que los alumnos tienen del desarrollo de las competencias genéricas en sus planes de estudio. Esto es, se aportan resultados sobre la percepción que los alumnos tienen del desarrollo de las competencias en las diferentes disciplinas que cursan.

En este apartado complejo se ha optado, siguiendo las aportaciones del proyecto Tuning, por indagar si aparecen como objetivos docentes en ninguna, pocas, bastantes, mayor parte o todas las asignaturas de los planes de estudio de las respectivas titulaciones (sin señalar asignaturas concretas). Bien es cierto que, entendemos que una competencia puede ser adquirida por los alumnos trabajándose sólo en alguna de las asignaturas del plan de estudios. No es necesario que todas las competencias se trabajen en todas las disciplinas. Sin embargo, en el presente estudio se ha intentado analizar, según la opinión de los alumnos, que competencias son las 'trabajadas' en un número mayor de asignaturas (no tiene por qué ser mejor) para relacionar posteriormente este dato con el grado de importancia que se le asigna y establecer sus niveles de correspondencia.

Con estos datos hemos podido establecer relaciones entre las opiniones de los alumnos comparando el grado de importancia otorgado con la presencia en las asignaturas. Este proceso ha permitido establecer comparaciones entre las diversas titulaciones según los criterios anteriormente descritos (tipo de competencia, importancia, desarrollo en las asignaturas).

Pretendemos, con este análisis sistemático, ofrecer a los profesores de los estudios analizados un conocimiento exhaustivo y real de las opiniones de sus alumnos en relación a las expectativas competenciales a adquirir. Esto permitirá al docente organizar su enseñanza orientándola, diversificándola y estableciendo relaciones entre las actividades docentes a desarrollar en el aula y las competencias que se pueden conseguir con las distintas actividades.

De esta manera, este estudio tiene una finalidad descriptiva de la situación actual y prescriptiva del entorno futuro al tiempo que pretende ser una ayuda para los profesores universitarios en la formulación de los títulos de grado.

Por tanto, se prioriza el apoyo a los universitarios poniendo énfasis en la adaptación de las universidades españolas al Espacio Europeo de Educación Superior. Se plantea una reflexión sistemática sobre la consecución de competencias por parte de los estudiantes y titulados universitarios que posibilite y afiance innovaciones metodológicas en los procesos de enseñanza-aprendizaje a partir del diseño de asignaturas y desarrollo de actividades docentes.

## 1. Población y muestra

La población objeto de estudio comprende un total de 327 sujetos, que constituyen el total de alumnos matriculados en la Facultad de Comunicación de la Universidad Pontificia de Salamanca en su último año de carrera en el curso escolar 2006 - 2007. Estos han sido agrupados por titulaciones.

De los 327 sujetos de la población objeto de estudio, hemos procesado las informaciones ofrecidas por 144 sujetos, lo que corresponde a un 44,04%. Por titulaciones han emitido sus valoraciones el 54,63% de los alumnos matriculados en Periodismo, el 49,53% de Comunicación Audiovisual y el 28,57% de Publicidad y Relaciones Públicas, tal y como se puede comprobar en la siguiente tabla 1.

Este porcentaje de respuesta es bastante elevado, un 44,04%, y, por lo tanto, se puede considerar como representativo.

<b>Tabla 1. Población y muestra total y por titulaciones</b>			
<b>Titulación</b>	<b>Matriculados</b>	<b>Recibidos</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Periodismo</b>	108	59	54,63
<b>Comunicación Audiovisual</b>	107	53	49,53
<b>Publicidad y RRPP</b>	112	52	28,57
<b>Total</b>	28,57	114	44,04

Por lo que respecta a las características de inserción laboral de la población objeto de estudio, destacamos que tanto en Comunicación Audiovisual como en Periodismo, la gran mayoría de alumnos, más del 83%, manifiestan tener experiencia laboral relacionada con sus estudios, estos datos son muy similares a los extraídos en otra investigación sobre competencias (Pérez, 2005: 489) donde se recoge que el 85,3% de los encuestados tenían un primer empleo relacionado con sus estudios en Periodismo<sup>2</sup>. Frente a estos datos, destacamos que los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas presentan un menor nivel de experiencia laboral, en concreto un 43,8% (Gráfico 1).



