

**EL RETO DE LA ESPECIALIZACIÓN. ANÁLISIS DEL MÁSTER  
UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y POLÍTICA DE  
LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA. INNOVACIÓN, BARRERAS Y  
OPORTUNIDADES DE MEJORA**

**Pilar Limón Naharro y Concha Pérez Curiel**

*Universidad de Sevilla*

**Resumen**

Las sociedades modernas demandan especialistas con un elevado nivel cultural, científico y técnico al que las enseñanzas universitarias tienen el reto de ofrecer respuestas. Los estudios de Posgrado asumen como finalidad la especialización del estudiante en su formación académica, profesional o investigadora y su preparación para el mercado laboral. El objetivo de esta comunicación es ofrecer una descripción y una reflexión crítica sobre este desafío, a través del análisis del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla. Partimos de una metodología mixta que incluye el estudio de los hitos que configuran el Espacio Europeo de Educación Superior, los documentos del Sistema de Garantía de Calidad del Título e incorpora la observación participante y conversaciones informales con alumnos. Los resultados arrojan fortalezas como la realización de seminarios especializados o visitas institucionales; barreras como la falta de contratación de especialistas en ejercicio, o la ausencia de convenios para la realización de prácticas; así como propuestas de innovación como la creación de un laboratorio de ideas o una oficina de inserción laboral. La especialización debe configurarse como un proceso coral construido por la universidad con el concurso de empleadores, asociaciones profesionales y con el estudiante como protagonista.

**Abstract**

Modern societies require specialized professionals with a high cultural, scientific and technical level to which university education is challenged to provide answers to. Official postgraduate studies undertake the specialisation of students in their academic, professional or research training and their preparation for the labour market. The

objective of this paper is to provide a description and a critical reflection on this challenge by analysing the University Master in Institutional Communication and Policy at the University of Seville. We start from a mixed methodology that includes the study of milestones that make up the European Higher Education Area and the documents by the Qualification Quality Assurance System. This analysis also includes participant observation and informal conversations with students. The results show strengths such as conducting specialised seminars or visits to institutions; barriers such as a lack of recruitment of specialist teachers who certify performing business outside of academia, or the absence of cooperation agreements with public institutions for practice labs; as well as proposals for innovation and improvement opportunities including the creation of a think tank or an employment office. The specialisation must be configured as an assemblage process created by the university with the help of employers, professional associations and the student as the protagonist.

### **Introducción**

Las sociedades modernas demandan profesionales especializados con un elevado nivel cultural, científico y técnico al que las enseñanzas universitarias tienen el reto de ofrecer respuestas. Para ello, los estudios oficiales de Posgrado asumen como finalidad la especialización del estudiante en su formación académica, profesional o investigadora y su preparación para el mercado laboral.

La especialización significa hoy, tal y como afirmara Sanmartí (2003, p. 8), “*dar respuesta a los retos informativos planteados por la sociedad*” y, por tanto, formar profesionales capaces de tender puentes y de hacer inteligible la información política e institucional para acercarla a la ciudadanía. Pero también, siguiendo a Amparo Tuñón (2000, p. 135, c.p.Sanmartí, 2003, p. 8) capacitar a expertos que amplíen el concepto de actualidad periodística desde las propias instituciones, que aumenten su credibilidad y que contribuyan a mejorar la calidad de la información periodística.

En definitiva, la especialización supone formar a profesionales con la suficiente solvencia teórico-práctica no solo para desenvolverse sin dificultad en cualquier ámbito de la comunicación institucional (gabinete, asesoría o medio de comunicación), sino también para crear valor añadido, diferenciarse e innovar. En palabras de Esteve (1999, p. 93): “*Se trata de crear una red de aprendizaje que cubra todas las necesidades*

*intelectuales y profesionales de la sociedad en una constante adaptación simbiótica entre universidad y sociedad y en un continuum tecnológico-cognitivo”.*

De ahí que los objetivos formativos de los estudios de Posgrado deban ser más específicos que los de Grado y asumir una mayor profundización intelectual para formar tanto investigadores como especialistas con una formación profesional avanzada.

## **Objetivos**

El objetivo de este trabajo es ofrecer una descripción y una reflexión crítica sobre el desafío de la especialización, a través del análisis del Máster Universitario en Comunicación Institucional y Política de la Universidad de Sevilla, así como plantear alternativas y oportunidades de mejora que trasciendan las barreras la impiden.

## **Metodología**

Partimos de una metodología mixta que incluye el estudio de los textos e hitos legislativos que configuran el Espacio Europeo de Educación Superior y de los documentos del Sistema de Garantía de Calidad del Título (SGCT) (Universidad de Sevilla, 2008). Dicho análisis incorpora también la observación participante (desde la triple perspectiva: empleador, profesor y estudiante) y conversaciones informales con alumnos de tres ediciones del máster.

## **Resultados**

Los resultados del análisis arrojan una serie de puntos fuertes pero también algunas barreras que impiden una especialización efectiva. Por ello, hemos querido completar la reflexión aportando una batería de propuestas de innovación y oportunidades de mejora.

En el capítulo de las barreras nos encontramos con que existe una preponderancia de clases magistrales y centradas en el profesor frente al modelo propuesto por el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), más volcado en las prácticas y en el alumno como protagonista de su proceso formativo. En este punto hallamos una oportunidad de mejora en la incorporación de la Metodología de Triangulación en la Docencia (MTD) de Berné, Lozano y Marzo (2011) que promulga la actuación coordinada de alumnos, profesores y empresa en el proceso formativo.

