



LA CONCIENCIA DEL PERFIL PROFESIONAL DEL ALUMNADO DE PEDAGOGÍA: UN ESTUDIO DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

Línea Temática: 2. Innovación pedagógica y calidad en la Universidad

Leiva Olivencia, Juan José

Dpto. de Didáctica y Organización Escolar, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Málaga. Campus de Teatinos, s/n, C.P. 29071, Málaga, ESPAÑA juanleiva@uma.es

Jiménez Cortés, María del Rocío

Dpto. de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Sevilla. ESPAÑA, rjimenez@us.es

Castilla Mesa, María Teresa

Dpto. de Didáctica y Organización Escolar, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad de Málaga. Campus de Teatinos, s/n, C.P. 29071, Málaga, ESPAÑA , mtcm@uma.es

Resumen: Hoy nadie pone en duda la necesidad de indagar en la conciencia del perfil profesional de los estudiantes universitarios para así poder contribuir a la mejora de su empleabilidad y accesibilidad en un mercado laboral que exige desde la formación una construcción ordenada y coherente de los perfiles académico-profesionales. Así, en este trabajo vamos exponer los principales resultados de un proyecto de innovación educativa desarrollado en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga en los cursos académicos 2010-2011 y 2011-2012, denominado “Desarrollo y adquisición de competencias profesionales en la formación universitaria: Nuevos enfoques para el Prácticum, la orientación y la tutorización. El diseño del Plan de Gestión de Carrera y la incorporación del Aprendizaje Servicio como metodologías reflexivas, colaborativas y participativas”, (cód. PIE10-149).

Palabras Clave: Perfil profesional, Pedagogía, Innovación Educativa, Alumnado Universitario,



1. Universidad, cultura emprendedora y empleabilidad

La universidad tiene diferentes misiones, funciones y objetivos académicos, científicos, sociales, culturales y también de proyección de la economía en sus contextos. Así, ni que decir tiene que las universidades deben ser instituciones que puedan promover el conocimiento de la actividad empresarial, en tanto que es generadora de la producción, del empleo, del crecimiento económico y el bienestar social, y también debe proporcionar a los estudiantes universitarios las habilidades, capacidades y competencias necesarias para la creación y gestión de empresas, así como cultivar la creatividad y la innovación como formas propias de entender el mundo universitario. Así mismo, resulta clave la función de transferencia de conocimientos de la universidad, ya que supone que ésta debe implicarse en el proceso de generación de innovaciones en el mercado.

En la era de la economía del conocimiento y la globalización cultural y económica, donde estamos más que inmersos, la sociedad andaluza y española pide a la universidad ser algo más que una mera institución de transmisión del saber. Exige también impulsar de manera crítica la propia capacidad de generación de conocimientos científicos y técnicos que posee la universidad y que todo ello no permanezca en el circuito (o castillo) cerrado que, en ocasiones, pueden constituir los centros de investigación superior, sino que se transformen en una fuente dinamizadora de la iniciativa emprendedora y de la transferencia de conocimientos a una economía productiva y real. Es necesario, por tanto, reforzar la relación entre la universidad y la empresa de manera que éstas desarrollen un mayor compromiso con su entorno económico, y viceversa, el tejido social, laboral y empresarial vean la universidad como una potente y necesaria instancia de generación de iniciativas sociales, culturales, científicas y económicas. Consideramos que la Universidad ha de ser consciente del nuevo papel que entre otros ha de ir teniendo en la sociedad que actualmente se está configurando, una sociedad de modernidad líquida que diría Bauman. Una modernidad donde la rapidez del conocimiento exige una permanente actualización que la universidad sí es posible que pueda convertir en un elemento de importancia capital. Fuera de su rol fundamental en la docencia y en la investigación, hoy día es imprescindible que adopte un compromiso real y efectivo en el campo de la gestión de la innovación a partir de su labor investigadora y en el campo del fomento del espíritu emprendedor en cuanto a la promoción activa y decidida de actitudes hoy día necesarias para el avance socioeconómico y humano de la sociedad. Esto, supone superar los antiguos clichés utilizados en el entorno universitario en lo referente al papel de la comunidad universitaria y crear conciencia en la misma de las nuevas responsabilidades que la sociedad la demanda.

