

Área 2: El servicio de comunicación en las universidades: funciones, fuentes, tipología de noticias y de productos informativos. La comunicación interna y su influencia en la integración y el fortalecimiento de la identidad universitaria.

Título: **La divulgación del Espacio Europeo de Educación Superior a través del Gabinete de Comunicación de la UNED.**

Autoras: Josefina Martínez. Sol Polo. Gabinete de Comunicación. Universidad Nacional de Educación a Distancia. España.

Correo e.: comunicación@adm.uned.es / solpolo@pas.uned.es

Palabras clave: Comunicación interna, Comunicación institucional, Herramienta de comunicación, TIC.

Resumen:

El Espacio Europeo de Educación Superior es un paso de gigante para la Enseñanza Superior en el que se encuentran sumergidas todas las universidades del entorno comunitario europeo.

El Gabinete de Comunicación de la UNED, ha llevado a cabo una campaña divulgativa para dar a conocer este proceso, difundir las labores que se efectúan en nuestra universidad y sensibilizar a profesores, PAS y estudiantes de la relevancia del nuevo sistema universitario.

El trabajo que presentamos se realizó de septiembre de 2003 a mayo de 2004, y la campaña fue difundida por la red a través de la web:

<http://apliweb.uned.es/comunicacion/espacio/plantilla.asp>

La *entrevista* fue el formato elegido para dar una información rápida, sencilla y ágil donde se trataron las propuestas fundamentales presentes en la Declaración de Bolonia: la armonización de las titulaciones en Europa, la adecuación de los estudios superiores a la realidad del mercado laboral y la necesidad de incrementar la movilidad de profesores y alumnos. Con el fin de personalizar y atraer a los interesados en las distintas áreas de conocimiento, a estos grandes temas se unieron cuestiones más específicas de cada una de las disciplinas.

Los protagonistas fueron los profesores de nuestra universidad implicados en la adecuación de sus titulaciones quienes, a lo largo de 12 entrevistas, pusieron voz a los esfuerzos, dificultades y retos que comporta este proceso.

Simultáneamente, en la web se ofrecían otras secciones para acceder a toda la información oficial, y a las noticias más significativas recogidas en los medios de comunicación.

La campaña ha tenido una gran acogida puesto que, si al término de la misma –en mayo de 2004- la página tenía **22.312** visitas, actualmente se sigue consultado

a pesar de estar archivada dentro de la web general y computa 34.041 entradas (enero de 2005).

Abstract:

**The report of The European higher education area.
Communication Dept. of UNED**

The European higher education area is a very important initiative in Higher Education. All universities in the European Union are involved.

The Communication Dept. of UNED has carried out a campaign to bring this process to the general public, including the work done in this university, and to increase the awareness of teachers, administraton personnel and students about the relevance of this new higher educational system.

This work has been carried out from september 2003 to may 2004, and the campaign was presented in the WWW (<http://apliweb.uned.es/comunicacion/espacio/plantilla.asp>)

In order to organise the information in a quick and easy way, it was presented in the form of interviews. Topics included those related with the fundamental proposals of the Bologna Declaration: the stablishment of a common structure for degrees across Europe, the adecuation of these degrees to the labour market, and the promotion of mobility of students and teachers. Appart form these main subjects, more precise information was included so as to attract those individuals interested in different knowledge areas.

The leadind persons were the teachers of our University involved in the adaptation of their degrees, who through 12 interviews stood for the efforts, difficulties and challenges that this process carries with.

Simultaneously, the web offered other sections where to have access to all the oficial information and to the most significant news gathered by media.

The campaign has been very welcomed, as if by the end of it -in may 2004- the web page had 22.312 visits, nowadays is still being checked though it is already filed in the general web, and registers 34.041 visits (january 2005).

La divulgación del Espacio Europeo de Educación Superior en la UNED

Josefina Martínez
Sol Polo

Gabinete de Comunicación. UNED. España.



Introducción

Dentro de las funciones que asumen los gabinetes de comunicación, se encuentra el ser un canal de comunicación y fuente de información que presta un servicio a su comunidad. Cuando una institución se encuentra inmersa en un cambio tan significativo como el que a continuación vamos a exponer, el Gabinete de Comunicación debe facilitar a todos los miembros de la organización el máximo de conocimientos puesto que el proceso va a influir de manera significativa en su ordenamiento en el futuro.