Existe también una baja satisfacción del alumnado con el profesorado. Según las encuestas del Centro de Prospección Andaluz, dicha satisfacción oscila entre el 3,54 de la primera edición, 2011-2012 y el 3,94 de 2013-2014, pasando por el 3,45 (2012-2013), puntuación que representa la valoración más baja de los estudios de máster de la hispalense.

Estos datos están asociados a otra barrera a la especialización: la escasa participación de profesionales del sector en la formación de los discentes. De los 43 profesores que forman parte del máster solo dos de ellos son profesionales del sector de la Comunicación Institucional y Política; mientras que solo uno de ellos está en ejercicio actualmente. Del resto, solo siete han desarrollado trabajos de comunicación institucional y política alguna vez y de forma lejana en el tiempo. Aquí la oportunidad de mejora la señala la Dirección de Evaluación y Acreditación (DEVA) en su informe (2013/2014): “la inclusión en el máster de profesores externos a la Universidad de Sevilla para concretar los beneficios que esta práctica docente tiene, por ejemplo, respecto a la satisfacción de los alumnos y a la calidad de la información recibida”.

Otro muro lo constituye la ausencia de convenios con instituciones para la realización de prácticas. Un aspecto no resuelto a pesar de haberse tratado como recomendación en el informe de verificación del título, autoinformes, en el informe de la DEVA y representar una de las principales reivindicaciones de alumnos y egresados.

Pese a todo, conviene destacar que los procesos electorales que han marcado las distintas ediciones del máster y el exceso celo de las instituciones en acoger personal externo dificultan el cierre de tales acuerdos. No obstante, el Consejo de Gobierno de la Junta de Andalucía autorizó el pasado 14 de abril la firma de convenios entre la entonces Consejería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo y las diez universidades públicas andaluzas para la realización de prácticas; momento que no debe desaprovechar la dirección del título para cerrar un acuerdo que permita a los alumnos realizar prácticas en las instituciones de la Junta.

De otro lado, se observa una excesiva participación de profesores en el proceso formativo, aspecto que dificulta la coordinación y la profundización en los contenidos. Aquí la mejora pasa, como sugiere el propio alumnado, por incorporar más mecanismos de coordinación entre el profesorado y por ajustar la programación a la materia

impartida. Por su parte, la DEVA insta a profundizar en la planificación de las enseñanzas: actividades, metodología y características de cada módulo.

Respecto a la preparación de los alumnos para el mercado laboral, es necesario reseñar que hasta la cuarta edición del máster no se ha medido el grado de inserción laboral de los egresados que se sitúa en un 60,21 %; mientras que títulos privados publicitan una inserción de hasta el 95 %.

Para mejorar este porcentaje puede ponerse en marcha un proyecto de innovación como una oficina o programa de inserción laboral que mejore la incorporación laboral de los titulados y que fomente las relaciones entre la universidad y las empresas e instituciones. Pese a todo son valorables los esfuerzos de la dirección del máster junto a la Escuela de Organización Industrial (EOI) para el fomento del autoempleo entre los egresados.

Por último, la tasa de abandono del título es del 16.22, según los datos publicados en 2013-2014; la cifra más alta con casi dos puntos por encima de la media de todos los Posgrado que oferta la Facultad de Comunicación de Sevilla. Ante estos datos pueden representar mejoras:

- La incorporación de alumnos y egresados en el propio Sistema de Garantía de la Calidad del Título.

- El fomento de las relaciones con asociaciones profesionales y empresariales para trabajar por la inclusión o valoración de la titulación en las relaciones de puestos de trabajos y ofertas de empleo.

- La participación del profesorado en proyectos de innovación docente.

- La creación de un laboratorio de ideas con la participación de alumnos, profesores y egresados para la realización de estudios e investigaciones que reviertan en la sociedad, estrechen lazos y conviertan al título y a sus titulados en fuente de conocimiento al servicio de la sociedad andaluza.

Terminamos este análisis reseñando algunos puntos fuertes del título como: su respuesta a una demanda cada vez mayor de profesionales en el sector, su avanzado sistema de calidad, el porcentaje de profesores doctores que alcanza el 100 %, su proyección exterior que cada año cuenta con una media de un 12 % de alumnado extranjero, así como las altas calificaciones obtenidas por los estudiantes o la mejora de la opinión de los discentes sobre el profesorado (que aumenta un 14 %), la propia

experiencia del profesorado que participó durante seis años en el curso de experto del Centro de Formación Permanente, o el exhaustivo análisis de estudios similares en España y Europa para la realización del proyecto curricular del máster y los seminarios especializados y visitas institucionales diseñadas.

### **Conclusiones**

En un momento en el que el debate sobre el Decreto de Flexibilización del Sistema Universitario Español sigue más vivo que nunca, más allá de las discrepancias sobre la duración de los propios estudios urge hacer una reflexión crítica sobre si los posgrados están formando de verdad a profesionales cualificados capaces de insertarse en el mercado laboral y crear valor añadido. Para que esto sea posible, los estudios deben configurarse como un proceso coral construido por la universidad con el concurso de empleadores, asociaciones profesionales y con el estudiante como protagonista pero también abriendo las aulas a profesionales en ejercicio y mediante el fomento de la excelencia, la innovación y la mejora continua.

### **Referencias**

- Berné, C., Lozano, P., y Marzo, M. (2011). Innovación en la docencia universitaria a través de la metodología MTD. *Revista de Educación*, 355, 605-619.
- Esteve, F. (1999). *Comunicación especializada*. Madrid: Tucumán.
- Sanmartí, J. M. (2003). Periodismo especializado, el nexo entre conocimiento y sociedad. En M. Ramón (Coord.), *10 lecciones de periodismo especializado* (pp. 7-28). Madrid: Fragua.