

Construcción de Identidad Digital profesional de estudiantes y docentes. “SocialOVTT”, una experiencia de innovación docente orientada a la empleabilidad.

R.M. Torres Valdés (1), A., Santa Soriano (2);

(1) Departamento de Comunicación y Psicología Social

Universidad de Alicante

(2) Servicio de Gestión de la Transferencia de Tecnología. SGITT-OTRI

Universidad de Alicante

RESUMEN (ABSTRACT)

Este trabajo presenta una experiencia piloto en el contexto de la enseñanza y aprendizaje universitarios, en el marco del área de conocimiento de las Relaciones Públicas y en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), específicamente en el uso eficiente y profesional de las redes sociales e Internet, desde una visión ética, inclusiva e integradora de miradas y perspectivas diferentes, de acuerdo con el protoparadigma del aprendizaje invisible (Cobos, 2011), y de fomento del diálogo de saberes, según el paradigma de la Cuarta Cultura (Lehrer, 2010). Los resultados iniciales de “SocialOVTT” muestran que el uso de las TIC como parte de la metodología didáctica, contribuye a una formación holística y práctica, que dota de competencias técnicas y personales tanto a profesores como alumnos desde la construcción colectiva de sus identidades digitales, motivando a los primeros hacia la excelencia académica y favoreciendo en los segundos la empleabilidad y la sensibilización para el emprendimiento social como forma de autoempleo. Además, estos resultados animan a pensar en la aplicación de esta experiencia a grupos mayores tales como redes interuniversitarias.

Palabras clave: Relaciones Públicas. TIC. Diálogo de saberes. Empleabilidad. Cuarta Cultura.

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Problema/cuestión.

Se describe un problema de estudio sobre la creación de identidad digital profesional a partir del uso eficiente y profesional de las redes sociales e internet en la relación enseñanza–aprendizaje universitarios, en el área de conocimiento de Publicidad y Relaciones Públicas, y en el marco de la asignatura de Teoría y Técnicas de Relaciones Públicas.

La estrategia metodológica seguida en esta experiencia piloto ha consistido en Investigación-Acción participativa, a fin de observar por ciclos de avance progresivo la interiorización de teorías, modelos y conceptos novedosos por parte de estudiantes inscritos en la asignatura y su retorno al docente como reciclaje a partir del diálogo de saberes en la relación enseñanza aprendizajes mutuos y la aplicación de los conocimientos compartidos a la creación de identidades profesionales digitales que faciliten el desarrollo de carrera profesional.

1.2. Revisión de la literatura.

La experiencia piloto que se aporta, está fundamentada en exhaustiva revisión documental que avala la importancia del tema. Entre otras, cabe citar la siguiente literatura: resumen ejecutivo de la OCDE sobre competencias clave (Rychen & Salganik, 2004); la propuesta sobre “generación net” y visiones para su educación (Dávila, 2006), la importancia de los “recursos educativos abiertos”, definido por la UNESCO como “el material basado en red que se ofrece de forma gratuita y abierta para ser reutilizado en la enseñanza, el aprendizaje y la investigación” (D’Antoni, 2007); el concepto de red de aprendizaje como una comunidad organizada y basada en la comunicación, con objetivo de construir conocimiento (Maldonado, 2008), y la Universidad digital como oportunidad para la captación de talento y devolución del conocimiento a la sociedad (Freire y Schuch, 2010). Cada vez cobran más fuerza nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior (Escofet, García & Gros, 2011), el aprendizaje invisible (Cobos & Moravec, 2011), el mapa de competencias digitales (Ala-Mutka, 2011), ambientes virtuales y formación empresarial (Reinos *et. al.*, 2010), nuevos paradigmas de aprendizaje y las nuevas tecnologías (Esteve & Gisbert, 2011), Diálogo de saberes (Robles, 2005) y Cuarta Cultura (Lehrer, 2010).