Con esta premisa, el Gabinete de Comunicación de la UNED asumió el compromiso de informar a toda la comunidad universitaria sobre el proceso y consecución del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

El Espacio Europeo de Educación Superior

La educación superior que ofrecerá la Unión Europea en el año 2010, será muy distinta a la que hoy conocemos. Españoles, franceses, alemanes.... obtendrán los mismos títulos y utilizarán el mismo sistema de calificaciones. Será el adiós a las complicadas convalidaciones que tantos problemas suscitan, incluso entre universidades situadas a unos pocos kilómetros de distancia. *El Espacio Europeo de Educación Superior* es un paso de gigante en la evolución social y una propuesta extraordinariamente competitiva para alumnos de todo el mundo. Pero también es una oportunidad para modificar estructuras caducas y la ocasión de disminuir la distancia entre el sistema educativo y el mercado laboral.

En España tenemos por delante un enorme trabajo que realizar y en esta tarea están inmersas la gran mayoría de las universidades españolas. Desde la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación) se han ido realizando convocatorias para el diseño de las nuevas titulaciones. La respuesta de las universidades ha sido

mayoritaria: organizadas en grupos de trabajo para cada titulación, han llevado a cabo investigaciones sobre la inserción laboral de los titulados, las competencias y habilidades profesionales que se le demandan e incluso del nivel de satisfacción de los alumnos. Y han puesto sobre la mesa los planes de estudio en vigor comparándolos con los existentes en otras universidades europeas.

Tras el examen de todos estos datos y atendiendo a las particularidades y necesidades propias de cada disciplina, se han elaborado las propuestas de los *Libros Blancos* de cada titulación, que deberán obtener el respaldo final del Ministerio de Educación y que constituyen la base del futuro EEES.¹

La armonización europea comporta un cambio significativo del sistema académico español: con la incorporación de los nuevos créditos europeos se modificará la duración de las carreras, y la implantación de los títulos de grado y de postgrado variarán la estructura de los planes de estudio. Todo ello enmarcado en un sistema de continua evaluación de la calidad del mundo universitario.

Se podrían resumir algunos de los cambios más relevantes que conlleva en los siguientes cuatro puntos:

- **El tiempo de estudio**

Los créditos actuales desaparecerán dando lugar a los llamados **ECTS (créditos europeos)** que valoran, no sólo los conocimientos del alumno, sino el tiempo que emplea en adquirirlos. Así, para obtener un crédito europeo se estima que es necesario trabajar entre 25 y 30 horas.

Para salvar un curso, que equivale a 60 ECTS, el estudiante deberá trabajar 40 horas a la semana a lo largo de 40 semanas. En la valoración de las horas se incluye tanto el tiempo de estudio como las prácticas o cualesquiera otras tareas que necesite realizar. Esto supone una revisión de cada una de las asignaturas para acomodar los temarios a los tiempos de estudio.

- **La duración de las carreras**

En España la duración de los estudios universitarios es de cuatro, cinco o seis años. En el EEES los **títulos de grado se pueden obtener con 180 ó 240 ECTS**. Es decir, las universidades están obligadas a replantear todos sus planes de estudio para adecuarlos a una duración, generalmente más corta, de tres o cuatro años.

- **Título de grado y de postgrado**

Desparece la figura del diplomado y el licenciado que pasará a obtener un título de grado. Los master y doctorados se transformarán en ciclos de postgrado. (En el momento de realizar la campaña se trabajaba con anteproyectos puesto que no estaban aprobados los Reales Decretos).

- **Movilidad**

Cada alumno dispondrá de una documentación a través del Suplemento Europeo al Título que permitirá saber perfectamente el nivel de conocimientos y habilidades que ha adquirido. En él estará especificado, desde el número de horas que le ha costado superar el curso, hasta el nivel que ha conseguido o su nota

numérica. Con este documento se facilita la movilidad de los alumnos que tendrán reconocidos sus estudios en el ámbito europeo universitario.²

Desde el primer proyecto piloto de la Comunidad de Madrid en el 2002, la UNED ha participado en la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior en todas las titulaciones propuestas por las ANECA: ya están finalizados cinco *Libros Blancos* y actualmente se trabaja en la elaboración del diseño del título grado en las áreas de Psicología, Filosofía, Filología, Educación, Derecho, Económicas y Empresariales y en Ciencias Ambientales (la única titulación que resta del área de ciencias).

