

**Extra** “Competencias, Perfiles Profesionales y Tendencias en el Sector de la Comunicación”  
Coordina: Carles Roca-Cuberes (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona) [01]

---

**Cómo citar este artículo / Referencia normalizada**

R Besalú-Casademont, J Schena, C Sánchez-Sánchez (2017): “Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.536 a 1.553.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1233/83es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2017-1233](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1233)

# Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes

Most relevant competencies in audiovisual communication studies. Perceptions of professionals, teachers and students

**Reinald Besalú-Casademont** [[CV](#)] [] Profesor of the Department of Communication - Universidad Pompeu Fabra, UPF, Spain / [reinald.besalu@upf.edu](mailto:reinald.besalu@upf.edu)

**Jucinara Schena** [] [] Usquid Intern of the Department of Communication - Universidad Pompeu Fabra, UPF, Spain / [jucinara.schena01@estudiant.upf.edu](mailto:jucinara.schena01@estudiant.upf.edu)

**Cristina Sánchez-Sánchez** [[CV](#)] [] [] FPU Intern of the Department of Communication - Universidad Pompeu Fabra, UPF, Spain / [cristina.sanchezs@upf.edu](mailto:cristina.sanchezs@upf.edu)

## Abstracts

**[ES] Introducción:** El artículo analiza las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes del ámbito de la comunicación audiovisual sobre el grado de importancia de las competencias disciplinares, profesionales, académicas y específicas incluidas en los planes de estudio. **Metodología:** A partir de una encuesta se realizan análisis estadísticos descriptivos de las puntuaciones medias otorgadas por los encuestados a 62 competencias y se generan agrupaciones de competencias para facilitar la comparabilidad. **Resultados:** Todas las competencias son consideradas al menos como medio importantes. Las competencias mejor valoradas son las específicas, mientras que las disciplinares son las que obtienen menor puntuación. En comparación con estudios anteriores, se detecta una mejor valoración de las competencias transversales, procedimentales e instrumentales. **Discusión y Conclusiones:** un mercado laboral muy competitivo que valora la autosuficiencia y la versatilidad y un sector profesional con perfiles muy diversos son factores que inciden en la pérdida de relevancia de las competencias disciplinares.

**[EN] Introduction:** The paper analyses perceptions of professionals, teachers and students in the field of audiovisual communication about the level of relevance of disciplinary, professional, academic and specific competencies included in the study program. **Methodology:** using surveys, we performed the statistics descriptive analyses of the mean scores granted by respondents to 62 competencies, and also competencies grouping was done to make comparability easier. **Results:** All competencies are

considered at least moderately important. Specific competencies are best evaluated, while disciplinary competencies get lower scores. Compared with previous studies, a better evaluation of transversal, procedural and instrumental competencies is detected. **Discussion and Conclusions:** a very competitive labor market that values self-sufficiency and versatility and a professional sector with very diverse profiles are factors influencing in the loss of relevance of disciplinary competencies.

### Keywords

[ES] Competencias; Comunicación Audiovisual; Encuesta; Perfiles Profesionales; TIC.

[EN] Competencies; Audiovisual communication; Survey; Professional profiles; CIT.

### Contents

[ES] 1. Introducción. 2. Objetivos y Metodología. 3. Resultados. 3.1. Importancia otorgada a las competencias. 3.2. Análisis por dimensiones competenciales. 3.3. Comparativa con los resultados de Comunicación Audiovisual en el Libro Blanco. 4. Discusión y Conclusiones. 5. Notas. 6. Referencias.

[EN] 1. Introduction. 2. Objectives and Methodology. 3. Results. 3.1. Relevance granted to competencies. 3.2. Analysis per competency dimensions. 3.3. Comparison with results of Audiovisual Communication in the White Paper. 4. Discussion and Conclusions. 5. Notes. 6. List of References.

Traducido por **Yuhanny Henares**

(Traductora académica, Universitat de Barcelona)

## 1. Introducción y estado de la cuestión

Los profesionales de la comunicación, y más concretamente los profesionales de la comunicación audiovisual, han visto como en la última década la digitalización y la consiguiente aparición de nuevos formatos, nuevos roles para las audiencias y nuevas vías de distribución de los contenidos han conllevado cambios profundos en las estructuras productivas y en las formas de trabajo (Suárez Rodríguez, 2016). A esto hay que añadir una profunda crisis económica en España que ha provocado una precarización de las condiciones laborales también en el sector de la comunicación (Gabinete de Estudios de CC.OO. Navarra, 2010). Ambos fenómenos han redundado en la exigencia de profesionales de la comunicación audiovisual con mayor versatilidad y polivalencia, capaces de asumir una gran diversidad de tareas y de incorporar los avances tecnológicos en sus rutinas de trabajo.

Sin embargo, parece que los planes de estudio de los grados universitarios en comunicación audiovisual no se adaptan suficientemente a este nuevo contexto. Así, por ejemplo, se cuestiona la capacidad de los docentes para actualizar su propia formación (European Schoolnet y Digital Europe, 2014: 13); se advierte de la interferencia que supone para las asignaturas de los estudios de comunicación el hecho de tener que dedicar muchas horas a la formación del alumnado en nuevas y necesarias herramientas tecnológicas (Benítez Iglesias y Stepanian Taracido, 2012: 131); se observan disparidades entre académicos y profesionales a la hora de valorar qué competencias son más importantes (García Ureta, Toral Madariaga y Murelaga Ibarra, 2012: 414); se critica a la universidad por dar una formación poco orientada a la práctica profesional (FTI y AMETIC, 2013: 9); se vincula esta falta de conexión con “el mundo real” con la poca interdisciplinariedad de los estudios de comunicación (Núñez, García y Abuín, 2013: 182); se destaca el poco desarrollo de las competencias profesionales en el ámbito universitario (Universia-Accenture, 2007: 113); o se lamenta la falta de énfasis en competencias relacionales en la formación universitaria (Pérez Martínez, 2011: 93). Todos

esos problemas se aportan como evidencias de que los estudios actuales no pueden proporcionar toda la formación que el mercado requiere para los profesionales de la comunicación audiovisual.