En efecto, el nuevo entorno en el que nos desenvolvemos está siendo creado por nosotros mismos gracias a la posibilidad que las TIC nos proporcionan para “ser en la red y crear y participar en comunidades de interés” (Ortega & Gacitúa, 2008). Además la gran inversión de tiempo por parte de los jóvenes en los nuevos espacios digitales, considerados “fundamentalmente como un espacio de ocio” (Aranda, Sánchez & Taberno, 2009:5), invita a los docentes a repensar e innovar la forma de enseñanza, a fin de incrementar la competencia digital propia y de los estudiantes, y así hacer frente a los “desafíos de la enseñanza superior, tanto desde el punto de vista técnico como pedagógico” (Gómez, Roses & Farias, 2012: 132).

De hecho, el reciente Informe “Universidad 2020: el papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico” (Fundación Telefónica, 2012), enfatiza la necesidad de evolucionar de modelos tradicionales de docencia hacia modelos más flexibles, abiertos y participativos, como los Entornos Personales de Aprendizaje (PLE, por sus siglas en inglés correspondientes a *Personal Learning Environment*), ya bien posicionados como tendencia de recurso educativo para facilitar la adquisición de competencias digitales de todos los actores partícipes de la educación y mejorando los procesos de enseñanza-aprendizaje (Gil, 2012), desde una perspectiva centrada en el estímulo de la educación activa y participativa del estudiante (Esteve & Gisbert, 2011). En esta misma línea, (Amine, 2009) y (Reig, 2010) coinciden en definir los PLE como “una colección autodefinida de servicios, herramientas y dispositivos, que ayudan los estudiantes y los docentes a construir Redes Personales de Conocimiento (PKN), poniendo en común nodos de conocimiento tácito (por ejemplo personas) y nodos de conocimiento explícito (por ejemplo información)” (Cabero, Marín & Infante. 2011:3).

El uso de las tecnologías en los procesos de innovación docente, además de tener un fin de mejora en la didáctica, está relacionada con la formación competencial profesionalizante, de ahí la relación de PLE, con identidad digital y empleabilidad. Si la definición clásica de identidad de acuerdo con la RAE es el “Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás”, la definición de Identidad digital mantiene la esencia del significado pero en el ámbito de los espacios digitales, pero definiéndose como “habilidad de gestionar con éxito la propia visibilidad, reputación y privacidad en la red como un componente inseparable y fundamental del conjunto de habilidades informacionales y digitales, las cuales se han convertido en fundamentales para vivir en la sociedad informacional.” (Giones & Serrat, 2010).

En relación con la empleabilidad, de acuerdo el manual “Kit de herramientas para la empleabilidad”, del “Programa competencias clave para todos”, la identidad digital se puede definir como “el conjunto de rasgos que caracterizan a un individuo o colectivo en un medio de transmisión digital. La identidad digital no existe a priori, debemos crearla y vincularla unívocamente al individuo o al colectivo y esto lo haremos mediante las herramientas web 2.0 que tenemos al alcance”.

Para Barcelona Treballⁱ, “disponer de una identidad digital que nos defina y nos dé visibilidad como profesionales en la red es cada día más importante, sobre todo para quien se encuentra en proceso de búsqueda activa de trabajo”, en esta cápsula de conocimiento expone claramente que para construir esa identidad digital ha de operarse a dos niveles:

- “Creando contenidos y fomentando la comunicación en la red, a través de los cuales definimos una identidad digital profesional concreta.”
- “Haciendo un seguimiento de las informaciones que aparezcan vinculadas a nuestra identidad digital.”

Precisamente en estos dos niveles se ha operado en el transcurso del desarrollo de “SocialOVTT”.

1.3. Propósito.

El propósito formal de trabajo es desarrollar una experiencia piloto de innovación docente profesionalizante en la asignatura Teoría y Técnicas de Relaciones Públicas, impartida en la Universidad de Alicante, con el fin de contribuir por una parte a la interiorización de conocimientos y por otra a la mejora de la empleabilidad de los futuros egresados, todo ello a partir de la construcción de identidad digital profesional, respondiendo a las demandas actuales del mercado laboral.

La hipótesis de trabajo se define como sigue: “la capacidad de manejo de redes sociales podría tener influencia relevante en la motivación de alumnos, alumnas y docentes para la enseñanza-aprendizaje colaborativo, así como en la interiorización y aplicación práctica de teorías, modelos y conceptos novedosos, incidiendo todo ello en la mejora de las posibilidades de empleo y autoempleo en su área de conocimiento, en nuestro caso Publicidad y Relaciones Públicas”.