La realización de la Campaña informativa del EEES

En esta ponencia se presenta una Campaña informativa realizada por el Gabinete de Comunicación de la UNED (utilizando Internet como herramienta), cuyo objeto ha sido difundir los trabajos que se estaban llevando a cabo en nuestra universidad en torno al EEES: motivar y sensibilizar sobre la trascendencia de la armonización europea, y del importante paso que supone este cambio tanto en la estructura académica como curricular.

¿Qué contar?

De este modo, en septiembre de 2003, se comenzó a diseñar una campaña informativa sobre el Espacio Europeo. Se recabó toda la información disponible sobre el EEES y las sucesivas declaraciones y encuentros habidos en el ámbito europeo y nacional. Una vez estudiada la documentación y con el asesoramiento de la Coordinadora del EEES (coordinación encuadrada orgánicamente en el Vicerrectorado de Ordenación Académica) se inició un análisis del desarrollo de las labores de armonización en la UNED y las convocatorias de la ANECA a las que se había acudido. Con dicha información se llevó a cabo un primer contacto con aquellos docentes que trabajaban en cada una de las titulaciones.

Paralelamente se investigó en Internet, fundamentalmente en las páginas del Ministerio de Educación y de diversas universidades, qué clase de información se ofrecía al respecto. Y encontramos una fría documentación que enumeraba las normativas y disposiciones.³

Con toda la documentación recabada, se comenzó a definir la estrategia para la elaboración de la campaña: se disponía de suficiente información y se podía afrontar el tema con un amplio conocimiento.

Se trataba, en principio, de una campaña de comunicación interna, por tanto se tuvieron presentes los tres pilares que sustentan este tipo de transmisión de la información: que favoreciera la comunicación entre los miembros de la comunidad, que aumentara el sentido de pertenencia y que potenciara el prestigio de la institución. Todo ello junto al objetivo principal de difundir en nuestra comunidad universitaria los trabajos de la UNED en el marco del EEES.

La web del Gabinete de Comunicación de la UNED dispone en su Intranet de una sección específica para la comunicación interna <http://apliweb.uned.es/comunicacion/solouned/plantilla1b.asp?cont=comunicados> que incluye los diferentes comunicados lanzados desde el Rectorado, el Consejo Social y la Gerencia. Pero, al tratarse de un tema de tanta envergadura, en el que se encuentra implicada toda la comunidad universitaria, se decidió otorgarle un tratamiento singular, un espacio propio, con una imagen y difusión específica. Al afectar no sólo al personal docente y al PAS, sino también a los Centros Asociados y a todo el alumnado, era imprescindible hacerla llegar a toda nuestra comunidad. Evidentemente, las nuevas tecnologías facilitan la mayor difusión e Internet es la mejor herramienta para llegar a todos los implicados⁴. Así pues, se resolvió realizar una web exclusiva desde la que se pudiese enviar un *newsletter* (boletines informativos electrónicos) de forma periódica.

¿Cómo informar?

Una vez acordado el sistema, se definió la página en función del contenido. La primera decisión y, la más importante, era determinar el formato del texto, ya que la información se puede transmitir de muchas maneras, pero no todas tienen la misma recepción.

Se intentó encontrar un procedimiento ameno y directo de exponer el tema. La saturación de los correos electrónicos hace que los usuarios desechen las informaciones enviadas y, en este caso, era muy importante captar la atención de los destinatarios. Era preciso utilizar un género periodístico que permitiera incorporar diversas consideraciones más allá de la prolija documentación. Definitivamente se tomó la **entrevista** como el formato principal de la página. Serían los actores de los trabajos quienes, con su propia voz, relatarían a la comunidad universitaria cómo se estaba desarrollando la armonización en cada una de sus titulaciones, los problemas que encontraban e incluso su opinión sobre el proceso. En pocas palabras, se personalizaba la información al tratarse de forma individual cada una de las áreas a través de sus protagonistas.

Como es evidente, para realizar una entrevista es necesario formular un cuestionario y para redactarlo era imprescindible obtener datos concretos sobre cada una de las áreas educativas afectadas, informaciones que muchas veces tuvieron que ser solicitadas previamente a los profesores o buscar en la actualidad de los medios, informaciones, al fin, que pudieran enriquecer el contenido de las preguntas.