No obstante, es evidente que ni los docentes ni los profesionales se han limitado a constatar esta necesidad de adecuación de los planes de estudio sin a la vez plantear posibles actuaciones para remediarlo. Por el contrario, existen numerosas aportaciones que describen y analizan estas nuevas necesidades formativas y competenciales tanto desde la propia academia como desde el mundo profesional. Por lo que respecta al primer colectivo, resulta interesante observar algunas de las nuevas competencias que docentes e investigadores del ámbito de la comunicación apuntan como imprescindibles, desde un punto de vista académico, para el ejercicio de la profesión. Por ejemplo, Gil Ruiz y De Miguel Zamora (2016) reivindican la importancia de la educación en valores ante el predominio de las competencias puramente técnicas. También Marfil-Carmona (2014) pone el acento en la necesidad de desarrollar la capacidad crítica como elemento imprescindible para formar buenos profesionales, mientras que Sánchez Cobarro y Peña Acuña (2016) constatan la necesidad de introducir en los planes de estudio competencias personales y sociales que aseguren el correcto desarrollo personal en un entorno profesional muy competitivo. Por otro lado, otras aportaciones subrayan la necesidad de introducir con más fuerza la alfabetización audiovisual en los planes de estudio de los grados en comunicación, tanto de forma transversal como programando asignaturas específicas sobre la materia, atendiendo a las recomendaciones de diversas organizaciones internacionales (Tucho, Fernández-Planells, Lozano y Figueras-Maz, 2015). Finalmente, se señala también la importancia de introducir la formación en emprendimiento en los grados de comunicación para dar respuesta a las transformaciones de un mercado laboral con una demanda creciente de profesionales más autónomos (Peña Fernández, Lazkano Arrillada y Pérez Dasilva, 2016).

Por lo que respecta a las demandas formuladas desde el sector profesional, cabe destacar un énfasis prácticamente unánime por potenciar competencias relacionadas con el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TIC) y con la adquisición de competencias digitales (FTI y AMETIC, 2013; Núñez, García y Abuín, 2013; Correyero Ruiz y Baladrón Pazos, 2010; de Vicente y Domínguez, 2011). Además, se subraya la necesidad de formar profesionales multifuncionales capaces de adaptarse a los cambios (Fundación Audiovisual de Andalucía, 2012; Vázquez Gestal, Fernández Souto, 2012), ante la gran diversidad de perfiles profesionales existentes y su evolución constante. Sin embargo, al margen de estos criterios ampliamente compartidos, y precisamente como consecuencia de la multitud y heterogeneidad de perfiles existentes, se observa un gran abanico de opiniones en relación a cuáles son las competencias consideradas necesarias para los profesionales de la comunicación audiovisual.

Así, por ejemplo, constatando el auge y potencial de la producción televisiva transmedia, Alcázar García (2016) apuesta por una formación no sólo centrada en la creación de contenidos transmedia, sino también orientada hacia habilidades imprescindibles para llevar a cabo un proyecto de esas características, como son el trabajo en equipo, el conocimiento sobre métricas de audiencias sociales y la disposición a la innovación. Saló Benito (2016), a su vez, pone el acento en la necesidad de formar profesionales con talento tanto por los aspectos creativos como por los de producción ante la emergencia de nuevas figuras que requieren esa versatilidad, como la de *showrunner*. En el caso específico de los directores de fotografía, McGowan (2016) reclama capacitación técnica para poder intervenir en los procesos de postproducción con los nuevos equipos digitales, ante el riesgo de perder el control sobre la obra cinematográfica. Además, una figura emergente en cine y televisión es la del *production research*, para la cual es imprescindible, según Caldera Serrano (2015), introducir en los estudios de comunicación competencias relacionadas con la documentación y los conocimientos sobre

derechos de imágenes. Por otro lado, Vinader Segura, Abuín Vences y García García (2011) demandan unos planes de estudio que incluyan competencias que consideran imprescindibles para los nuevos perfiles profesionales surgidos a raíz de la emergencia de la web social. En este sentido, ven especialmente relevantes competencias de carácter técnico relacionadas con la usabilidad web, la dinamización de comunidades, el análisis de la audiencia social o el diseño y la programación web.

En todo caso, parece evidente que una de las cuestiones que generan más debate alrededor de la cuestión de las competencias necesarias para el ejercicio de profesiones relacionadas con la comunicación audiovisual tiene que ver con la necesidad o no de que los planes de estudio universitarios aseguren el desarrollo de todo el abanico de competencias técnicas y tecnológicas demandadas por el mercado. Así, más allá de la lógica necesidad de desarrollo de las competencias digitales básicas, el debate está en si la universidad debería esforzarse en introducir constantemente nuevas competencias de uso de herramientas tecnológicas o bien si debería focalizarse en desarrollar competencias más generales y actitudinales, que permitan a los futuros profesionales adaptarse a un entorno tecnológico cambiante que necesariamente va a ir siempre por delante de la formación. Con este punto de partida, el presente artículo se propone ahondar en el debate indagando en las percepciones sobre la importancia de las diferentes competencias relacionadas con el ejercicio de profesiones del ámbito de la comunicación audiovisual.

## **2. Objetivos y metodología**

El contexto de transformaciones profundas en el sector de la comunicación audiovisual descrito en el apartado anterior requiere una evaluación de la formación que reciben los profesionales para, en su caso, proponer ciertos replanteamientos en los planes de estudio. Así, este trabajo tiene como objetivo general contribuir a este debate determinando cuáles son las competencias consideradas más relevantes para el desempeño de las tareas propias del ámbito de la comunicación audiovisual entre los profesionales del sector, los docentes y los estudiantes del Grado en Comunicación Audiovisual en España, con la finalidad de ofrecer un conocimiento que pueda ser útil para la adaptación de estos estudios a las necesidades del mercado laboral actual y a las expectativas de sus estudiantes.

Más concretamente se plantean los siguientes objetivos específicos:

- a. Determinar la importancia otorgada por los profesionales, docentes y estudiantes de comunicación audiovisual a las distintas competencias relacionadas con el ejercicio de la profesión a partir de un sistema de puntuaciones que permita un tratamiento cuantitativo de los datos y una comparación objetiva entre competencias.
- b. Evaluar el grado de importancia otorgado a distintos conjuntos de competencias agrupadas en dimensiones competenciales y observar posibles correlaciones entre ellas.
- c. Comparar los resultados con los referenciados en el Libro Blanco de los Grados de Comunicación (Aneca, 2005) para observar posibles cambios en la importancia concedida a las competencias evaluadas en ambos estudios.