Las variables tenidas en cuenta son: grado de conocimiento sobre Internet y redes sociales, frecuencia de uso de Internet y redes sociales, tipo de uso de Internet y redes sociales, capacidad de visión multidisciplinar y preocupación por la inserción laboral.

A fin de alcanzar el propósito formal del trabajo, “SocialOVTT” atiende a los siguientes objetivos didácticos vinculados a competencias:

- Facilitar al alumnado la comprensión e interiorización de conceptos clave, combinando clases presenciales con el uso avanzado de las redes sociales.
- Aplicar dichos conocimientos para lograr los objetivos informativo-comunicativos de la organización cliente (OVTT).
- Estimular la curiosidad, espíritu investigador, pensamiento crítico, visión multidisciplinar y trabajo en equipo.
- Explorar nuevos yacimientos de empleo y autoempleo y de emprendimiento social en los que aplicar los conocimientos adquiridos en la asignatura y la carrera y, con ello, construir la adecuada identidad digital profesional.

2. METODOLOGÍA

Esta experiencia formativa conlleva una estrategia metodológica de Investigación-Acción participativa. En este sentido, se animó a los equipos de trabajo formados por estudiantes, a tratar diversas áreas temáticas susceptibles de convertirse en proyectos de desarrollo de carrera profesional así como de emprendimiento social (Fuente de autoempleo). Las áreas temáticas multidisciplinarias a las que aplicar las teorías y técnicas de RRPP, fueron: salud, medio ambiente, Responsabilidad Social, Transferencia de tecnología, Innovación Abierta, Empresas de Base Tecnológica, Tecnología Social, Diversidad Cultural, etc. y tras los aprendizajes especializados y la visión multidisciplinar adquirida sobre la asignatura, estudiantes y docentes debían construir una identidad digital de profesional competente.

2.1. Descripción del contexto y de los participantes.

“SocialOVTT” propone a los estudiantes el reto de diseñar en equipo un plan de Relaciones Públicas real para socializar la actividad de un cliente verídico, el Observatorio Virtual de Transferencia de Tecnología (OVTT) de la Universidad de Alicante, y les lanza a descubrir un ámbito de conocimiento científico y futuro desarrollo profesional nuevo para ellos: Cuarta Cultura y Relaciones Públicas para la divulgación científica de proximidad, explorando nuevas formas de *aprender-haciendo* (Carballo, 2006) el trabajo profesional de comunicar en el entorno digital.

La población objeto de estudio ha estado conformada por los 88 alumnos y alumnas de la asignatura de cuarto curso Teoría y Técnicas de las Relaciones Públicas, de la

Licenciatura de Publicidad y Relaciones Públicas de la Universidad de Alicante, organizados en 21 grupos. Por tanto, hablamos de un muestreo intencional no probabilístico, para esta experiencia que en sí misma constituye una prueba piloto.

2.2. Materiales

- Equipos informáticos: aulas informáticas y ordenadores portátiles personales de los participantes que disponían de éste.
- Material didáctico procedente de diversas fuentes: manual de apuntes de la asignatura, plataforma virtual del OVTT, lecturas recomendadas, bibliografía y recursos digitales de apoyo, así como presentaciones de *power point*.

2.3. Instrumentos

Los instrumentos de recogida de información utilizados para la investigación han sido:

- Cuestionario *ad hoc* realizado a todos los participantes, antes y después de “SocialOVTT”, en relación con las variables de estudio anteriormente definidas: grado de conocimiento sobre Internet y redes sociales, frecuencia de uso de Internet y redes sociales, tipo de uso de Internet y redes sociales, capacidad de visión multidisciplinar y preocupación por la inserción laboral.
- Google Drive: herramienta *on-line* de trabajo en equipo utilizada por cada grupo para la elaboración de su participación en el blog, supervisada por la profesora de la asignatura y por la profesora experta invitada para las tutorías profesionalizantes. Blog y redes sociales de “SocialOVTT”: *Blogger, Twitter, Facebook, YouTube, Flickr* y *Delicious*.
- Portafolio final elaborado por los equipos de trabajo.

