

FICHA DEL LIBRO / CREDITS

Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación

AUTORES / AUTHORS

Javier SIERRA SÁNCHEZ, Francisco CABEZUELO LORENZO (Coords.)

EDITORIAL / PUBLISHING COMPANY

Fragua. Madrid, 2010, 259 pp.


La madrileña Editorial Fragua, muy conocida en nuestro sector por su amplio catálogo de publicaciones en el campo de las diferentes disciplinas que conforman las Ciencias de la Comunicación, nos ha ofrecido durante el pasado año 2010 la posibilidad de reflexionar sobre los orígenes, la puesta en marcha y los retos de lo que ya es una realidad en nuestras facultades y centros universitarios: el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Entre los títulos publicados en esta línea encontramos por ejemplo *Los estudios de Ciencias de la Comunicación en el EEES* (ISBN 978-84-7074-396-2), coordinado por el profesor de la Universitat Abat Oliba CEU de Barcelona Javier Sierra Sánchez y *Métodos de innovación docente aplicados a los estudios de Ciencias de la Comunicación* (ISBN 978-84-7074-397-9) del citado autor y Joaquín Sotelo González.

Pero dentro del conjunto de las apuestas editoriales publicadas por este sello editorial destaca también con todo merecimiento por su especificidad, sus interesantes experiencias y el profundo análisis de casos, la obra titulada *Competencias y perfiles profesionales en los estudios de Ciencias de la Comunicación* (ISBN 978-84-7074-398-6), coordinada por los profesores Javier Sierra Sánchez y Francisco Cabezuelo Lorenzo (Universidad San Pablo CEU), miembros del Grupo de Investigación en Formación Universitaria en Comunicación (GIFUCOM) financiado por el Banco Santander y la Universitat Abat Oliba CEU y entre cuyos objetivos se encuentra el análisis de la puesta en marcha de las titulaciones relacionadas con las Ciencias de la Comunicación en España en el contexto de lo que denominamos EEES.

El trabajo coordinado por Francisco Cabezuelo y Javier Sierra tiene la virtud de recoger una veintena de aportaciones de autores nacionales e internacionales expertos en la materia con la intención de poner de relieve las inquietudes y/o experiencias de los docentes universitarios con respecto al tipo de formación y competencias que deben adquirir los futuros profesionales que comienzan a formarse actualmente en el campo de las Ciencias de la Comunicación. Además, la obra constata el empleo de la nueva nomenclatura de las titulaciones de grado y postgrado, las últimas fórmulas metodológicas docentes, los diferentes perfiles profesionales y la idiosincrasia de un proceso de enseñanza-aprendizaje que debe basarse fundamentalmente en la adquisición y desarrollo de nuevas habilidades o competencias. Y es que, como resultado de la necesaria colaboración entre la universidad y la realidad empresarial, el Espacio Europeo de Educación Superior ha impuesto un modelo formativo basado no tanto en

contenidos como en el progreso de habilidades.

El término “competencia” no es una novedad del Plan Bolonia. La Ley Orgánica 5/2002 de las cualificaciones y de la formación profesional ya lo definía en su momento como “el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de la actividad profesional conforme a las exigencias de la producción y el empleo”. En este marco académico, la definición de cada competencia debiera ser objetiva y permitir la incorporación de mecanismos tanto de autoevaluación como de evaluación externa. Aunque tiempo atrás algunas instituciones y organismos ya habían trabajado en ello – como por ejemplo la Oficina Internacional del Trabajo, el Parlamento Europeo a través del Marco Europeo de Cualificaciones para el Aprendizaje, o el mismo proyecto *Tuning* de la Unión Europea – el valor de la compilación hecha por Sierra y Cabezero radica en que es capaz de esclarecer, de forma sencilla, las diferentes aproximaciones epistemológicas de la formación en competencias en el caso de las Ciencias de la Comunicación e ilustrarlas con numerosos ejemplos basados en estudios de caso reales. Además, el trabajo incide en la consideración de que “la competencia no es un fin en sí mismo sino un medio para alcanzar objetivos individuales y/o de la organización de la que forma parte el individuo como sujeto discente” así como que “las competencias establecen relaciones y asociaciones de tal manera que se complementan, potencian y perfeccionan”, y que incluso en ocasiones “algunas competencias presentan dimensiones interpersonales e individuales”. De este modo, la obra ejemplifica que el nuevo concepto de “competencia” apuesta por una formación académica más práctica y en la resolución de problemas simulando situaciones reales del mercado laboral, sin abandonar lo teórico, pero en un segundo plano, tal y como nos recuerda la guía del Libro Blanco de Comunicación de ANECA, que insiste en que las competencias se pueden dividir cuatro ámbitos temáticos: las competencias disciplinares (saber), las competencias profesionales (saber hacer), las competencias académicas, y, finalmente, las competencias específicas.

Hipólito Vivar Zurita, catedrático de la facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid y autor del prólogo de la obra, afirma que “la preparación para el ejercicio profesional que requiere el conocimiento de métodos científicos ha sido y es una de las funciones principales de la Universidad y los continuos cambios que se producen en nuestra sociedad desembocan en el incremento de la mano de obra cualificada y de una diversificación en el mundo profesional y laboral”. Se hace pues necesario un acercamiento entre la Universidad y el mundo productivo en el que ejercemos la docencia y, tal como sostiene el profesor complutense, “se convierte en una obligación imperiosa tratar de identificar las necesidades de formación de conocimiento y de provisión de profesionales”. La gran contribución de esta obra es precisamente la de reunir una veintena de reflexiones, experiencias y estudios sobre el desarrollo de competencias y perfiles profesionales en los diferentes campos y áreas del Periodismo, la Comunicación Audiovisual o la Publicidad y las Relaciones Públicas en el contexto del EEES y el cambiante entorno de lo que conocemos como Sociedad de la Información. Además, la obra es un buen escaparate del trabajo de redefinición que muchos centros universitarios están desarrollando con motivo de la elaboración, actualización o dinamización de los nuevos planes de estudio de los grados y posgrados relacionados con las Ciencias de la Comunicación. En definitiva, si el aprendizaje basado en la adquisición y desarrollo de competencias por parte de los alumnos constituye uno de los ejes centrales sobre los que se asienta el Espacio Europeo de Educación Superior, este libro debiera resultar de obligada lectura para todos aquellos docentes e investigadores del área. 

POR  Verónica de Haro de San Mateo
Universidad de Murcia
Murcia, España