Para dar respuesta a estos objetivos, se realizó una encuesta en la que se pedía evaluar el grado de importancia otorgado a las competencias relacionadas con el ejercicio de profesiones vinculadas a la comunicación audiovisual. El uso de la encuesta resulta adecuado para los objetivos del estudio al proporcionar un conjunto estructurado de datos que permiten describir y comparar de forma

cuantitativa y con técnicas estadísticas las características de los distintos casos (De Vaus, 2002). En este sentido, la encuesta proporcionó valores numéricos asociados a distintos grados de importancia que permitieron el cálculo de medias, desviaciones típicas, modas, medianas y correlaciones entre variables.

El proceso de definición de las competencias para la encuesta consistió en una actualización y simplificación de las competencias incluidas en el Libro Blanco de los Grados de Comunicación (Aneca, 2005). Así, se redujeron los enunciados para agilizar la lectura y evitar posibles abandonos por parte de los encuestados; se agruparon conocimientos en nuevas competencias; y se añadieron nuevos aspectos a competencias existentes para adaptarlas al contexto actual, por ejemplo, incluyendo los soportes digitales o los multimedia interactivos. También se añadieron otras competencias no contempladas por el Libro Blanco y que la literatura del campo considera relevantes, como por ejemplo la capacidad de ejercer el pensamiento crítico, la educación en valores o las competencias relacionadas con la documentación y la usabilidad web. En total, se evaluaron 62 competencias para el ejercicio de profesiones relacionadas con la comunicación audiovisual.

Estas competencias, además, se agruparon en cuatro dimensiones competenciales, que son las mismas que encontramos en el Libro Blanco: competencias disciplinares (las relacionadas con el saber), competencias profesionales (las relacionadas con el saber hacer), competencias académicas (referentes a los conocimientos necesarios para la investigación en comunicación audiovisual) y competencias específicas (otras competencias de corte más transversal que no se relacionan exclusivamente con las profesiones vinculadas a la comunicación audiovisual). De este modo se aseguró la comparabilidad con los resultados del citado estudio al menos en relación a estas dimensiones, y además se obtuvieron unos resultados de corte más global que facilitaron el análisis y el cumplimiento del segundo objetivo específico planteado.

Para poder determinar la importancia otorgada a las competencias incluidas en la encuesta, cada competencia era valorada en una escala de 1 a 5, en la que 1 significa que la competencia no es nada importante, 2 significa que es poco importante, 3 significa que es medio importante, 4 significa que es bastante importante y 5 significa que es muy importante. Las competencias se presentaban en cuatro bloques correspondientes a las cuatro dimensiones competenciales, en un formulario creado con Google Forms. La encuesta fue enviada por vía electrónica a las facultades de comunicación españolas para que hicieran difusión entre su alumnado y su profesorado, y también fue distribuida a asociaciones de productores, directores y guionistas audiovisuales y a productoras con la petición de remitirla a sus asociados y trabajadores. Cuando fue posible, se remitió también a personas de este ámbito profesional cuyas direcciones de correo electrónico son públicas. Se procuró abarcar un amplio espectro de perfiles profesionales y de subsectores representativos del colectivo objeto de estudio: directores, realizadores, productores, guionistas, montadores, técnicos de sonido, gestores y editores tanto del ámbito cinematográfico como del radiotelevisivo y digital, así como docentes y estudiantes. Sin embargo, considerando el modo en que fueron contactados los encuestados, no puede hablarse en este caso de un sistema de muestreo totalmente aleatorio ni estratificado, con lo que no procede el cálculo del margen de error de los resultados.

La encuesta, que estuvo disponible durante los meses de mayo y junio de 2017, se contestaba de forma totalmente anónima, ya que no se recabaron datos personales de los encuestados, más allá de su profesión. Los encuestados eran informados de los objetivos del estudio y recibían garantías por lo que respecta al almacenamiento y tratamiento de los datos. Respondieron la encuesta un total de 68 personas, de las cuales 41 fueron profesionales del sector y 27 fueron estudiantes y docentes

universitarios. La diversidad de perfiles profesionales entre los encuestados fue bastante elevada, ya que se obtuvieron respuestas de todos los subsectores (radiotelevisivo, cinematográfico, multimedia y digital) y de personas que realizan tareas en distintos puntos de la cadena de valor y con distintos grados de responsabilidad. Los resultados fueron tratados con el programa IBM SPSS Statistics (Castañeda, Cabrera, Navarro y De Vries, 2010).

### 3. Resultados

#### 3.1. Importancia otorgada a las competencias

En general, puede afirmarse que todas las competencias incluidas en el cuestionario fueron evaluadas muy positivamente por los profesionales, docentes y estudiantes de comunicación audiovisual. Así, ninguna de ellas fue puntuada de media con menos de un 3 –es decir, que se consideraron todas al menos como medio importantes. Además, en la mayoría de casos la respuesta más común fue un “bastante importante” o un “muy importante”. Sin embargo, sí existen diferencias que vamos a detallar a continuación.

Por lo que respecta a las diecinueve competencias disciplinares contempladas, de media todas fueron consideradas al menos como medio importantes. Además, en todas ellas la mediana fue igual o superior a 3 en una escala de 1 a 5, cosa que significa que más del 50% de los encuestados les dio un “aprobado”. En general, pues, se observa que las competencias disciplinares fueron evaluadas positivamente, pero sin alcanzar puntuaciones tan elevadas como las que vamos a encontrar en otras dimensiones competenciales.

La competencia disciplinar menos valorada por los profesionales y estudiantes de comunicación audiovisual fue la relativa al conocimiento de los aspectos económicos y sociales de las empresas (3,06 de media, con una desviación típica de 1,16, convirtiéndose en la competencia menos valorada de toda la encuesta), mientras que la percibida como más importante fue la relativa al correcto uso de las lenguas propias y el inglés (4,40 de media, con una desviación típica de solo 0,87, lo que significa que se consideró entre bastante y muy importante). La competencia con más disparidad en las respuestas tiene que ver con el conocimiento de la evolución y el impacto social de las tecnologías de la información y la comunicación, con una desviación típica de 1,20 puntos respecto a una puntuación media de 3,81. Competencias directamente relacionadas con la creación y producción de obras audiovisuales, como por ejemplo “conocer las estructuras organizativas y aplicar las técnicas, procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases” o “conocer y aplicar los recursos, métodos y procedimientos para construir y analizar relatos audiovisuales” también fueron consideradas altamente importantes, al contrario que competencias relacionadas con conocimientos teóricos del campo u otras competencias más próximas al ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.