*Gráfico 1. Porcentaje de inserción laboral por titulaciones.*

## 2. Valoración de las competencias instrumentales

Dentro de este bloque de competencias se agrupan las 7 primeras variables propuestas por el proyecto Tuning.

Por lo que respecta a este bloque competencial, el 90% de los encuestados de todas las titulaciones valoran que son muy importantes e imprescindibles para su futuro profesional (Gráfico 2). Datos que se relacionan con los aportados por la investigación realizada por profesores de la UPSA (Jiménez, Holgado y Pérez, 2007: 47) donde se afirma que para el 81,9% de los encuestados este tipo de competencias son 'muy importantes e imprescindibles para su futuro trabajo'. Entendemos, por tanto, que este grupo de variables son inevitablemente necesarias para el futuro profesional y la efectiva inserción en el mercado laboral de los titulados en comunicación.

Analizando la presencia de este grupo de competencias dentro del plan de estudios de la Facultad de Comunicación obtenemos que, para la mayoría de los alumnos de las tres titulaciones analizadas se desarrollan en bastantes de las asignaturas de su plan de estudios. Los encuestados de Publicidad y Relaciones Públicas apuntan que se estudian en la mayor parte de las asignaturas y los alumnos

de Periodismo afirman que están presentes en todas las asignaturas. Al tiempo, los alumnos de Comunicación Audiovisual y Periodismo consideran que la presencia se desarrolla en pocas o ninguna de las asignaturas (Gráfico 3).

Realizando una descomposición de este grupo de competencias a partir de un análisis más exhaustivo de las respuestas sobre cada una de las capacidades que componen este grupo apreciamos ligeras diferencias entre las diferentes titulaciones. En este sentido, los alumnos de Comunicación Audiovisual y los de Periodismo valoran como imprescindibles para su desempeño laboral la “Comunicación oral y escrita en la lengua materna”, coincidiendo con el porcentaje de mayor presencia en todas las asignaturas del plan de estudios. Mientras que para los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas es imprescindible para su futuro la “Comunicación en una lengua extranjera”, aunque esta no cuente con el mayor porcentaje de presencia en todas las asignaturas del plan de estudio. En segundo lugar destacamos que la “Comunicación en lengua extranjera” es valorada como imprescindible por los alumnos de Comunicación Audiovisual, aunque manifiestan que no tiene ningún desarrollo en las asignaturas. En Periodismo, la segunda competencia definida como imprescindible es la “Capacidad de análisis y síntesis”, sin embargo su presencia en todas las asignaturas es porcentualmente más baja que su importancia. En este sentido, podemos afirmar que existen ligeras diferencias

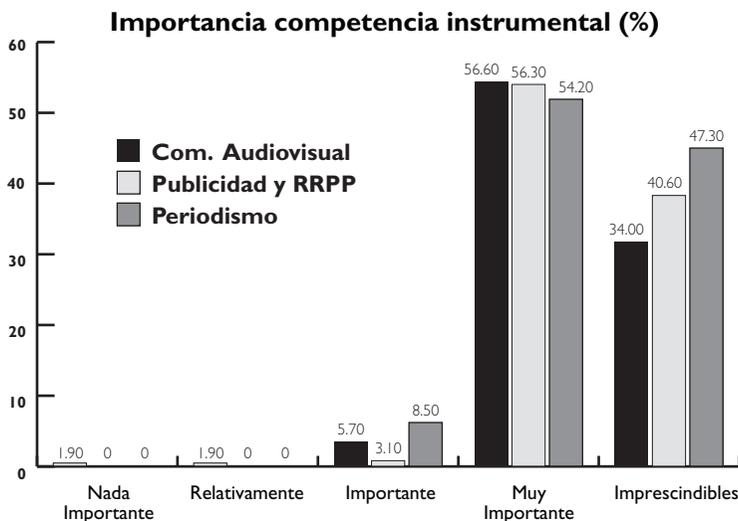
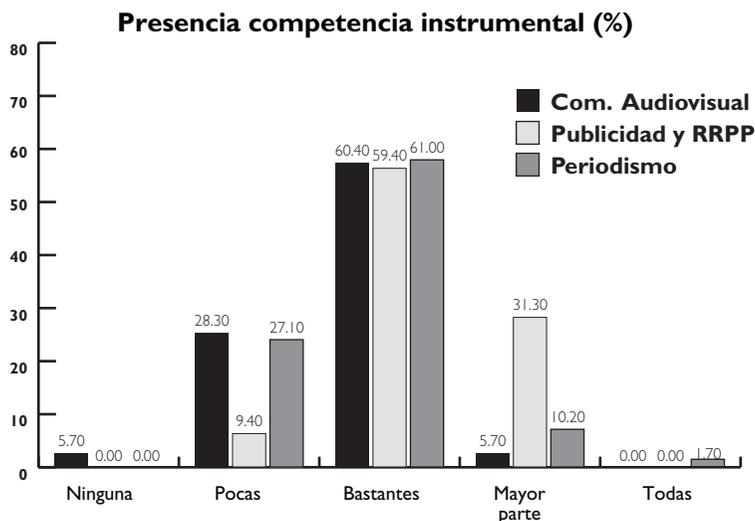