Cabe señalar aquí que la primera iniciativa de fomento del espíritu emprendedor y creación de empresas desde una universidad española se realizó en el año 1992 cuando la Universidad Politécnica de Valencia (UPV), junto con el Instituto Valenciano de la Pequeña y Mediana Empresa (IMPIVA), realizaron el proyecto “Programa de iniciativas para el Desarrollo de Nuevas empresas (IDEAS)” con el objetivo de estimular a los emprendedores de la UPV para que crearan empresas de base tecnológica, convirtiéndose en el único programa de esta naturaleza en España hasta el año 1997. En el año 2004, de las 68 universidades españolas un 55% ya contaban con un programa de creación de empresas. Estos programas han contribuido a la creación de cerca de 900 nuevas empresas tanto de base tecnológica e innovadoras como de tipo convencional. A pesar de estos importantes logros aún falta un gran camino por recorrer ya que, a diferencia de lo que ocurre desde hace años en universidades de países más avanzados, la formación de nuevos empresarios sigue siendo una materia residual y metodológicamente pobre a la que se presta poca atención en la mayoría de universidades españolas (Dalmau, Alonso y Colomer, 2003). En la actualidad, una aproximación a las webs de las universidades públicas y privadas españolas nos permiten ver cómo cada vez es más emergente e ineludible la acción universitaria en la promoción de programas de orientación profesional y de sensibilización del espíritu emprendedor en el alumnado universitario como una forma fundamenta de vincular mundo empresarial y mundo universitario.



Actualmente prácticamente nadie discute que el papel de las universidades no se debe restringir sólo a las actividades de enseñanza e investigación. Por el contrario, todas las instancias internacionales y nacionales, y la misma sociedad demanda una mayor implicación de las universidades en el desarrollo económico y social del territorio. Este proceso ha originado la aparición y consolidación de un nuevo tipo de universidad: la universidad emprendedora. La consolidación de la “tercera misión” como mecanismo de reorientación de las universidades y el interés de los diferentes niveles de gobierno en cada territorio en la participación activa de las universidades en el desarrollo económico y social, promueve la concreción de un nuevo entorno favorable a la implantación y desarrollo del emprendedurismo y la colaboración universidad-empresa. En este nuevo entorno debe dar cabida a nuevos agentes entre los ya existentes que, de forma conjunta, van a desempeñar papeles distintos con el fin de propiciar la implicación de las universidades en esa tercera misión

Así pues, resulta fundamental indagar en la realidad de las ideas, creencias y pensamientos de los jóvenes estudiantes universitarios, para ir construyendo un diagnóstico de la cultura emprendedora en el contexto universitario. En este punto, Echeverría y Galindo (2011) plantean una serie de motivos conductores que desde el ámbito de la pedagogía pueden ser elementos relevantes para el debate y la acción universitaria desde una perspectiva reflexiva y activa en el marco de una emergente necesidad de acción tutorial y de orientación en la universidad del siglo XXI:

Espíritu emprendedor: capacidad para pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.

Consideración del riesgo: capacidad de comprender los escenarios posibles y deseables para el logro del objetivo, y que permite evaluar y definir las acciones para seguir contemplando las circunstancias que se pueden presentar.

Creatividad e innovación: capacidad de generar e incorporar ideas novedosas para la solución a un problema de tal manera que sean aceptadas por el mercado.

Generación de valor: capacidad de entregar un beneficio a la sociedad que permita dinamizar la economía desde la introducción hasta el desarrollo de una idea novedosa y que sea sostenible en el tiempo.

Proactividad: capacidad de ver el camino hacia adelante y tomar acciones en el presente, para llegar a la meta establecida de una manera efectiva.

Búsqueda de información: capacidad de encontrar fuentes y datos para recopilar la información requerida en una situación o problema.