**Tabla 1. Grado de importancia otorgado a las competencias disciplinares**

	Media	Desviación típica	Mediana	Moda
Conocer la evolución histórica, los procesos, teorías y modelos psicológicos de la comunicación.	3,16	1,09	3	4

Usar correctamente las lenguas propias y el inglés aplicadas al sector.	4,40	0,87	5	5
Conocer los parámetros históricos, políticos, económicos, culturales y estéticos de las sociedades y su influencia en la comunicación.	3,71	1,13	4	5
Conocer la estructura de los medios de comunicación y de sus principales soportes y formatos.	3,19	1,18	3	3
Conocer la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico del sector.	3,87	1,13	4	5
Conocer las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa.	3,13	1,17	3	3
Conocer la evolución y el impacto social de las tecnologías de la información y de la comunicación contemporáneas.	3,81	1,20	4	5
Conocer los procesos publicitarios, la estructura organizativa, el funcionamiento y la gestión de la empresa de comunicación.	3,46	1,16	3	3
Conocer la historia, evolución y relevancia social de la fotografía, cine, radio, televisión e Internet.	3,93	1,12	4	5
Evaluar el estado corporativo de una organización y conocer y diseñar estrategias de comunicación.	3,57	1,08	4	3
Conocer las estructuras organizativas y aplicar las técnicas, procesos de creación, producción y difusión audiovisuales en sus diversas fases.	4,32	0,78	4,5	5
Conocer los procesos de marketing y sus técnicas específicas: posicionamiento, segmentación, procedimientos de análisis y medición de la eficacia.	3,37	1,20	3	3
Conocer y aplicar los recursos, métodos y procedimientos para construir y analizar relatos audiovisuales.	4,38	0,81	5	5
Conocer y aplicar los softwares específicos y las nuevas tecnologías digitales al sector.	4,10	0,90	4	5
Conocer los aspectos económicos y sociales de las empresas de publicidad y relaciones públicas: aspectos jurídicos, fiscales, relaciones laborales, mercado, financiación.	3,06	1,16	3	3
Conocer el funcionamiento de un departamento de comunicación, su dirección y gestión del conocimiento y de los intangibles.	3,56	1,14	4	3, 4, 5
Conocer los métodos y técnicas de investigación y análisis del sector.	3,59	1,16	4	4
Conocer la estructura de los medios publicitarios: características, tipologías y problemáticas.	3,19	1,18	3	3

Conocer los métodos del pensamiento creador (escuelas, métodos y técnicas), los procesos de elaboración de los mensajes y su análisis.	3,69	1,10	4	4
--	------	------	---	---

Fuente: elaboración propia

Por otra parte, de las 21 competencias profesionales incluidas en el cuestionario, nueve obtuvieron puntuaciones medias superiores a 4, es decir, que fueron consideradas más que bastante importantes, y a cuatro de ellas más del 50% de los encuestados les otorgaron la máxima importancia, hecho que evidencia el interés que suscitan este tipo de competencias. “Aprender de manera autónoma y adaptarse a los cambios” obtuvo la media más elevada no solo en este ámbito competencial sino en el conjunto de la encuesta: 4,69 puntos, con una desviación típica de 0,60, lo que indica que los encuestados le otorgaron casi unánimemente la máxima importancia; pero destaca también la puntuación de otras competencias más directamente vinculadas con el ejercicio profesional de la comunicación audiovisual, como “escribir con fluidez textos, escaletas o guiones” (media: 4,49; desviación típica: 0,76) o “idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos” (media: 4,49; desviación típica: 0,84).

Programar y optimizar páginas web fue la competencia menos valorada por los encuestados, con una puntuación media de 3,21, aunque en este caso las puntuaciones fueron muy dispares (la desviación típica para esta competencia fue de 1,28 puntos respecto a la media). En general, las desviaciones típicas en las puntuaciones de las competencias profesionales fueron más elevadas que en los otros ámbitos competenciales, cosa que puede explicarse por la gran variedad de perfiles profesionales relacionados con la comunicación audiovisual, hecho que a su vez pudo provocar puntuaciones dispares en competencias que pueden ser muy relevantes para ciertos puestos pero no tan importantes para el resto (por ejemplo, “capacidad para recrear el ambiente sonoro de una producción audiovisual” [media: 3,71; desviación típica:1,25] o “usar técnicas de animación y efectos especiales” [media: 3,44; desviación típica: 1,21]).

**Tabla 2. Grado de importancia otorgado a las competencias profesionales**

	Media	Desviación típica	Mediana	Moda
Aplicar las técnicas comunicativas en los distintos medios y soportes interactivos multimedia.	4,21	0,97	4	5
Diseñar los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales.	4,10	0,98	4	5
Idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.	4,49	0,84	5	5
Gestionar estratégicamente la imagen corporativa de una empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios.	3,57	1,16	4	4
Recuperar, analizar y procesar información para difundirla.	3,93	1,01	4	5
Utilizar datos y estadísticas de manera correcta.	3,51	1,24	4	4
Aprender de manera autónoma y adaptarse a los cambios.	4,69	0,60	5	5

Crear y dirigir la puesta en escena integral de producciones audiovisuales.	4,22	1,00	5	5
Ajustar la cantidades y calidades del sonido, la luz y el color durante el proceso de creación.	3,87	1,08	4	4
Escribir con fluidez, textos, escaletas o guiones.	4,49	0,76	5	5
Crear, desarrollar y supervisar elementos gráficos, imágenes o textos de un modo creativo.	4,07	0,94	4	5
Organizar y gestionar los recursos técnicos.	3,87	0,84	4	4
Buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos.	3,62	1,05	4	4
Analizar las estructuras, contenidos y estilos de la programación televisiva y radiofónica.	3,66	1,14	4	4
Montar materiales sonoros y visuales conforme a una idea utilizando técnicas narrativas y tecnológicas necesarias.	4,15	0,97	4	5
Capacidad para recrear el ambiente sonoro de una producción audiovisual o multimedia atendiendo a la intención del texto y de la narración.	3,71	1,25	4	5
Atender y asesorar al cliente, asistiéndole de manera continuada antes, durante y después de la realización de sus acciones de comunicación.	3,63	1,24	4	5
Establecer el plan de comunicación: objetivos, público objetivo, estrategias y control del presupuesto.	3,99	1,09	4	5
Crear contenido para distintos soportes y controlar la continuidad del discurso narrativo a través de ellos.	4,15	0,87	4	4, 5
Usar técnicas de animación y efectos especiales.	3,44	1,21	4	4
Programar y optimizar páginas web (SEO y SEM).	3,21	1,28	3	4