Gráfico 2. Importancia de las competencias instrumentales por titulaciones.



*Gráfico 3. Presencia de competencias instrumentales.*

entre las valoraciones que manifiestan los alumnos sobre las competencias que intuyen les exige el mercado laboral con la formación que reciben en la Universidad. En la siguiente tabla (Tabla 2) evidenciamos los porcentajes de respuesta ofrecidas por cada titulación y competencia indicando las puntuaciones más elevadas tanto en su grado de importancia para el desempeño laboral futuro como en su nivel de desarrollo en las materias. Un lectura rápida de la misma permite identificar cuál es la competencia más valorada por los alumnos y cuál es la que entienden se desarrolla en mayor número de asignaturas. Las comparaciones entre estos porcentajes de respuesta nos permite reflexionar sobre las expectativas formativas que los alumnos tienen e, implícitamente, sobre su nivel de satisfacción.

### **3. Valoración de las competencias interpersonales**

Dentro de este bloque de competencias se analizan cinco competencias de carácter relacional identificadas en el proyecto Tuning<sup>4</sup>.

Parece decisivo indicar que todos los alumnos encuestados afirman que este grupo de variables son muy importantes e imprescindibles para su futuro profesional.

Estos resultados son, porcentualmente, más elevados que los presentados en el estudio llevado a cabo en la UPSA (Jiménez, Holgado & Pérez, 2007: 51) donde

**Tabla 2. Competencia instrumental (en porcentajes)**

	C. Audiovisual		Publicidad y Relaciones Públicas		Periodismo	
	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas
Capacidad de análisis y síntesis	26,4	1,90	25	9,40	63,80	10,30
Organización y planificación	49,1	3,80	46,90	21,90	48,30	10,30
Comunicación oral y escrita en la lengua materna	67,3	18	56,30	31,30	88,10	32,80
Comunicación en una lengua extranjera	56,6	0	58,10	6,70	54,20	1,80
Utilización de las TIC en el estudio y en el ámbito profesional	52,8	1,9	52,80	6,30	34,50	5,40
Gestión de la información	34,0	0	34	16,10	40,70	5,10
Resolución de problemas y toma de decisiones	45,3	1,9	45,30	15,60	33,90	6,80

se afirma que para el 80% de los alumnos este tipo de competencias son muy importantes e imprescindibles en la adecuación entre la formación y el empleo.

En este sentido, tan sólo el 1,2% de los encuestados consideran a las competencias interpersonales como nada o relativamente importantes (Gráfico 4).

Por otro lado, los alumnos de Comunicación Audiovisual y de Periodismo expresan que las competencias interpersonales se desarrollan en pocas o ninguna asignatura de su plan de estudios (49,1% y 44,1% respectivamente).

Entendemos como importante destacar que para el 90,7% de los encuestados de Publicidad y Relaciones Públicas, las competencias interpersonales están presentes en bastantes o en la mayor parte de las asignaturas del plan de estudios que cursan (Gráfico 5).