Por su parte, en la Universidad de Málaga, y con el objetivo de fomentar la cultura emprendedora en los universitarios y estimular el interés por el autoempleo, el Vicerrectorado de Coordinación Universitaria, a través del Servicio de Cooperación Empresarial y Promoción de Empleo de la Universidad de Málaga y en colaboración con el Ministerio de Educación, pone en marcha el Plan Transversal de Fomento de la Cultura Emprendedora IDEANDO, un plan al que tendrán acceso todos los alumnos de la UMA, independientemente del grado que estén cursando. Este programa se está desarrollando en la actualidad y con un notable éxito de participación de estudiantes universitarios (curso 2011/2012)

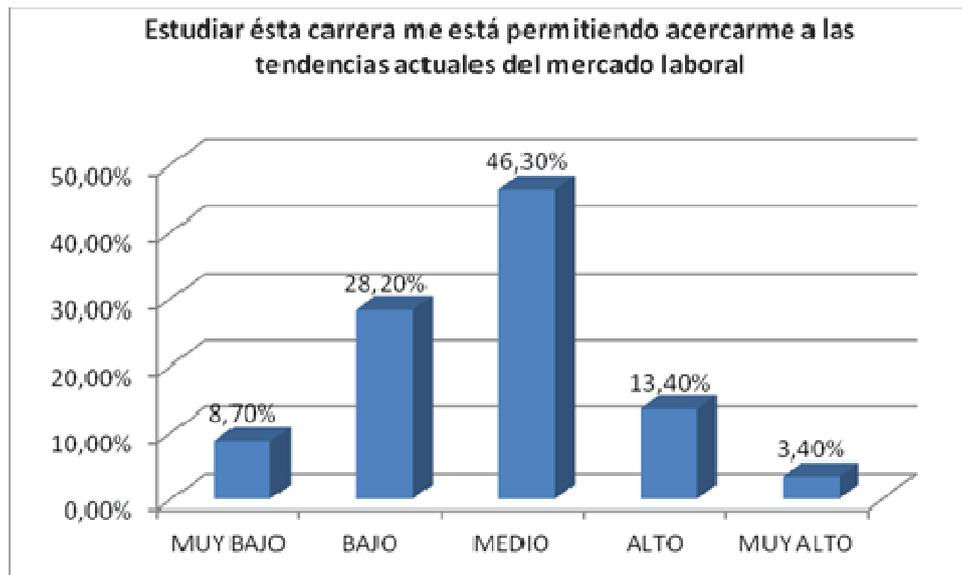


También no podemos olvidarnos de la normativa que da luz verde a todo un conjunto de iniciativas, estrategias e instrumentos de promoción pedagógica y profesional para promover la cultura emprendedora y consideramos esencial que esto se haga desde unos planteamientos rigurosos y serios de orientación educativa al alumnado universitario de las titulaciones de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga, especialmente en este momento de grave crisis económica y donde es fundamental la orientación profesional como elemento de calidad y equidad en nuestro sistema universitario.

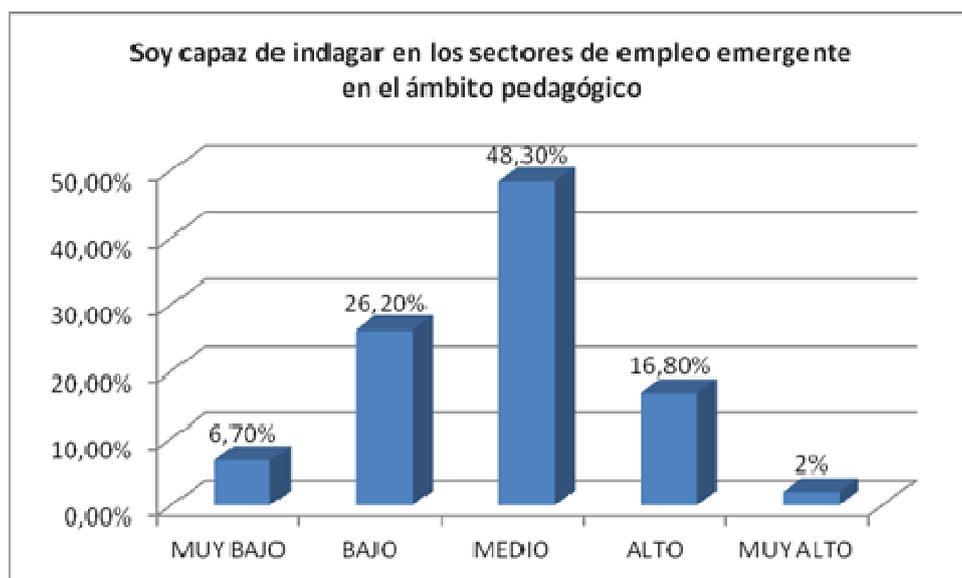
2. La conciencia del perfil profesional del alumnado de Pedagogía de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga: algunos resultados de un proyecto de innovación educativa