Fuente: elaboración propia

El conjunto de diez competencias académicas presenta unas puntuaciones muy similares entre si, que oscilan entre los 3,60 puntos de “conocer la didáctica de las disciplinas de la información y la comunicación” (desviación típica: 1,05) y los 4,31 puntos de “exponer adecuadamente los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital” (desviación típica: 0,97). Así pues, si bien no encontramos competencias muy mal puntuadas, los encuestados tampoco situaron las competencias académicas entre las más importantes para los profesionales de la comunicación audiovisual.

**Tabla 3. Grado de importancia otorgado a las competencias académicas**

	Media	Desviación típica	Mediana	Moda
Conocer teorías, métodos, lenguajes y problemas de comunicación audiovisual.	3,93	0,98	4	4, 5
Identificar temas de investigación relevantes, definirlos y utilizar apropiadamente las fuentes para contribuir al conocimiento en el área de la comunicación.	3,88	1,15	4	5
Capacidad de adaptarse a los objetivos y cultura organizacionales.	4,22	0,96	4,5	5
Estructurar el conocimiento complejo de manera coherente y saber interrelacionarlo con otras disciplinas.	4,12	0,99	4	5
Exponer adecuadamente los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital.	4,31	0,97	5	5
Saber evaluar las producciones mediáticas.	3,94	0,91	4	4
Conocer la didáctica de las disciplinas de la información y comunicación.	3,60	1,05	4	4
Entender e interpretar de manera crítica un entorno comunicativo complejo.	3,99	1,10	4	5
Buscar y gestionar la información en un entorno digital.	4,16	0,99	4	5
Asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y presupuestarios, gestionándolos eficientemente y asumiendo los principios de la responsabilidad social.	4,16	1,03	4,5	5

Fuente: elaboración propia

Finalmente, en el grupo de competencias específicas encontramos las puntuaciones más elevadas. Casi todas ellas fueron evaluadas por más del 50% de los encuestados como muy importantes. “Perspicacia, ingenio y creatividad que permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos” obtuvo la mejor puntuación (4,65; desviación típica: 0,59), y “Conocimientos interdisciplinarios aplicados a la creación de mensajes comunicativos” la peor, aunque de media siguió siendo una competencia valorada muy positivamente (4,12 puntos; desviación típica: 0,94). Como en el caso de las competencias académicas, las puntuaciones medias para el conjunto de estas doce competencias específicas fueron bastante homogéneas (siempre por encima de “bastante importante”), por lo que puede afirmarse que globalmente se trata de un bloque de competencias consideradas como altamente relevantes. Así mismo, la desviación típica en todos los casos fue inferior a 1, cosa que indica un grado elevado de acuerdo en las respuestas de los encuestados.

**Tabla 4. Grado de importancia otorgado a las competencias específicas**

	Media	Desviación típica	Mediana	Moda
Conciencia igualitaria sobre las personas, los pueblos, las culturas y respeto por los derechos humanos internacionales.	4,41	0,88	5	5
Transmitir conocimientos y avances a la mayoría no especializada de manera comprensible y eficaz.	4,35	0,79	4	5
Adaptarse a los cambios tecnológicos, empresariales u organigramas laborales.	4,35	0,86	5	5
Trabajar en equipo en distintos entornos, comunicar las propias ideas e integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados, sin perder autonomía, conservando la propia identidad y valores.	4,62	0,75	5	5
Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, asumiendo riesgos y responsabilidades.	4,53	0,78	5	5
Autoevaluarse de manera crítica y corregir los errores cometidos.	4,60	0,65	5	5
Perspicacia, ingenio y creatividad que permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.	4,65	0,59	5	5
Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber relacionar causas y efectos.	4,59	0,67	5	5
Saber gestionar el tiempo, y organizar las tareas.	4,50	0,72	5	5
Actuar en libertad y con responsabilidad, asumiendo referentes éticos, valores y principios consistentes.	4,51	0,91	5	5
Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.	4,31	0,87	5	5
Conocimientos interdisciplinarios aplicados a la creación de mensajes comunicativos.	4,12	0,94	4	5

Fuente: elaboración propia

### 3.2. Análisis por dimensiones competenciales

Después del análisis individual de las competencias contenidas en el cuestionario, se procedió a la agrupación e integración de esas competencias en las cuatro dimensiones ya mencionadas (competencias disciplinares, profesionales, académicas y específicas) para poder evaluar mejor su importancia global y las posibles correlaciones entre ellas. Cada dimensión es el resultado de la agregación de las puntuaciones dadas por los encuestados a cada una de las competencias que la integran y de la reconversión de esas puntuaciones resultantes en una escala de 1 a 5, para mantener la

coherencia con los análisis de competencias individuales y para garantizar la comparabilidad entre dimensiones.

Por lo que respecta a las competencias disciplinares, su puntuación global media fue de 3,88 puntos, con una desviación típica de 0,89. Aunque se trata de un buen resultado, este tipo de competencias son las que globalmente fueron consideradas como menos importantes para el desempeño de su ocupación entre los encuestados del ámbito de la comunicación audiovisual. En segundo lugar, las competencias profesionales fueron puntuadas de media con un 4,15 (desviación típica: 0,65) y las competencias académicas con un 4,22 (desviación típica: 0,91); es decir, ambas con una consideración ligeramente superior a “bastante importantes”. Observamos, además, que, aunque individualmente las competencias académicas no obtenían puntuaciones tan elevadas como las encontradas en las otras dimensiones, cuando se consideran globalmente su puntuación supera a la obtenida por las competencias profesionales, hecho que se explicaría por la ausencia de competencias académicas entre las peor valoradas. De este modo, aunque las competencias académicas claramente no son las consideradas más importantes, los resultados agregados evidencian su relevancia para los profesionales y estudiantes de comunicación audiovisual. Finalmente, tal y como ya se intuía en el análisis individual de competencias, las competencias específicas son las consideradas como más importantes por los encuestados, con una media de 4,71 sobre 5 (es decir, con una valoración global muy próxima a “muy importantes”) y una desviación típica de sólo 0,62.