Por lo que respecta al análisis por titulaciones de este grupo de competencias de carácter relacional, es significativo indicar que más de la mitad de los encuestados

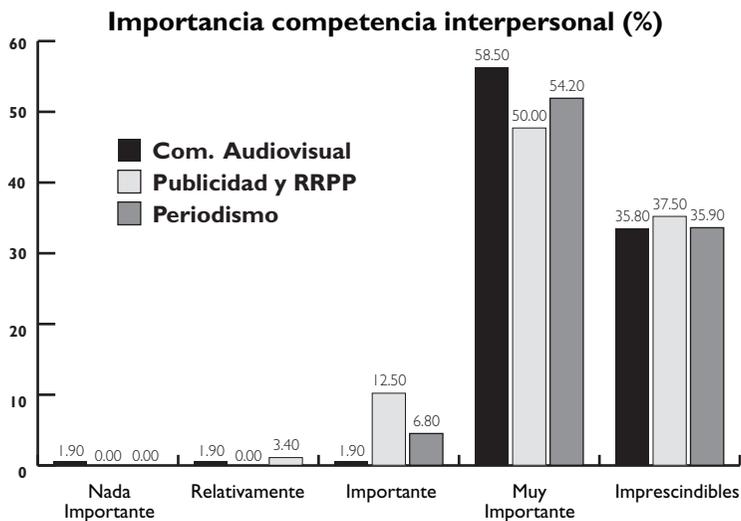


Gráfico 4. Importancia de las competencias interpersonales por titulaciones.

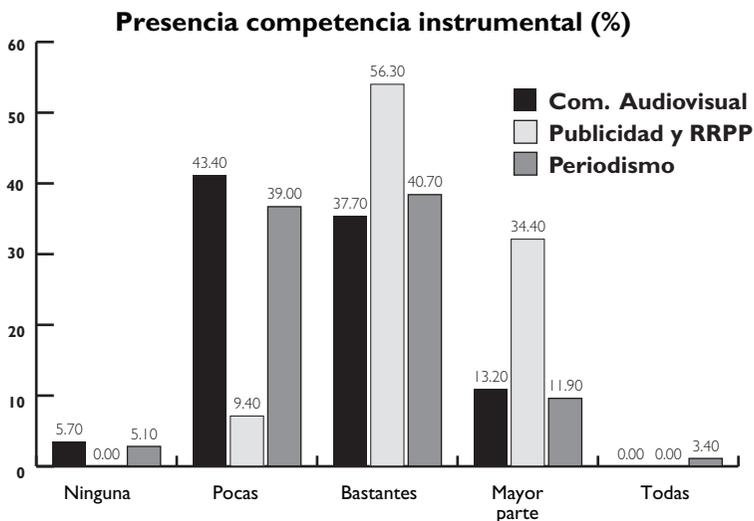


Gráfico 5. Presencia de las competencias interpersonales por titulaciones.

**Tabla 3. Competencia interpersonal (en porcentajes)**

	C. Audiovisual		Publicidad y Relaciones Públicas		Periodismo	
	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas
Capacidad crítica y autocrítica	65,60	1,90	64,20	15,60	55,90	8,50
Capacidad para integrarse y comunicarse con expertos	45	1,90	35,80	3,10	42,40	1,70
Reconocimiento y respeto a la diversidad	35,30	7,50	45,30	6,30	37,30	8,50
Habilidades interpersonales	47,50	3,80	45,30	12,90	53,40	11,90
Compromiso ético	35	0	48,10	25	55,20	5,10

de todas las titulaciones (61,43%) señalan que “Ser críticos y tener una buena capacidad de autocrítica” es imprescindible para su adecuada inserción sociolaboral, así como, en menor porcentaje, el “Compromiso ético” (tabla 3). Sin embargo, pese a valorarse como imprescindibles todas las competencias relacionales por más de un 35% de sujetos, su desarrollo en el plan de estudios cursado es percibido como inferior a la importancia señalada. Bien es cierto que, para un 25% de los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas el ‘Compromiso ético’ está presente en todas las asignaturas, mientras que en las otras titulaciones su presencia no es señalada por más de un 5,1% de sujetos.