El tamaño de las entrevistas debía ser asequible al lector: era importante mantener la curiosidad del público y no desanimarle para conservar su interés durante toda la campaña. Esta decisión supuso posteriormente un trabajo añadido, puesto que casi siempre las respuestas eran mucho más extensas de lo que se pretendía y en el momento de realizarlas, a menudo surgían preguntas nuevas que alargaban los textos. El trabajo de resumir y redactar cada una de las entrevistas resultó bastante más complejo de lo previsto, sobre todo, por el deseo de no desvirtuar las palabras de los propios entrevistados. Frente al texto definitivo, los profesores implicados se mostraron satisfechos con la redacción final. Hubiera sido una mala gestión de comunicación si el emisor de la información se sintiera disconforme con el resultado.

El espíritu de la declaración de Bolonia hace hincapié en tres grandes objetivos:

- La importancia de la armonización de las titulaciones en Europa.

- La adecuación de los estudios superiores a la realidad del mercado de trabajo.
- La necesidad de incrementar la movilidad de profesores y alumnos.

Estos asuntos parecían, por tanto, una cita obligada para sacar a colación en el transcurso de la entrevista, preguntando abiertamente por la situación laboral de los licenciados o por la aceptación social de las titulaciones. Por otro lado, los interlocutores también debían enunciar los problemas más concretos y directamente relacionados con su titulación, como la dificultad de armonizar determinada carrera, o el trato a las humanidades en la educación secundaria, e incluso, sobre otros interrogantes que aparecían a medida que nos adentrábamos en el tema. Sirvan de ejemplo cuestiones tan significativas como si la movilidad es sólo para quienes disponen de recursos económicos, cómo se puede medir temporalmente algo tan abstracto como el razonamiento matemático o si a través de la evaluación de los ECTS no se estaba evaluando al profesor...

Al mismo tiempo, en cada entrevista era preciso incluir algunas preguntas comunes para poder obtener conclusiones. Tal vez, lo más significativo era conocer la opinión que les merecía este nuevo espacio europeo; qué se consideraba lo más positivo del cambio y en qué lo modificarían. Como resumen se puede ultimar que los docentes estimaban que la falta de un marco normativo⁵ constituía el principal escollo, y resaltaban como más positivo, a partes iguales, la posibilidad de mejorar las titulaciones y la armonización o dimensión europea de los estudios superiores.

El formato se presentaba acorde con las expectativas. Por si sucediera que sólo una entrevista resultara insuficiente o poco académico el contenido de la información que se debía transmitir, se creó un espacio para que los profesores pudieran incorporar textos más específicos, más extensos o explicativos sobre aquello que considerasen necesario.

Las voces de los protagonistas

Para que la campaña tuviese un orden lógico y las voces se oyeran con un cierto método, se decidió que abriese el proceso, la entrevista del Vicerrector de Ordenación Académica a quien corresponden los trabajos de armonización. Con sus declaraciones se puede adquirir una visión general y política del EEES. Después, la opinión de la Coordinadora para el EEES que se centra en cuestiones técnicas. A continuación irían apareciendo los responsables de las distintas titulaciones y, por último, la campaña terminaría con la Vicerrectora de Relaciones Internacionales, que podría cerrarla enfrentando uno de los asuntos cruciales para el alumnado: la movilidad.

Asimismo, se decidió facilitar toda la información disponible y **enriquecer el contenido de la página**. La primera medida fue crear un apartado donde se pudieran volcar las noticias más relevantes que sobre el EEES iban apareciendo en los medios de comunicación, sobre todo en los medios escritos <http://apliweb.uned.es/comunicacion/espacio/articulos.asp>. Semanalmente se seleccionaban las noticias que, poco a poco, se incorporaron a las actualizaciones de la Web. Y, por supuesto, Internet tuvo su propio espacio. Se diseñó una sección con distintos enlaces desde donde se pudiera entrar en las páginas más significativas referidas al tema <http://apliweb.uned.es/comunicacion/espacio/enlaces.asp>.

A pesar de ser considerada como una campaña de comunicación interna, al ver que podría ser de utilidad para el resto de los estudiantes de cualquier universidad, docentes o periodistas interesados en el tema, se decidió sacar la página fuera de la Intranet, de este

modo también podría tener una mayor difusión. Para ello, se facilitó un acceso abierto desde la web del propio Gabinete.

El formato utilizado

Ya estaba determinado el contenido, ahora **había que diseñar el continente**. La necesidad de ser autosuficientes llevó al Gabinete a solicitar al Centro de Servicios Informáticos de la Universidad que desarrollara un Gestor de Contenidos, mediante el cual los miembros del Gabinete pudieran incorporar y modificar la página sin necesidad de recurrir a un técnico.