**Tabla 5. Grado de importancia otorgado a las cuatro dimensiones competenciales**

	Media	Desviación típica	Mediana	Moda
Competencias disciplinares	3,88	0,89	4	4
Competencias profesionales	4,15	0,65	4	4
Competencias académicas	4,22	0,91	4	5
Competencias específicas	4,71	0,62	5	5

Fuente: elaboración propia

El test de Kolmogorov-Smirnov para las cuatro dimensiones tiene una significación estadística inferior a 0,05, por lo que puede afirmarse que su distribución no es normal. Con este presupuesto, y teniendo en cuenta el tamaño reducido de la muestra y el carácter ordinal de las variables, se procedió a correlacionar las cuatro dimensiones usando el coeficiente Tau-b de Kendall, que muestra cómo todas ellas están correlacionadas positivamente; es decir, que los encuestados que en global valoraron positivamente las competencias de una dimensión también valoraron positivamente las competencias de las otras, y a la inversa. Todas las correlaciones resultaron estadísticamente significativas. En concreto, las mayores correlaciones se produjeron entre las competencias profesionales y las competencias académicas ( $r=0,580$ ;  $p=0,000$ ) y entre las competencias disciplinares y las competencias profesionales ( $r=0,555$ ;  $p=0,000$ ). La correlación más débil fue la existente entre las competencias disciplinares y las competencias específicas ( $r=0,330$ ;  $p=0,003$ ).

Estos resultados evidencian que las valoraciones de las distintas dimensiones competenciales no van en detrimento unas de las otras, sino que en general los encuestados consideran que todas ellas son complementarias, especialmente en el caso de las valoraciones de las competencias profesionales respecto a las competencias disciplinares y académicas.

**Tabla 6. Pruebas de normalidad de las cuatro dimensiones competenciales (test de Kolmogorov-Smirnov)**

	Pruebas de normalidad (Kolmogorov-Smirnov)
Competencias disciplinares	0,244 (p=0,000)
Competencias profesionales	0,310 (p=0,000)
Competencias académicas	0,289 (p=0,000)
Competencias específicas	0,461 (p=0,000)

Fuente: elaboración propia

**Tabla 7. Correlaciones entre las cuatro dimensiones competenciales (coeficiente Tau-b de Kendall)**

	Competencias disciplinares	Competencias profesionales	Competencias académicas	Competencias específicas
Competencias disciplinares	1	0,555 (p=0,000)	0,410 (p=0,000)	0,330 (p=0,003)
Competencias profesionales		1	0,560 (p=0,000)	0,367 (p=0,001)
Competencias académicas			1	0,418 (p=0,000)
Competencias específicas				1

Fuente: elaboración propia

### 3.3. Comparativa con los resultados de Comunicación Audiovisual en el Libro Blanco

A pesar de que las competencias evaluadas en el Libro Blanco de los Títulos de Grado en Comunicación (Aneca, 2005) no coinciden totalmente con las incluidas en el presente estudio, tal y como se explicó en el apartado metodológico, el Libro Blanco sí planteaba la distinción entre competencias disciplinares, profesionales, académicas y específicas, por lo que resulta procedente la comparación entre la importancia otorgada globalmente a esas cuatro dimensiones competenciales por los encuestados del ámbito de la comunicación audiovisual en el citado Libro Blanco y en la presente investigación. [1]

Una primera diferencia relevante tiene que ver con el orden de importancia: si en el año 2005 las competencias menos valoradas fueron las profesionales, en la encuesta realizada en 2017 lo fueron las disciplinares, como ya se ha constatado. Además, el conjunto de competencias disciplinares fueron las únicas que obtuvieron una puntuación menor respecto a las del Libro Blanco, mientras que tanto las competencias profesionales como las específicas, y en menor grado las académicas, fueron mejor puntuadas en la encuesta del presente estudio.

**Tabla 8. Importancia otorgada a las cuatro dimensiones competenciales en comparación con los resultados del Libro Blanco de los Grados en Comunicación**

	Puntuación media de Comunicación Audiovisual en el Libro Blanco de los Grados en Comunicación (2005)	Puntuación media en el estudio propio (2017)
Competencias disciplinares	3,97	3,88
Competencias profesionales	3,69	4,15
Competencias académicas	4,07	4,22
Competencias específicas	4,29	4,71

Fuente: elaboración propia

Cabe también destacar algunas cuestiones referentes a las competencias concretas que sí figuraban en ambos estudios. Así, por ejemplo, el correcto uso de las lenguas propias y el inglés fue una competencia considerada muy importante en los dos casos, con una puntuación de 4,17 en el Libro Blanco y de 4,40 en la presente encuesta. En cambio, se observa una pérdida de importancia de competencias como “Conocer la historia, evolución y relevancia social de la fotografía, cine, radio, televisión e Internet” (4,13 en el Libro Blanco y 3,93 en el presente estudio), y un incremento notorio de la importancia otorgada a competencias como “Escribir con fluidez textos, escaletas o guiones” (de 3,73 a 4,49), “Autoevaluarse de manera crítica y corregir los errores cometidos” (de 4,27 a 4,60) o “Tomar decisiones en situaciones de incertidumbre, asumiendo riesgos y responsabilidades” (de 4,14 a 4,53). Aunque vamos a ahondar más en ello en las conclusiones, estos datos parecen indicar que en la última década se ha producido un cambio hacia un mayor interés por competencias de corte más pragmático y actitudinal.