En la siguiente tabla (tabla 3) se recogen los porcentajes de respuesta más elevados ofrecidos por los alumnos. A partir de ellos podemos comparar la importancia que le otorgan a cada una de las competencias relacionales en la realización de un buen desempeño profesional con el grado de presencia o desarrollo de las mismas en las disciplinas cursadas en sus estudios.

#### 4. Valoración de las competencias sistémicas

Dentro de este bloque se agrupan ocho competencias de carácter sistémico<sup>5</sup>.

Analizando el bloque de competencias de manera general, destacamos que un 80% de sujetos las consideran como muy importantes e imprescindibles para su futuro laboral (Gráfico 6). Estos resultados se relacionan con los presentados en otra

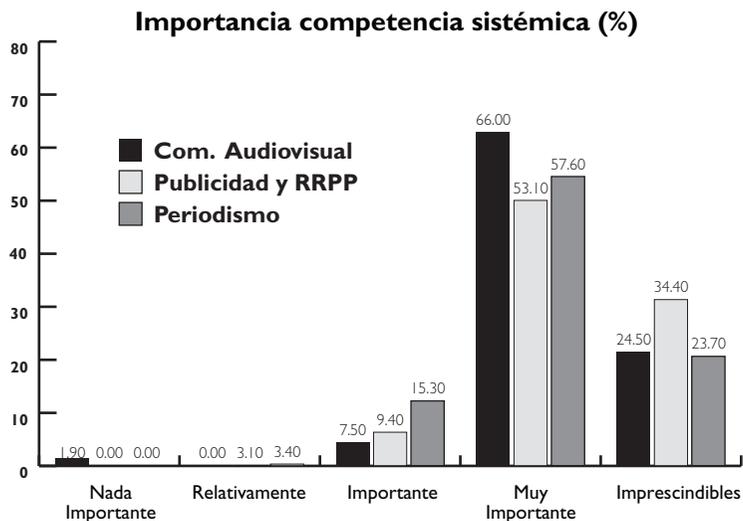


Gráfico 6. Importancia de las competencias sistémicas por titulaciones.

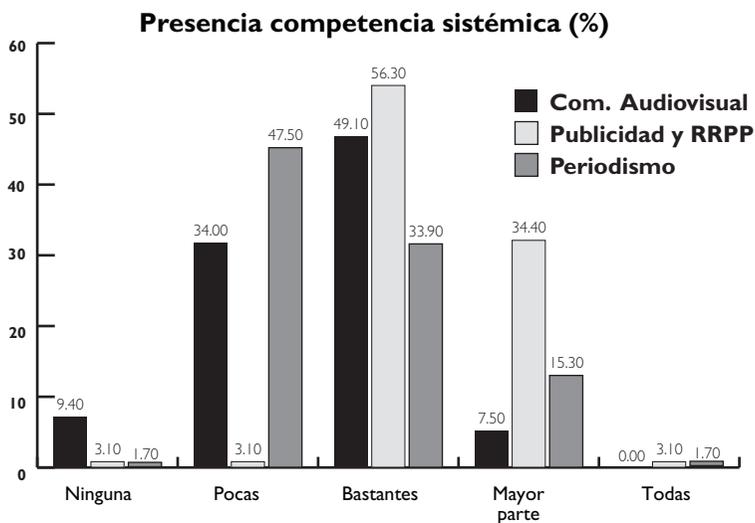


Gráfico 7. Presencia de las competencias sistémicas por titulaciones.

investigación (Jiménez, Holgado y Pérez, 2007: 55) donde se afirma que el 85,3% de los alumnos encuestados valoran estas competencias como muy importantes e imprescindibles. De las tres titulaciones estudiadas, destacan los alumnos de Comunicación Audiovisual, ya que más del 90% de ellos las valoran como muy importantes o imprescindibles. Por lo que respecta a su desarrollo en las asignaturas del plan de estudios, como en el resto de bloques competenciales, los alumnos indican una menor presencia (Gráfico 7). De esta forma, para los alumnos de Comunicación Audiovisual y de Periodismo la presencia se evidencia en pocas o en ninguna de las asignaturas (43,4% y 49,2%, respectivamente), mientras que para el 7,5% de los mismos se vinculan con la mayor parte de las asignaturas. Por otro lado, y precisando los datos anteriores, los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas afirman que las competencias sistémicas están presentes en la mayor parte o en todas las asignaturas (37,5%), frente al 6,3% que consideran que se desarrollan en pocas o ninguna. También, los alumnos de Periodismo consideran que están presentes en la mayor parte o en todas las asignaturas (17%).