El Centro de Servicios Informáticos asignó un responsable con quien se trabajó codo con codo para el diseño de la página. Se buscó un logotipo específico, eficaz y muy ilustrativo: una mano extendida que sujeta una circunferencia cuyo núcleo lo constituye el escudo de la UNED, rodeado por las estrellas de la Unión Europea.

En cuanto al color, se tomó el naranja porque es cálido e invita a pensar en el futuro. Con él quedaría enmarcada la página principal. Bajo el logo se redactó un texto sencillo de bienvenida, donde someramente se explicaba el contenido del boletín.

Se ubicaron los distintos elementos en el marco de la página: a la izquierda de la web se situaba el **Menú** con los enlaces, un acceso a la web del **Gabinete de Comunicación** y las tres secciones informativas:



Artículos de Prensa:

Compendio de las noticias más importantes.

Enlaces de Interés:

Links a las web relacionadas.

Archivo de noticias:

Entrevistas.

Siempre abierto, iría incorporando por estricto orden de aparición, las nuevas entrevistas a medida que éstas se fueran produciendo.

Para dar a conocer a los protagonistas y personalizar la información se incluyó una imagen con la **foto del entrevistado**. Las fotos se ubicaron en la parte derecha del espacio de la página, debajo del titular y la entradilla. A continuación la entrevista ocupaba el centro de la imagen.

La periodicidad

La utilización, una vez más, de la tecnología de la información y comunicación por el Gabinete en este proceso fue significativa. A través de la red se distribuyó el boletín, emitiéndose el documento un día a la semana. De este modo se programó para cada martes un nuevo comunicado, que llegaría a toda la comunidad universitaria.

Al ser una campaña de interés general, además de estar situada en el espacio del Gabinete de Comunicación, se puso un enlace en la página principal del portal de la UNED. Según iba avanzando el proceso, algunos decanos la consideraron bastante sugestiva como para establecer también un enlace en las páginas de sus facultades, de este modo se multiplicaba y facilitaba los accesos.

Puntualmente, desde el 24 de febrero se envió cada una de las **12 entrevistas** por correo electrónico a los Centros Asociados, los docentes y el PAS. Para no sobrecargar los correos de los alumnos, ya que muchos de ellos desvían la información facilitada por la universidad a una cuenta personal, y a veces la capacidad es limitada, se les remitió el primer envío explicándoles cómo podrían acceder a ella posteriormente. Dichos envíos que permitían entrar directamente en la wweb, sólo se interrumpieron por las vacaciones de Semana Santa. La campaña finalizó el 25 de mayo.



En el gráfico adjunto se aprecia la evolución de las visitas a la página. Al finalizar la campaña en el mes de mayo se habían producido **22.312 visitas a la Web**. Al mantenerse activa, ahora ya sólo en el Gabinete de Comunicación, la afluencia es menor, pero aún así se ha registrado un incremento de entradas, situándose en más de 34.000 accesos, cerca de 12.000 en el periodo que va de mayo de 2004 a enero de 2005.

Una vez completado el proceso se dio a conocer a los medios de comunicación. Algunos se hicieron eco de ello⁶ y despertó interés en Universia, que la mantuvo en portada a lo largo de tres días, pasando posteriormente a colocar un banner en su revista electrónica

Cronicauniversitaria, desde donde se podía acceder a nuestra página del EEES. La Nota Informativa remitida mostraba en su sección de noticias y se facilitaba un enlace directo a la página que permitía navegar por ella y acceder a los textos http://www.universia.es/portada/actualidad/noticia_actualidad.jsp?noticia=71465

A modo de conclusión se puede señalar que el trabajo de un Gabinete de Comunicación, con el apoyo de las TIC, puede ir más allá de la mera transmisión de noticias, tanto en el ámbito interno como externo, cuando crea su propio espacio informativo específico, con el fin de motivar y sensibilizar a la comunidad para la que trabaja.

Espacio Europeo de Educación Superior

El Gabinete de Comunicación les da la bienvenida a esta página donde, a través de artículos y entrevistas, les informamos de los trabajos que está desarrollando la UNED en torno al EEES. También podrán encontrar las noticias más significativas publicadas en los medios y acceder a otras webs referidas al tema.

Gabinete de Comunicación
 Artículos de Prensa
 Enlaces de Interés
 Inicio
 Archivo de noticias

Entrevista a M. A. Sebastián.
 Tema: Introducción al EEES.