#### 4. Discusión y Conclusiones

El análisis de la importancia otorgada por los profesionales, docentes y estudiantes a las competencias relacionadas con la comunicación audiovisual indica, en primer lugar, que no hay ninguna de las competencias incluidas en el estudio que sea considerada, de media, como nada o poco importante. En este sentido, cabe destacar la adecuación de todas ellas a lo que de forma generalizada demandan los presentes y futuros profesionales del sector. Sin embargo, a pesar de esta valoración global positiva, sí se observan diferencias notables entre dimensiones competenciales, siendo las competencias de corte más pragmático, instrumental y procedimental [2] mejor valoradas que las competencias relacionadas con conocimientos teóricos y sustantivos del campo [3]. Así, por ejemplo, cuestiones como el conocimiento del inglés o la capacidad de adaptación a nuevas situaciones están entre las consideradas más importantes, mientras otros aspectos como conocer las teorías y modelos de la comunicación o conocer la estructura de los medios de comunicación se encuentran entre las competencias con peor puntuación.

Esta situación podría explicarse al menos por dos fenómenos. Primero, por el hecho de que el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) se encuentra ya plenamente desarrollado en los estudios universitarios en comunicación, con diversas promociones formadas en este sistema ya integradas en

el mercado laboral. El modelo EEES apostó por orientar la formación hacia la rentabilidad económica y el aprovechamiento empresarial del conocimiento (Ballesteros Carrasco, Franco Romo y Pedro Carañana, 2012), lo que para los estudios de comunicación audiovisual se tradujo en demandas para priorizar aquellas competencias de más fácil vinculación con habilidades concretas requeridas por el mercado laboral, tal y como se puso de manifiesto en la revisión de la literatura sobre esta cuestión. En este sentido, los resultados de este estudio vendrían a reflejar la plena asunción del modelo EEES entre profesionales, docentes y estudiantes, en un contexto de cambio tecnológico, precarización y alta competencia en el mercado laboral en el que los profesionales tienen aún más incentivos para ser pragmáticos y valorar competencias que prueben su versatilidad, autosuficiencia y polivalencia (de hecho, adaptarse a los cambios fue la competencia mejor puntuada de toda la encuesta) [4]. También las diferencias observadas en la comparación con los resultados presentados en el Libro Blanco (Aneca, 2005) refuerzan este razonamiento. Así, doce años atrás las competencias disciplinares eran mejor valoradas y en cambio las profesionales y específicas obtenían, en términos generales, peores puntuaciones.

En segundo lugar, hay que tener cuenta que el campo de la comunicación audiovisual incluye una gran diversidad de perfiles profesionales con competencias específicas asociadas, hecho que en una encuesta dirigida a toda la población relacionada con la disciplina provoca necesariamente que, aunque unos pocos sí les otorguen gran importancia, no sean competencias consideradas tan relevantes por la mayoría. Este sería el caso, por ejemplo, de competencias como las relacionadas con la gestión de la imagen corporativa; la utilización de datos y estadísticas; la búsqueda, selección y sistematización de documentos audiovisuales; o la programación y optimización de páginas web. En todo caso, este sería un factor que también incidiría en la mayor puntuación obtenida globalmente por las competencias de corte más transversal, que por sus características interpelan en mayor grado a todos los perfiles profesionales.

Hay que remarcar, no obstante, que, consideradas globalmente, las competencias analizadas no van en detrimento unas de otras, es decir, que en general aquellos encuestados que valoran mejor cierto tipo de competencias también tienden a puntuar bien al resto, y a la inversa. Esto evidencia que resulta erróneo contraponer competencias disciplinares y competencias profesionales, académicas y/o específicas. Estos resultados más bien sugieren que la tradicional disyuntiva entre conocimientos teóricos y prácticos y entre competencias del saber y competencias de tipo actitudinal no tiene sentido, y que un mayor énfasis en estas competencias prácticas y actitudinales en la oferta formativa en comunicación audiovisual no tiene por qué conducir irremediabilmente a la marginación de las competencias del saber en los planes de estudio.

Finalmente, hace falta puntualizar que lo apuntado hasta aquí son resultados que deben ser definidos necesariamente como provisionales, especialmente considerando el tamaño reducido de la muestra a partir de la cual se obtuvieron. Así, parece evidente que son necesarias nuevas investigaciones que permitan no sólo seguir confirmándolos, sino también ahondar en algunos aspectos en los que no se ha profundizado por no tener vinculación directa con los objetivos perseguidos, como por ejemplo en relación a las implicaciones que tiene para el sector de la comunicación audiovisual y para la formación de sus profesionales la existencia de una gran diversidad de perfiles que requieren de competencias muy específicas.

**\*Investigación financiada.** Este artículo es producto del proyecto de investigación titulado “Avaluació i reestructuració dels estudis en comunicació de la Universitat Pompeu Fabra”,

referencia 2014EMQE2 007, financiado por la Agència de Gestió d'Ajuts Universitaris i de Recerca (Agaur) de la Generalitat de Catalunya.

Fechas:

- Inicio de la investigación: 7/9/2015
- Término de la investigación: 31/12/2017

## 5. Notas

[1] Hay que tener en cuenta que la encuesta en la que se basó el Libro Blanco presentaba las puntuaciones posibles en una escala de 0 (nada importante) a 4 (muy importante), mientras que para el presente estudio se utilizó una escala de 1 a 5. Para poder realizar las comparaciones de medias se ha añadido un punto a las puntuaciones reportadas en el Libro Blanco.

[2] La mayoría de ellas clasificadas como competencias específicas o profesionales, según la categorización propuesta en Aneca (2005) y utilizada en esta investigación.

[3] La mayoría de ellas clasificadas como competencias disciplinares según la categorización propuesta en Aneca (2005) y utilizada en esta investigación.

[4] Esas competencias se vinculan con la idea del “yo emprendedor” desarrollada por Rose (1998), según la cual, en un contexto de gubernamentalidad neoliberal, los individuos asumen libremente la responsabilidad de moldear su vida mostrando iniciativa y escogiendo estratégicamente las conductas y sacrificios que les permitirán mejorar.

## 6. Referencias

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación [ANECA] (2005): *Libro Blanco. Títulos de Grado en Comunicación*. Barcelona: ANECA.

Alcázar García, L. M. (2016): “Productores transmedia: la nueva demanda de la televisión”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, pp. 1-12.

Ballesteros Carrasco, B.; Franco Romo, D.; Pedro Carañana, J. (2012): “Los usos de las TIC en la mercantilización de la universidad: análisis de los documentos oficiales del EEES”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 101-110.

Benítez Iglesias, A, J.; Stepanian Taracido, E.M. (2012): “Desarrollo de las competencias específicas relacionadas con la tecnología para las áreas de periodismo y comunicación audiovisual”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 18, 129-140.