<b>Tabla 3. Competencia sistémicas (en porcentajes)</b>						
	<b>C. Audiovisual</b>		<b>Publicidad y Relaciones Públicas</b>		<b>Periodismo</b>	
	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas	Imprescindible	Todas
Autonomía en el aprendizaje	30,20	0	25	9,40	28,80	6,80
Adaptación a nuevas situaciones	45,30	1,90	59,40	3,20	43,10	8,50
Creatividad	64,20	11,30	68,80	37,50	43,90	6,90
Liderazgo	24,50	0	25	6,30	16,90	5,10
Iniciativa y espíritu emprendedor	56,60	3,80	40,60	9,40	39	8,50
Apertura hacia el aprendizaje a lo largo de toda la vida	50,90	3,80	50	12,50	44,10	8,50
Ética profesional	47,20	3,80	40,60	19,40	57,60	1,70
Gestión por procesos con indicadores de calidad	17,60	0	12,50	3,10	6,90	3,40

## 5. Conclusiones

Las conclusiones que a continuación se presentan, se estructuran como una serie de reflexiones finales que han sido analizadas de manera mucho más específica en la investigación que sustenta el artículo. Para una consulta más detallada orientamos a que se revisen las valoraciones analizadas en cada una de las titulaciones previamente reseñadas sobre todo a partir del análisis de los gráficos presentados. En este momento, intentamos ofrecer una serie de datos significativos y relevantes que muestren las valoraciones y expectativas de los estudiantes de último curso en relación a las competencias asociadas al desempeño profesional. Son datos genéricos que deberán ser precisados y matizados, pero que pueden orientar la formulación de metas educativas de los estudios analizados. Se entienden como un núcleo diagnóstico esencial en la formulación de nuevos planes de estudio. De tal manera, y a nivel general, podemos concluir lo siguiente:

1. Del total del 327 alumnos matriculados en el último curso de carrera hemos obtenido una muestra de 144 alumnos/as, lo que se corresponde a un 44,04% del total de la población. Este porcentaje de respuesta es bastante elevado para que sea considerado como una muestra representativa.

2. Ocho de cada diez alumnos de la Facultad de Comunicación señalan tener experiencia laboral relacionada con sus estudios, datos muy parecidos a los extraídos en investigaciones previas sobre las mismas titulaciones (Pérez, 2005: 489) donde se indica que el 85,3% desarrolla un trabajo relacionado con sus estudios. De las titulaciones estudiadas es la de Publicidad y Relaciones públicas la que cuenta con el menor número de alumnos con experiencia laboral (43,8%). Consideramos que estos datos indican una alta tasa de inserción laboral mientras se estudia. El análisis de este factor es importante para el desarrollo de estudios sobre competencias, ya que permite conocer el número de alumnos que han podido desempeñar roles profesionales, y por tanto, han dispuesto de una oportunidad para conocer el mercado laboral desde su práctica y experiencia. También, entendemos este hecho como valor añadido de los estudios analizados ya que, en la mayoría de los casos, la vinculación se ha posibilitado a través de los convenios de colaboración establecidos entre la Universidad y las empresas.

3. Los tres bloques de competencias analizados (instrumentales, interpersonales y sistémicas) son valorados por todos los alumnos como muy importantes e imprescindibles para su futuro dentro del mercado laboral. Estos datos se correlacionan con los realizados con otras investigaciones, señaladas anteriormente, donde los alumnos también afirman que son muy importantes e imprescindibles para una mejor inserción en el mercado laboral.

4. Sin establecer diferenciaciones entre las tres titulaciones estudiadas, el grupo de competencias más valoradas cuando preguntamos a los alumnos sobre su utilidad en la inserción sociolaboral se corresponde con las de tipo instrumental (93% de alumnos encuestados), seguidas por las de tipo interpersonal o relacional (90,86%) y las sistémicas (86,43%).