Entrevista a Pilar Cabildo.
 Tema: Créditos Europeos

Entrevista a Antonio Costa.
 Tema: Matemáticas frente a la Convergencia Europea

Entrevista a Encarna Sarriá.
 Tema: Psicología frente a la Convergencia Europea

Entrevista a Agustín Espinosa.
 Tema: Química frente a la Convergencia Europea

Entrevista a Josefina Castilla.
 Tema: Historia en la Convergencia Europea

Entrevista a Joaquín Aranda.
 Tema: Informática frente a la convergencia europea

Entrevista a María José

Entrevista a Encarna Sarriá, Decana de Psicología

El Valor de un título

El mérito fundamental del valor de nuestro título es de los propios alumnos, no sólo por el esfuerzo que les supone salvar unos programas tan amplios, sino también, porque su propia inserción social repercute en nuestro prestigio.

¿Cómo se está llevando a cabo el proyecto de la ANECA?

En la conferencia de Decanos de Psicología ya se debatía la adaptación de los planes de estudio para su convergencia europea antes de que surgieran las convocatorias de la ANECA. Lo cierto es que, dadas las peculiares competencias profesionales del psicólogo, estábamos muy preocupados por esta adaptación. Tras una fase de análisis tanto de los planes de estudios europeos y nacionales, como de las competencias profesionales (en estrecha colaboración con el Colegio Profesional de Psicólogos) y, de la realización de estudios sobre la inserción laboral de nuestros titulados, buscamos elementos de consenso para determinar los contenidos curriculares sugiriendo, incluso, indicadores de evaluación de la calidad. Ha sido y es un proceso complejo gestado a través de debates, previendo que el Ministerio pueda atender nuestras sugerencias al ser un proyecto respaldado formalmente por la ANECA. Si bien es cierto, que el Ministerio no tiene un compromiso vinculante con el resultado y se reserva la última palabra.

¿Por qué se ha involucrado en este trabajo?

Hay varias razones, la primera es que la Facultad de Psicología de la UNED no podía, en ningún caso, quedarse al margen de este debate. La segunda, porque es una ocasión histórica que no se debe desaprovechar. **Creo que es una oportunidad para revisar los planes de estudio pensando en una formación más directamente relacionada con las**

Textos adjuntos a la noticia:
 PLAN DE TRABAJO DE PSICOLOGÍA PARA EL EEES

Notas

¹. Véanse los estudios publicados por la ANECA sobre las distintas titulaciones de grado que se presentan ante el Consejo de Coordinación Universitaria y el Ministerio de Educación. En la actualidad ya se han elaborado los informes sobre las titulaciones de Grado en Historia, Geografía, Geología y Ordenación del Territorio, Matemática, Turismo, Fisioterapia, Información y Documentación, Geomática y Topografía, Química, y Física: http://www.aneca.es/modal_eval/conver_docs_titulos.html.

². Declaración de Bolonia. 19 de junio de 1999. http://www.universia.es/contenidos/universidades/documentos/Universidades_docum_bolonia.htm

³. Véanse las páginas específicas sobre el Espacio Europeo de la ANECA http://www.aneca.es/modal_eval/convergencia_bolonia.html el proyecto de Real Decreto en el que establece la estructura de las enseñanzas universitarias y los estudios oficiales de Grado (MEC, 2-8-04), el proyecto de Real Decreto por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de postgrado (MEC, 5-10-04) o las páginas de UNIVERSIA http://eees.universia.es/eees_instituciones_espanyolas.htm

⁴. El vicerrectorado de Nuevas Tecnologías facilita a todos los alumnos de la UNED que lo deseen, una clave de usuario para la gestión de la comunicación con los distintos ámbitos de la universidad: administración, docencia e información.

⁵. En enero se aprobó en Consejo de Ministros los dos Reales Decretos de desarrollo del espacio Europeo de Educación Superior: Real Decreto 55/2005, de 21 de enero, por el que se establece la estructura de las enseñanzas universitarias y se regulan los estudios universitarios de Grado; Real Decreto 56/2005, de 21 de enero, por el que se regulan los estudios universitarios oficiales de Postgrado.

⁶. Impactos en los periódicos universitarios: Preuniversitarios, Entre Estudiantes y en el Diario de León.

Bibliografía

- ARNOLD, D. *El departamento de información en la empresa*. Barcelona. Mitre. 1984.
- JOHNSON, H. *La gestión de la comunicación*. Madrid. Ediciones de las Ciencias Sociales, 1991.
- MARTÍN, F. *El gabinete de comunicación. Periodismo empresarial*. Madrid. Asecom. 1988.