Caldera Serrano, J. (2015): “Production Research: el nuevo rol profesional para nuevos tiempos en la gestión de la información audiovisual”. *Investigación Bibliotecológica*, 29(66), pp. 79-89.

Castañeda, M. B.; Cabrera, A. F.; Navarro, Y.; de Vries, W. (2010): *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS. Un libro práctico para investigadores y administradores educativos*. Porto Alegre: EDIPUCRS.

Correyero Ruiz, B., & Baladrón Pazos, A. (2010): “Nuevos perfiles profesionales en el entorno digital: un desafío para la formación de comunicadores desde el EEES”. En *Actas – II Congreso Internacional Latina de Comunicación Social – Universidad de La Laguna* (pp. 1-17).

De Vaus, D. (2002): *Surveys in social research*. Milton: Routledge.

De Vicente y Domínguez, A. M. (2011): “Nuevos perfiles laborales y docentes. Internet renueva el sector de la comunicación audiovisual”. *Telos*, 87, 84-90.

European Schoolnet; Digital Europe (2014): “Manifiesto de las competencias digitales” [en línea]. <[http://ametic.es/sites/default/files//manifiesto\\_competencias\\_digitales2014.pdf](http://ametic.es/sites/default/files//manifiesto_competencias_digitales2014.pdf)> [Consulta: 28 octubre 2017].

Fundación Audiovisual de Andalucía (2012): *Análisis diagnóstico de los perfiles profesionales emergentes vinculados a la innovación tecnológica. La mejora de la empleabilidad en la industria audiovisual de Andalucía*. Sevilla: Junta de Andalucía.

Fundación de Tecnologías de la Información [FTI]; Asociación de Empresas de Electrónica, Tecnologías de la Información, Telecomunicaciones y Contenidos Digitales [AMETIC] (2013): “Perfiles profesionales más demandados en el ámbito de los Contenidos Digitales en España 2012-2017” [en línea]. <[http://ametic.es/sites/default/files/pafet\\_vii\\_perfiles\\_profesionales\\_cd\\_fti-rooter\\_1.pdf](http://ametic.es/sites/default/files/pafet_vii_perfiles_profesionales_cd_fti-rooter_1.pdf)> [Consulta: 28 octubre 2017].

Gabinete de Estudios de CC.OO. Navarra (2010): *El sector audiovisual en Navarra. Una aproximación a sus condiciones laborales*. Pamplona: Observatorio Navarro de Empleo.

García Ureta, I.; Toral Madariaga, G.; Murelaga Ibarra, J. (2012): “Propuesta docente para la formación de comunicadores: desarrollo de competencias psicológicas y conexión con los retos profesionales”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, núm. 18, 413-423.

Gil Ruiz, F. J.; de Miguel Zamora, M. (2016): “Valores en los profesionales de la comunicación. El caso del filme *Nightcrawler*”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, 135-145.

Marfil-Carmona, R. (2014): “Capacidad crítica y relación dialógica en el aprendizaje de la comunicación audiovisual y digital”. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 5(1), 213-221.

McGowan, N. (2016): “Directores de fotografía en el mundo digital”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, 205-215.

Núñez, P.; García, A.; Abuín, N. (2013): “Profesionales digitales en publicidad y comunicación. Una aproximación a las necesidades del mercado laboral”. *Cuadernos de Información y Comunicación*, núm. 18, 177-187.

Peña Fernández, S.; Lazkano Arrillaga, I.; Pérez Dasilva, J. (2016): “Formación en emprendimiento en los estudios universitarios de comunicación”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, 251-261.

Pérez Martínez, J. (2011): “Comunicación digital. Nuevos yacimientos de empleo y formación”. *Telos*, núm. 87, 91-93.

Rose, N. (1998): *Inventing our selves: Psychology, power, and personhood*. Cambridge: Cambridge University Press.

Saló Benito, G. (2016): “Del productor ejecutivo a la figura del showrunner”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, pp. 285-296.

Sánchez Cobarro, P.; Peña Acuña, B.. (2016): “Requisitos para el profesional de la comunicación: Demanda de un perfil integral”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, pp. 297-307.

Suárez Rodríguez, F. J. (2016): “Los nuevos medios y usuarios en la era digital”, en Perlado Lamo de Espinosa, M; Cachán Alcolea, C. (coords.); Ramos Rodríguez, M. (ed.). *Competencias y perfiles profesionales en el ámbito de la comunicación*. Madrid: Dykinson, pp. 319-328.

Tucho, F.; Fernández-Planells, A.; Lozano, M.; Figueras-Maz, M. (2015). “Media Literacy, unfinished business in the training of journalists, advertisers and audiovisual communicators”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, 689-702.

Universia-Accenture (2007): “Las competencias profesionales en los titulados. Contraste y diálogo Universidad-Empresa” [en línea].  
<<http://www.unizar.es/ice/images/stories/calidad/EstudioCompleto.pdf>> [Consulta: 28 octubre 2017].

Vázquez Gestal, M.; Fernández Souto, A. B. (2012): “Las necesidades formativas de los nuevos comunicadores según los profesionales y su reflejo en los Grados de Comunicación”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18, 889-897.

Vinader Segura, R.; Abuín Vences, N.; García García, A. (2011): “Competencias digitales. El impacto de la web 2.0 en los perfiles profesionales audiovisuales”. *Telos*, 87, 73-83.

---

**Cómo citar este artículo / Referencia normalizada**

R Besalú-Casademont, J Schena, C Sanchez-Sanchez (2017): “Competencias más relevantes en los estudios de Comunicación Audiovisual. Las percepciones de profesionales, docentes y estudiantes”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 1.536 a 1.553.

<http://www.revistalatinacs.org/072paper/1233/83es.html>

DOI: [10.4185/RLCS-2017-1233](https://doi.org/10.4185/RLCS-2017-1233)

**- En el interior de un texto:**

... R Besalú-Casademont, J Schena, C Sánchez-Sánchez (2017: 1.536 a 1.553) ...

o

... V Piñeiro-Naval *et al*, 2017 (1.536 a 1.553) ...

Artículo recibido el 6 de septiembre de 2017. Aceptado el 27 de noviembre.

Publicado el 3 de diciembre de 2017