La titulación de Pedagogía es concebida por el alumnado encuestado como una carrera que permite un acercamiento moderado a las tendencias actuales del mercado laboral. Ciertamente, un 46,30 % considera que estudiar esta carrera le permite un acercamiento que no deja de ser medio, mientras que no podemos obviar que son más los alumnos que consideran que no le está sirviendo para acercarse de manera decidida y proactiva al actual marco de tendencias laborales en la sociedad del conocimiento y de modernidad líquida en que vivimos imbuimos. De hecho un 28,20 % del alumnado plantea que la carrera de Pedagogía le ayuda poco a un acercamiento cognitivo y estratégico que hoy en día es fundamental. Un 8,70 % se muestra más contrariado con la idea de que la carrera de Pedagogía sea un buen trampolín que les permita estar al día en las nuevas tendencias laborales y de nacimiento de nuevos yacimientos de empleo.

Por el lado contrario, sí nos encontramos con un porcentaje significativamente inferior, un 13,40 % y un 3,40 % que consideran que la titulación de Pedagogía sí les aporta satisfactoriamente y de manera muy alta esa aproximación conceptual y estratégica que plantean necesaria e ineludible en una titulación superior en la universidad del siglo XXI. Es obvio que conceptos tales como cultura emprendedora, flexiseguridad, creatividad, talento, redes de apoyo y empleabilidad deben estar presentes en los contextos de formación de unos centros universitarios preocupados no sólo por la ciencia y el desarrollo integral y armónico de los estudiantes, sino también y especialmente por su capacitación competencial y adecuada adaptación en un mercado laboral plagado de incertidumbres y de necesidades perentorias de reajustes y actualizaciones formativas para el empleo. En este punto, las carreras y los propios docentes universitarios no pueden obviar la función orientadora y de asesoramiento especializado en temas de formación para el empleo, para así poder mejorar la propia empleabilidad de los actuales estudiantes universitarios, futuros profesionales y trabajadores de una sociedad en permanente dinámica de ajuste y cambio laboral. Estos cambios y ajustes tienen una amplia casuística que no vamos a desarrollar ahora. Sí cabe señalar ahora que el alumnado universitario sí es consciente de que debe exigir a las instituciones universitarias e incluso a su profesorado, una sensibilidad proactiva hacia todo lo que tiene que ver con su inclusión sociolaboral, parte esencial del desarrollo humano y también motivo conductor de una adecuada formación científica y profesional en las aulas universitarias.

