Coords

Laura Lizeth Campos
Juan Antonio Garza
Guido Sánchez

Prólogo:

F. Javier Herrero Gutiérrez

La licenciatura en comunicación: Una mirada actual desde sus actores

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 118

UANL
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

Fundación
Carolina

Universidad
de La Laguna

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Sociedad Latina de
Comunicación Social

Coordinador editorial: José Manuel de Pablos - jpablos@ull.edu.es

Comité Científico

Presidencia: José Luis Piñuel Raigada (UCM)

Secretaría: Alberto Ardèvol (ULL)

- Victoria Tur (Universidad de Alicante, UA)
- Miguel Vicente (Universidad de Valladolid, UVA)
- Ramón Zallo (Universidad del País Vasco, UPV-EHU)
- Núria Almiron (Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, UPF)
- Francisco Campos Freire (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Cisneros (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Bernardo Díaz Nosty (Universidad de Málaga, UMA)
- Carlos Elías (Universidad Nacional de Educación a Distancia, UNED)
- Paulina B. Emanuelli (Universidad Nacional de Córdoba, UNC)
- Marisa Humanes (Universidad Rey Juan Carlos, URJC)
- Juan José Igartua (Universidad de Salamanca, USAL)
- Xosé López (Universidad de Santiago de Compostela)
- Maricela López-Ornelas (Universidad Autónoma de Baja California, AUBC)
- Javier Marzal (Universidad Jaume I, UJI)
- José Antonio Meyer (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP)
- Ramón Reig (Universidad de Sevilla, US)
- Miquel Rodrigo Alsina (Universidad Pompeu Fabra, UPF)
- Xosé Soengas (Universidad de Santiago de Compostela)
- José Luis Terrón (Universidad Autónoma de Barcelona, UAB)
- José Miguel Túñez (Universidad de Santiago de Compostela, USC)

* Queda expresamente autorizada la reproducción total o parcial de los textos publicados en este libro, en cualquier formato o soporte imaginables, salvo por explícita voluntad en contra del autor o autora o en caso de ediciones con ánimo de lucro. Las publicaciones donde se incluyan textos de esta publicación serán ediciones no comerciales y han de estar igualmente acogidas a Creative Commons. Harán constar esta licencia y el carácter no venal de la publicación.

Este libro y cada uno de los capítulos que contiene (en su caso), así como las imágenes incluidas, si no se indica lo contrario, se encuentran bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial-Sin Derivadas 3.0 Unported. Puede ver una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> Esto significa que Ud. es libre de reproducir y distribuir esta obra, siempre que cite la autoría, que no se use con fines comerciales o lucrativos y que no haga ninguna obra derivada. Si quiere hacer alguna de las cosas que aparecen como no permitidas, contacte con los coordinadores del libro o con el autor del capítulo correspondiente.

* La responsabilidad de cada texto es de su autor o autora.

Laura Lizeth Campos Guido y Juan Antonio Garza Sánchez
(Coords.)

Prologuista:
Francisco Javier Herrero Gutiérrez

Autores:

JUAN ANTONIO GARZA SÁNCHEZ/LAURA LIZETH CAMPOS GUIDO/SAMUEL
VELÁZQUEZ RODRÍGUEZ/XITLALIC CANDIA CORTÉS/CLAUDIA MARTÍNEZ
PLATA/KATYA ARMIJO BOGARD/SERGIO DANIEL ARELLANO
RAMÍREZ/SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ/YOLANDA LÓPEZ
LARA/FRANCISCO GERARDO VALDEZ RINCÓN/VERÓNICA GUAJARDO DEL
BOSQUE/YOLANDA LÓPEZ LARA/MARÍA TERESA CERVANTES LOREDO

La licenciatura en comunicación: Una mirada actual desde sus actores

Cuadernos Artesanos de Comunicación / 118

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN

UANL

Fundación
Carolina

Universidad
de La Laguna

Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

Sociedad Latina de
Comunicación Social

CAC-118° ***La licenciatura en comunicación: Una mirada actual desde sus actores***

Laura Lizeth Campos Guido y Juan Antonio Garza Sánchez (Coords.)

| Precio social: 6,15 € | Precio en librería: 8,00 € |

Editores: Javier Herrero y Milena Trenta

Diseño: F. Drago

Ilustración de portada: Fragmento del cuadro *Mujer con bernegal*, de Pedro de Guezala (1958).

Imprime y **distribuye**: F. Drago. Andocopias S. L.

c/ La Hornera, 41. La Laguna. Tenerife.