2.4. Procedimientos

El procedimiento de trabajo se resume como sigue:

1. Evaluación de la situación de partida.
2. *Briefing* del OVTT.
3. Diseño autónomo del PLE y posterior debate para consenso sobre la selección de redes sociales a utilizar en el proyecto.
4. Evaluación continua de actividades prácticas sobre diseño de identidad digital profesional; construcción colectiva del Blog de “SocialOVTT”

(<http://SocialOVTT.blogspot.com>), eje articulador de toda la actividad docente; diagrama de flujo de los procesos; elaboración de contenidos digitales como entradas en el blog y menciones en las redes sociales; entrevistas a profesionales; y portafolio final. Todos los contenidos fueron elaborados con licencia abierta CC BY NC ND 3.0.

5. Tutorías presenciales y *on-line*.
6. Evaluación final, posterior a la evaluación formal de la asignatura, a fin de facilitar la libre expresión sobre la experiencia sin condicionamientos por la calificación final.
7. Para el proceso de datos de los cuestionarios se trabajó con Google Drive-formulario y Excel.

3. RESULTADOS

Los resultados de la experiencia piloto “SocialOVTT” obtenidos a partir del análisis del trabajo de 88 participantes distribuidos en 21 equipos han sido los siguientes:

1. **Participación:** se ha logrado una participación del 73,3% de estudiantes, siendo ésta voluntaria, ya que existían otras posibilidades de resolver la asignatura con la misma carga de trabajo que “SocialOVTT”.
2. **Blog de “SocialOVTT”:** se han registrado 122 entradas que abordan las temáticas con enfoque multidisciplinar y unas 26.000 visitas recibidas desde distintas localizaciones geográficas, tanto nacionales como internacionales, en un período de seis meses.
3. **Temáticas** (visión multidisciplinar): expresadas a través de las etiquetas en el blog con las que los grupos de trabajo han categorizado sus contenidos publicados.

	Trabajo: 27% Investigación: 24% Compras: 24% Empleo: 25% Otros: 4%	Trabajo: 40% Investigación: 45% Compras: 28% Empleo: 32% Otros: 0%
Preocupación por inserción laboral.	Si: 87% No: 13%	Si: 98% No: 2%

Fuente: Elaboración propia.

3.1. Discusión sobre los hallazgos

En relación con la participación voluntaria en “SocialOVTT”, pudimos observar, que los estudiantes aceptaban probar otra metodología docente que, si bien sustituía la prueba de examen, exigía mucho tiempo de dedicación, y estar sometidos a una evaluación continua. Se pudo comprobar la participación de alumnos y alumnas mediante el seguimiento de sus aportaciones a los contenidos digitales y su propia presentación como profesionales en los perfiles de redes sociales.

Por cuanto respecta al blog de “SocialOVTT”, puede apreciarse, como en un corto período de seis meses presentó un gran dinamismo, con visitas incluso internacionales dado el alcance iberoamericano del OVTT, así como el interés suscitado por el enfoque multidisciplinar del blog, gestionado por estudiantes mostrándose como personas cualificadas, de acuerdo con las definiciones de identidad digital citadas en la revisión de la literatura, y expresadas a los alumnos durante las clases en la fase inicial del proceso. En este sentido, coincidimos con (Gómez, Roses & Farias, 2011), en que los docentes pueden aprovechar la predisposición de los estudiantes a usar las redes sociales para incorporarlas a la enseñanza, y con (Giones & Serrat, 2010) en que estar “en el ciberespacio supone la representación de uno mismo, a través de una identidad digital que se construye mediante la actividad propia y la de los demás en Internet”, de hecho ésta ha sido la base del trabajo que se presenta.

En relación con la visión multidisciplinar, pudimos comprobar a través de las etiquetas en el blog creadas por los propios alumnos y alumnas que se tomaba de la importancia de la amplitud de miras y de enfoques a la hora de plantearse el desarrollo de carrera profesional, saliendo al encuentro de nuevas oportunidades de aplicación de conocimientos. Los alumnos identificaron oportunidades de inserción laboral en temáticas relacionadas con Web 2.0 (27 entradas), aplicación a gestión de empresas (25

entradas), Transferencia de tecnología (20 entradas), Innovación abierta: (18 entradas), Relaciones Públicas 2.0 (12 entradas), Responsabilidad social: (12 entradas), Trabajo en red: (12 entradas), Internet (11 entradas), generación de vínculos (8 entradas), Emprendimiento social (8 entradas), Participación relacionada con procesos de dinamización y participación ciudadana, (8 entradas), Vigilancia tecnológica (7 entradas). Creemos con (Tiscar, 2011) que es importante orientar para “aprender en la incertidumbre”, dado el momento socioeconómico que vivimos, y ayudar a futuros egresados y egresadas a buscar nuevos yacimientos para la aplicación de conocimientos adquiridos en la carrera.