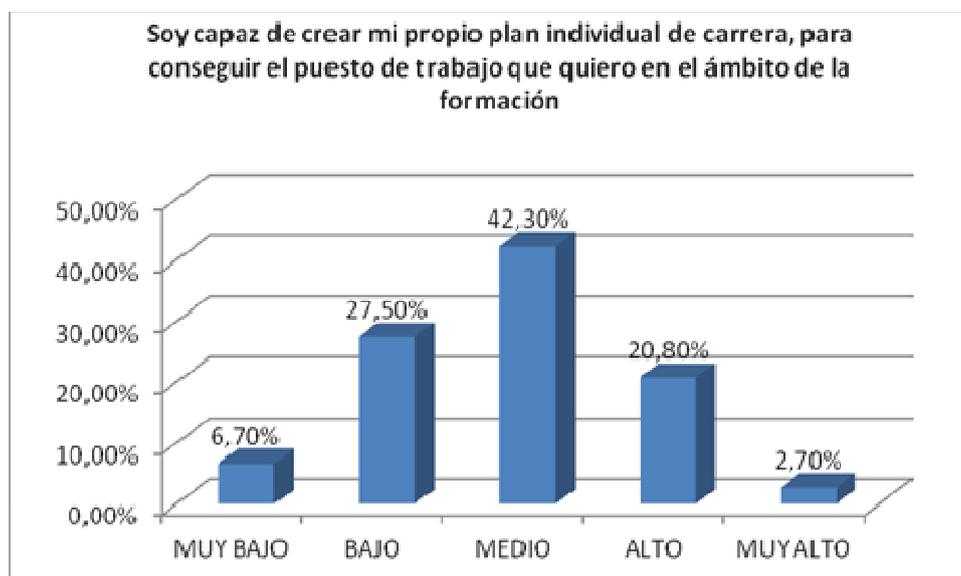


A la luz de los datos obtenidos en nuestro estudio, podemos afirmar que el alumnado de Pedagogía se considera razonablemente capacitado para indagar en los yacimientos de empleo relacionados con su ámbito de estudio y formación, esto es, la Pedagogía y empleos relacionados con la educación tanto formal como no formal. Dicho esto, tenemos que señalar que un 48,30 % apunta a que es medianamente competente en buscar empleos y tener conciencia de ellos en el marco de los nuevos y emergentes trabajos en el campo de la formación. No obstante, son más los alumnos y alumnas quienes no se ven tan capacitados para tener una competencia adecuada o más bien baja (26,20 %) y muy baja (6,70 %) para afrontar con garantías el esfuerzo que supone indagar, muchas veces en condiciones de inseguridad y de incertidumbre, en empleos relacionados con la formación fuera del ámbito público y de la seguridad que puede ofrecer todavía trabajar para la administración pública en un puesto de funcionario del Estado o de la administración autonómica.



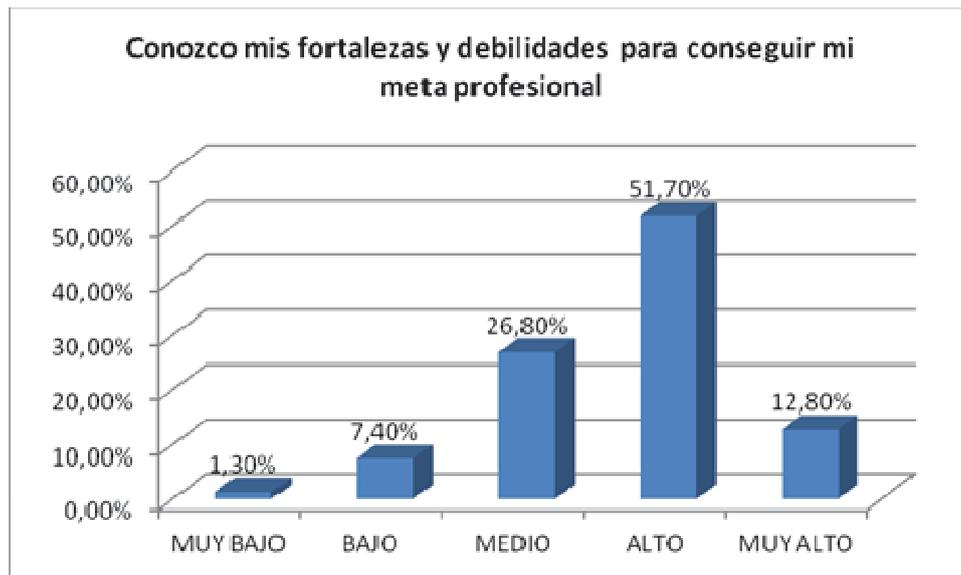


Por otra parte, es sumamente interesante conocer que en el escenario universitario todavía los planes individuales de carrera no son elementos donde el alumnado tenga una especial seguridad. De hecho, una mayoría significativa, en concreto un 42,30 %, asegura tener una capacidad media para poder crear e impulsar un plan individual de carrera para intentar conseguir un puesto de trabajo en el ámbito de la formación y los servicios educativos. Además, es relevante encontrarnos más alumnos que consideran que tienen una capacidad baja (27,50 %) y muy baja (6,70 %), respecto a aquellos que sí tienen una capacidad alta (20,80 %) y muy alta (2,70 %). Esto nos lleva a considerar las escasas herramientas metodológicas y de orientación existentes en el ámbito de la propia Facultad de Ciencias de la Educación. La orientación universitaria hasta la fecha ha sido vista como algo poco operativo y escasamente atribuible a las propias competencias de los docentes, incluso de la propia instancia institucional. No obstante, en estos momentos de perplejidad y de incógnitas sociales, económicas y laborales, las propias instituciones universitarias se están percatando de las necesidades orientadoras que tienen los alumnos universitarios, especialmente para la toma de decisiones y la mejora de su confianza y su resiliencia en momentos sociales como los que estamos viviendo en España en plena crisis económica a finales del año 2012.