5. Aunque se señalan ligeras diferenciaciones, si analizamos las respuestas por titulaciones, los estudiantes que otorgan más importancia a las competencias instrumentales son los de Publicidad y Relaciones Públicas (96,9%), seguidos por los de Comunicación audiovisual (90,6%) y los de Periodismo (81,5%). Por lo que respecta a las competencias interpersonales destacan las valoraciones de importancia ofrecidas por casi el 95% de los alumnos de Comunicación audiovisual, seguidas de los de Publicidad y Relaciones Públicas y por último, los de Periodismo (89,8%). En el último bloque de competencias (sistémicas) se mantienen esta representación de porcentajes.

6. Por lo que atañe a las valoraciones que se ofrecen los alumnos sobre si se desarrollan o no en sus planes de estudio actuales, encontramos que, de manera general y en los tres grupos de competencias, la categoría 'bastantes' es la más elegida por los alumnos. De este modo, indican que no se trabajan en todas o la mayor parte de las asignaturas, pero tampoco desaparecen de las propuestas didácticas realizadas por los profesores. Son, por tanto, tenidas en cuenta en algunas o bastantes de las asignaturas que cursan. Destacamos que el bloque de competencias presente en la mayor parte o todas las asignaturas son las de tipo interpersonal para un 20,96% de alumnos. En segundo lugar, se encuentran las de tipo sistémico y por último las de tipo instrumental, según las opiniones del 20,66% y 16,3% del alumnado respectivamente.

7. Por titulaciones nos encontramos con que son los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas los que mejor valoran la presencia de todos los bloques de competencias en sus planes de estudio, destacando las valoraciones ofrecidas sobre las Sistémicas (según el 37,5%), seguidas por las interpersonales y por las instrumentales (34,4% y 31,3% respectivamente). En sentido contrario, las competencias entendidas con menor presencia y desarrollo en los planes de estudios son las instrumentales.

8. Analizando más detalladamente el bloque de competencias instrumentales, subrayamos que la 'Comunicación oral y escrita en la lengua materna' es considerada una habilidad imprescindible para los alumnos de Comunicación Audiovisual y de Periodismo, mientras que en el caso de los alumnos de Publicidad y Relaciones Públicas es la 'Comunicación en una lengua extranjera'. Estas valoraciones se

relacionan directamente con el perfil profesional y el ámbito de actuación de cada una de las titulaciones.

Por lo que respecta a las competencias interpersonales, 'La capacidad crítica y autocrítica' es valorada como imprescindible para todas las titulaciones, seguida por el 'Compromiso ético'.

En el análisis de las competencias sistémicas se observa que mientras que para los estudiantes de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual es imprescindible la 'Creatividad' (68,8% y 64,2%, respectivamente), para los alumnos de Periodismo la capacidad más valorada es la 'Ética profesional' (57,6%).

## Referencias

Allen, J. et al (2003). La medición de las competencias en los titulados superiores. En Vidal L. J. (Coord.), *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios* (31-54). Salamanca: Kadmos.

Aneca (2004). *Encuesta de inserción laboral*. Madrid: Omán.

Brennan, J. & McGreevor, P. (1987). *CNSA graduates: their employment and their experience after leaving college*. Londres: CNSA.

De Miguel, M. (2006). *Metodologías de enseñanza y aprendizaje para el desarrollo de competencias: orientaciones para el profesorado universitario ante el espacio europeo de educación superior*. Madrid: Alianza.

Eurydice (2003). *Las competencias clave. Un concepto en expansión dentro de la educación general obligatoria*. Madrid: CIDE.

Galiana, D. (2003). ¿Cómo analizar la inserción laboral de las titulaciones universitarias? En I Congreso de Inserción Laboral de los titulados universitarios. Valladolid: Universidad Europea Miguel de Cervantes. Extraído el 15 de octubre, 2008 de <http://observatorio.umh.es/cas/Memorias/Memoria%2003.pdf>

García Manjón, J.V. (2009). *Hacia el espacio europeo de educación superior: el reto de la adaptación de la universidad a Bolonia*. La Coruña: Netbiblo.