Finalmente, en relación con los cuestionarios antes y después de “SocialOVTT”, los resultados muestran que se ha optimizado el tiempo destinado a Internet, produciéndose una variación interesante en el tema que nos ocupa; así encontramos que se produce un incremento del 27% al 40% en relación con el tiempo dedicado al uso profesional de los espacios digitales, un incremento del 24% al 45% de inversión de tiempo en investigación, y un incremento del 25 al 32% en tiempo destinado a la información sobre posibilidades laborales.

Autores como (Olmedo Estrada, 2011), señalan la importancia de la alfabetización científica (que nosotros llamamos comunicación científica de proximidad), en relación con una ciudadanía del S.XXI, informada y participativa. Olmedo señala en su análisis cinco conceptos fundamentales: “comunicación, cognición, responsabilidad social, contextualización, y participación ciudadana en la implantación de políticas públicas relacionadas con incorporaciones tecno-científicas en el devenir cotidiano”; toda una oportunidad para las Relaciones Públicas en el ámbito científico tecnológico que se ha abordado desde la experiencia “SocialOVTT”.

4. CONCLUSIONES

Los hallazgos de la investigación acción llevada a cabo nos lleva a las siguientes conclusiones en relación con la hipótesis de partida:

1. La observación y análisis de los ciclos de progreso, muestran que un enfoque multidisciplinar, influye en la apertura de miras, en cuanto a la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos durante la carrera en ámbitos profesionales, más allá de los tradicionales.
2. Los resultados indican que la inmensa mayoría de los participantes consideran que la experiencia “SocialOVTT” ha contribuido a optimizar el tiempo invertido

en espacios digitales, así como a mejorar sus técnicas de estudio, comprender conceptos fundamentales de la asignatura y otras disciplinas, a mejorar la capacidad de investigación, planificación, implementación y evaluación, a trabajar en equipo, compartir en red y crear nuevas posibilidades de empleo y autoempleo.

3. El análisis de registros del “Cuaderno Digital”, confirma la hipótesis inicial enunciada sobre la eficacia del uso de las herramientas digitales para la motivación hacia el aprendizaje autónomo, multidisciplinar, y la pérdida de miedo a compartir en la red.
4. Podemos constatar, que una actividad práctica, multidisciplinar y de entrenamiento para el uso avanzado de las redes sociales en ámbito profesional, ha servido de plataforma de lanzamiento de perfiles profesionales del ámbito de la comunicación, posibilitando con ello la visibilidad de estudiantes ante futuros empleadores.
5. Mediante el estudio comparativo de las respuestas a los cuestionarios así como el análisis de comentarios abiertos por parte de los alumnos, podemos concluir que la iniciativa ha sido bien valorada, y los participantes perciben nuevas posibilidades de aplicación de sus conocimientos en nichos de empleo diversos.
6. “SocialOVTT” se revela como un instrumento de motivación para el reciclaje de docentes y técnicos de I+D en materia de TIC, de modo que la actividad viene a ratificar la hipótesis de partida enunciada.

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALA-MUTKA, K. (2011). *Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding*. Technical Note: JRC 67075 – Joint Research Centre – Institute for Prospective Technological Studies.
- AMINE, M. "PLE–PKN [Web log post]." 2009. Recuperado el 04/05/2013.
- BARCELONA TRABELL [Web log post] (2012). Herramientas 2.0 para la búsqueda de trabajo y el desarrollo profesional. Barcelona Activa. Recuperado el 03/06/2013.
- CARBALLO, R. (2006). Aprender haciendo. Guía para profesores. Aproximación a los espacios de Aprendizaje basados en la acción, la experiencia y el grupo de trabajo y aplicaciones prácticas. *II Encuentro sobre experiencias grupales innovadoras en la docencia universitaria. Universidad Complutense de Madrid.*