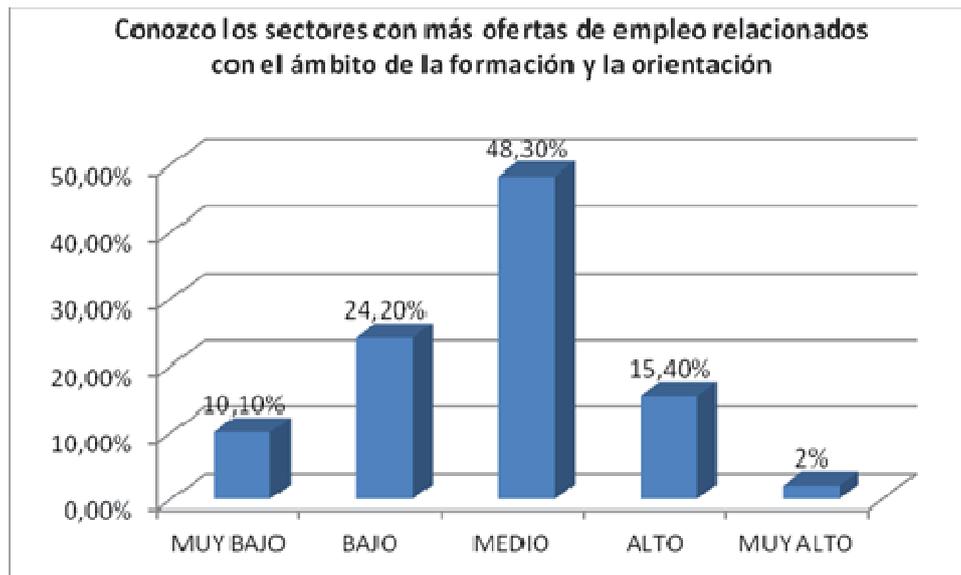
No obstante, es digno de destacar que los alumnos encuestados son plenamente conscientes de la actual coyuntura formativa, laboral y económica, y responden que son capaces de tener un conocimiento nítido de sus fortalezas y también de sus debilidades a la hora de afrontar sus metas académicas y profesionales. De manera específica, podemos observar que una mayoría de los alumnos, un 51,70 %, manifiesta tener una alta capacidad, mientras que, en segundo lugar, nos encontramos con un 26,80 %, capacidad media, 12,80%, muy alta, 7,40 % baja, y, 1,30 % muy baja.

Ni que decir tiene que el autoconocimiento y la propia competencia personal para identificar capacidades positivas y menos positivas es un reto permanente en la vida académica del estudiante universitario que tiene que intentar optimizar todos los recursos a su alcance para poder mejorar y cumplir sus sueños profesionales y vitales.



Una clave de comprensión de enorme interés tiene que ver con la identificación de sectores profesionales que actualmente tienen un auge significativo, o, por lo menos, mantiene un alto atractivo por el número de ofertas de empleo que puede emerger en ellos. En este punto, un 48,30 % del alumnado universitario considera que tiene una capacidad más bien media de poder conocer esos sectores profesionales vinculados a la formación y la orientación. Esto lo podemos atribuir a la existencia de una situación socioeconómica bastante compleja e incluso convulsa que ha impreso de inseguridad el propio sector educativo. De hecho, podemos afirmar sin miedo a equivocarnos que los recortes en el sector público en materia educativa ha sido un elemento que ha venido a provocar más incertidumbre todavía en las propias carreras académicas de estos alumnos que pensaban que la seguridad estaba en el empleo público. Lógicamente, esta dinámica y las perspectivas futuras nada halagüeñas nos hacen pensar que el propio alumnado está reflexionando seriamente sobre las alternativas profesionales al sector público, de tal manera que el ámbito privado y las iniciativas sociales y empresariales surgen como nuevos ejes sobre los que los alumnos están comenzando a construir sus conocimientos y su propia mirada de futuro. Es más, no podemos negar la existencia de alumnado que esté poniendo su mirada en el autoempleo y en la cultura emprendedora como fórmulas creativas y proactivas para intentar salir de la apatía y cierta oscuridad creada en torno al ámbito formativo en los últimos tiempos.