Gómez, J., Alarcón, M. J. et al (2006). *Competencias profesionales en los titulados de la UMH*. Elche: Universidad Miguel Hernández de Elche-EGEA.

González, J. & Wagenaar, R. (2003). *Tuning Educational structures in Europe*. Bilbao: Universidad de Deusto.

González, J. & Wagenaar, R. (2006). *Tuning Educational structures in Europe. Informe final. Fase 2*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Holgado, M. A., Jiménez, A., Sesma, E. & Pérez, S. (2004). Diagnóstico formativo e inserción laboral de los titulados por la Facultad de CC. de la Información y de CC. de la Educación por la UPSA. Estudio comparativo entre titulados hombres y mujeres. En Sánchez, A. (Dir.), *Decálogo para la igualdad* (pp 137-163). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

Jiménez, A. (Ed.) (2007). *Orientación profesional en los titulados universitarios. La profesionalización como criterio de calidad*. Ministerio de Asuntos exteriores y cooperación. Salamanca: Kadmos.

Jiménez, A., Holgado, M. A. & Pérez, S. (2007). *Una selección de actividades docentes para el desarrollo de competencias profesionales*. Salamanca: Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca.

Martínez, R. (2002). *La inserción laboral de los universitarios*. Granada: Universidad de Granada.

Mateos, V. & Montanero, M. (2008). *Diseño e implantación del título de grado*. Madrid: Narcea.

Moriano, J. A., García, C. & Lisbona, A. (2003). Las competencias profesionales: aspectos teóricos aplicados. En Palací, F. J. & Moriano, J. A. (Eds.), *El nuevo mercado laboral: estrategias de inserción y desarrollo profesional* (25-46). Madrid: UNED.

Pérez, S. (2005). *Diagnóstico formativo e inserción laboral y profesional de los titulados por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Pontificia de Salamanca: Estudio comparativo entre titulados hombres y mujeres* (tesis doctoral inédita). Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.

Diccionario de la Real Academia de la Lengua española. Vigésimo segunda edición. Madrid: Espasa.

Rué, L. (2007). *Enseñar en la universidad. El EEES como un reto para la educación superior*. Madrid: Narcea.

Ruiz, J. & Molero, D. (2002). La inserción laboral de los titulados universitarios dentro de un plan global para la mejora de la calidad de la universidad de la Universidad de Jaén. *Bordón*, 54 (1), 151-184.

Saez, A. (2002). *La Universidad en la nueva economía. Cuadernos del consejo de coordinación universitaria*. Madrid: Secretaria general técnica.

Sánchez, A. (2001). *Gran diccionario del uso del español actual*. Madrid: Sociedad General Española de Librería.

Vidal, J. (Coord.) (2003). *Métodos de análisis de la inserción laboral de los universitarios*. Salamanca: Kadmos.

Villa, M. (2002). Aprender y trabajar en la nueva economía. En Sáñez, A. (Ed.). *La universidad en la nueva economía. Cuadernos del consejo de coordinación universitaria* (101-110). Madrid: Secretaria General Técnica.

Yaniz, C. & Villardón, L. (2006). *Planificar desde competencias para promover el aprendizaje*. Deusto: Instituto de CC. de la Educación.

## Notas

(1) (S02ED1A-06K01) financiada por la junta de Castilla y León (2006).

(2) Hay que aclarar que en la investigación realizada por Pérez (2005) hace alusión exclusivamente a los egresados en Periodismo, ya que la diferenciación en las tres titulaciones actuales no existía.

(3) Las siete variables son: capacidad de análisis y síntesis, organización y planificación, comunicación oral y escrita en la lengua materna, comunicación en una lengua extranjera, utilización de las TIC en el estudio y el ámbito profesional, gestión de la información y resolución de problemas y toma de decisiones.

(4) Las cinco variables son: capacidad crítica y autocrítica, capacidad de integrarse y comunicarse con expertos de otras áreas y contextos, reconocimiento y respeto a la diversidad y multiculturalidad, habilidades interpersonales y compromiso ético.

(5) Las ocho variables son: autonomía en el aprendizaje, adaptación a situaciones nuevas, creatividad, liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor, ética personal y gestión por procesos con indicadores de calidad.