- COBOS, C. & MORAVEC, J.W. (2001). *El aprendizaje invisible*. Barcelona (España): Laboratori de Mitjans Interactius (UB).
- D'ANTONI, S. (2007). Recursos educativos abiertos y contenidos para la educación superior abiertos. *Revista De Universidad y Sociedad Del Conocimiento, RUSC*, 4(1)
- DÁVILA, S. (2006). Generación net: Visiones para su educación. *Orbis: Revista De Ciencias Humanas*, 1(3), 24-48.
- ESCOFET ROIG, A., GARCÍA GONZÁLEZ, I. & GROS SALVAT, B. (2011). Las nuevas culturas de aprendizaje y su incidencia en la educación superior. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 16(51) 1177-1195.
- ESTEVE MON, F.M. & GISBERT CERVERA, M. (2011). El nuevo paradigma de aprendizaje y las nuevas tecnologías. *Revista de Docencia Universitaria (REDU)*, 9: 55-73.
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2012). *Universidad 2020: El papel de las TIC en el nuevo entorno socioeconómico*. Recuperado el 10 de mayo de 2012 de http://www.fundacion.telefonica.com/es/que_hacemos/conocimiento/publicaciones/detalle/153
- FREIRE, J. & SHUCH BRUNET, K. (2010). Políticas y prácticas para la construcción de una Universidad Digital. *La Cuestión Universitaria*, 6: 85-94.
- GIL, M. (2012). *Desarrollo de Entornos Personales de Aprendizaje (PLE) para la mejora de la competencia digital. Estudio de caso en una escuela media italiana*. Universidad de Burgos.
- GIONES, A. & SERRAT, M. (2010). La gestión de la identidad digital: una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 24.
- GUIONES-VALLS, A., & SERRAT-BRUSTENGA, M. (2010). La gestión de la identidad digital: Una nueva habilidad informacional y digital. *BiD: Textos Universitaris De Biblioteconomia i Documentació*, 24
- GÓMEZ ANGUILAR, M., ROSES CAMPOS, S., & FARIAS BATLLE, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar: Revista Científica Iberoamericana De Comunicación y Educación*, (38), 131-138.
- LARA, T. (2011). Aprender en la incertidumbre: Nuevos valores y métodos para formar a los profesionales. *Economía Industrial*, (381), 27-34.

- LEHRER, J. (2010). *Proust y la neurociencia. Una visión única de ocho artistas fundamentales de la modernidad*. Madrid: Editorial Paidós, 230.
- MALDONADO GRANADOS, L.F. & SERRANO IGLESIAS, E. (2008). Construcción de una red de aprendizaje. *Nómadas (Col)*. 28: 221-222.
- OLMEDO ESTRADA, J. C. (2011). Educación y divulgación de la ciencia: Tendiendo puentes hacia la alfabetización científica. *Revista Eureka Sobre Enseñanza y Divulgación De Las Ciencias*, 8(2), 137-148.
- ORTEGA SANTAMARÍA, S., & GACITÚA ARANEDA, J. C. (2008). Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. la construcción de identidades. *Revista De Universidad y Sociedad Del Conocimiento, RUSC*, 5(2), 5.
- REIG HERNÁNDEZ, D. (2010). El futuro de la educación superior, algunas claves. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació (REIRE)*, 3: 98-115.
- REINOSO LASTRA, J.F., & MARTÍNEZ CÁRDENAS, E.E. (2010). Ambientes virtuales y formación empresarial. *Pensamiento y gestión*, 28, enero-junio.
- ROBLES CASTRILLO, R. (2005). *Diálogos entre saberes científicos y artísticos*. Colombia: Impresora Feriva S.A. 7
- RYCHEN, D. & SALGANIK, L. (Eds.) (2004) Definir y seleccionar las competencias fundamentales para la vida. México: Fondo de Cultura Económica. (Trad. de Defining and selecting key competencies, Trabajo original publicado en 2001).
- THE LIFELONG LEARNING PROGRAMME. [Web log post] (2012). KC4ALL Project (Key Competences for all). Spanish Toolkit. Recuperado el 03/06/2013.

Notas

ⁱ Barcelona Activa.