Por su parte, vemos como el alumnado considera que tiene un conocimiento bajo (24,20 %) y muy bajo (10,10%) sobre los sectores con más ofertas en el ámbito de la formación y orientación, frente a un 15,40% que expresa poseer un alto conocimiento y un 2 % muy alto.



3. Reflexiones finales

Ni que decir tiene que apostamos decididamente por la promoción en la Facultad de planes personalizados e individualizados de gestión de carrera para todo el alumnado sin ningún tipo de excepción. Es más, esta tutorización debe ser más intensa en aquella población que pueda tener alguna necesidad extra de orientación, nos referimos a alumnado que presenta algún tipo de diversidad funcional o que presente algún tipo de situación personal o familiar que requiera mayor apoyo institucional y de orientación universitaria. Aún así, los planes de gestión de carrera son instrumentos formativos que pueden ser impulsados por profesorado mentor siempre y cuando existiera esa figura que, por desgracia, no existe en el actual panorama universitario andaluz y español.

No obstante, la existencia de servicios de orientación universitaria en las facultades de educación posibilitaría la puesta en marcha de iniciativas y acciones más sistemáticas para generar espacios de intercambio no sólo entre docentes y alumnos, sino entre los propios alumnos universitarios de los distintos cursos. Así, por ejemplo, los planes de gestión de carrera podrían ser diseñados con el asesoramiento especializado de un docente que tenga formación específica en orientación universitaria en un primer momento, pero en etapas superiores lo ideal, desde nuestro punto de vista, es que estos planes tengan cada vez una mayor autonomía y cooperación con el apoyo de alumnos facilitadores o alumnos mentores que podrían ayudar a los alumnos más jóvenes, de 1º y 2º curso de Grado, a ir construyendo su perfil y su propio curriculum vitae de manera progresiva. Además, no cabe duda que el ejemplo y la experiencia de alumnos de cursos superiores puede ser un estímulo impagable para generar una orientación efectiva, flexible y dinámica.



Referencias Bibliográficas

- CASTILLA, M^a T. Y LEIVA, J. (2012). “Cultura emprendedora en el contexto universitario: una aproximación pedagógica”. I Congreso Internacional e Interuniversitario de Orientación Educativa y Profesional. Málaga: UMA.
- CLARK, B. (2004). Delineating the Character of the Entrepreneurial University, *Higher Education Policy*, 17, 355-370.
- CLARK, B. (1996). *Creando Universidades Emprendedoras en Europa*, *Revista Valenciana d'Estudis Autònoms*, 21, 373-392.
- CLARK, B. (1998). *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. Oxford: Pergamon Press.
- DALMAU, J. I.; ALONSO, J. L.; COLOMER, J. (2003). *Programa IDEAS. Un modelo de éxito para fomentar la creación de empresas desde las universidades*. Valencia: UPV.
- ECHEVERRÍA M.V. Y GALINDO, R. (2011). Diagnóstico de la cultura emprendedora en la Escuela de Ingeniería de Antioquia, *Revista EIA*, 15, 85-94.
- ETZKOWITZ, H. (2004). The evolution of entrepreneurial university, *International Journal of Technology and Globalisation*, 1, 64-77.

Reseña Curricular de la autoría

Juan J. Leiva Olivencia es Profesor de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga.

María del Rocío Jiménez Cortés es Profesora de Métodos de Investigación y Diagnóstico en Educación en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Sevilla.

María Teresa Castilla Mesa es Profesora de Didáctica y Organización Escolar en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Málaga y Coordinadora del Proyecto de Innovación Educativa denominado “*Desarrollo y adquisición de competencias profesionales en la formación universitaria: Nuevos enfoques para el Prácticum, la orientación y la tutorización. El diseño del Plan de Gestión de Carrera y la incorporación del Aprendizaje Servicio como metodologías reflexivas, colaborativas y participativas*” (PIE10-149), financiado por el Servicio de Innovación Educativa de la Universidad de Málaga.