Teléfono: 922 250 554 | fotocopiasdrago@telefonica.net

Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal
- La Laguna (Tenerife), 2016 - diciembre – Creative Commons

<http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/portada2017.html>

Descargar en pdf:

<http://www.cuadernosartesanos.org/118>

Protocolo de envío de manuscritos con destino a CAC

<http://www.cuadernosartesanos.org/protocolo.html>

ISBN – 13: 978-84-16458-73-8-

DL: TF-21-2017

DOI: 10.4185/cac118

Abstract del libro:

A través de un estudio de caso en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, los miembros del Cuerpo Académico (UANL-CA-204 “Estudios de Comunicación Mediática, Educativa y Organizacional”) proponen analizar y reflexionar sobre distintos factores que intervienen en la educación de los futuros comunicólogos de la ya mencionada Universidad. Comunicación entre padres y alumnos, planes de estudio, nuevas tecnologías, comunicación organizacional y hasta índices e indicadores para mantener a la Institución dentro de los primeros lugares en los distintos *rankings*, son temas que aborda este libro y que a la vez invita al lector a la reflexión y el análisis dentro del contexto en el que éste encuentre.

“La licenciatura en comunicación: Una mirada actual desde sus actores” es una pequeña aportación y trabajo colectivo realizado tras un esfuerzo por comprender un poco más la situación actual en la que las instituciones, docentes, alumnos y padres de familia se encuentran.

Keywords: Comunicación, Medios Masivos, Educación, Nuevas tecnologías.

Forma de citar este libro:

Autor del capítulo xxx, en Laura Lizeth Campos Guido y Juan Antonio Garza Sánchez (Coords.) (2016): ***La licenciatura en comunicación: Una mirada actual desde sus actores. Cuadernos Artesanos de Comunicación***, 118. La Laguna (Tenerife): Latina.

Índice

Prólogo	7
Presentación.....	9
 CAPÍTULO 1	
Percepción de padres y alumnos sobre la carrera de comunicación en el contexto actual.....	13
 CAPÍTULO 2	
Plan de estudios 401 en FCC, de la UANL: Interés y eficiencia. Comunicación interpersonal y empleo de las TIC.....	33
 CAPÍTULO 3	
La comunicación interpersonal y los retos de profesores y padres ante los estudiantes digitales	61
 CAPÍTULO 4	
La comunicación organizacional y la tecnología académica como elemento de interconectividad	
Caso: Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias de la Comunicación	77
 CAPÍTULO 5	
Comunicación educativa y entretenimiento educativo para la formación de la conciencia social	99
 COORDINADORES Y AUTORES.....	 111

Prólogo

La licenciatura en comunicación

Francisco Javier Herrero Gutiérrez
Universidad de Salamanca

ESTE LIBRO se adentra en el análisis de diversos aspectos relacionados con la Educación, enmarcado en el contexto de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

En el primero de los capítulos, “Percepción de padres y alumnos sobre la carrera de comunicación en el contexto actual”, los profesores Juan Antonio Garza Sánchez, Laura Lizeth Campos Guido, Samuel Velázquez Rodríguez y Xitlalic Candia Cortés dibujan de forma más que acertada el plan de estudios 401 implantado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Muestran los contrastes de la percepción entre padres y alumnos, haciendo especial hincapié en el empleo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y, sobre todo, de las redes sociales, así como el manejo que de éstas utilizan los estudiantes tanto en el desenvolvimiento de su vida social y privada como estudiantil.

En el segundo capítulo, “Plan de estudios 401 en FCC, de la UANL: Interés y eficiencia. Comunicación interpersonal y empleo de las TIC”, los profesores Claudia Martínez Plata, Katya Armijo Bogard, Sergio Daniel Arellano Ramírez, Dr. Sergio Manuel De la Fuente Valdez y Dra. Yolanda López Lara concluyen que no existe un aprovechamiento académico en su máximo esplendor por parte de los alumnos. A la vez, fijan como uno de los puntos a mejorar la comunicación interpersonal entre profesores y alumnos, tras

desgranar el doble filo que pueden esconder las TIC en este aspecto. No hay duda de que, desde la llegada de Internet, todos los mecanismos de la comunicación interpersonal han sido modificados y la nueva comunicación entre personas ha cambiado tantas variables que estamos ante una doble comunicación interpersonal: la física y la virtual; cada una de ellas con sus pros y sus contras.

Siguiendo en este mismo sentido, los profesores Francisco Gerardo Valdez Rincón y Verónica Guajardo del Bosque destacan en su capítulo la importancia histórica que la comunicación oral ha tenido a la hora de estimular el crecimiento social. Y, dentro del entramado social, resaltan la labor de los docentes. En este capítulo, titulado “La comunicación interpersonal y los retos de profesores y padres ante los estudiantes digitales” subrayan la importancia que tienen las TIC en la actualidad, siempre y cuando se utilicen desde un punto de vista productivo y positivo.

En el cuarto de los capítulos, “La comunicación organizacional y la tecnología académica como elemento de interconectividad. Caso: Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias de la Comunicación”, de Yolanda López Lara, se señala la importancia que ha de tener la comunicación por parte de la organización; de alguna manera, se viene a vislumbrar la importancia de la navegabilidad y usabilidad que ha de tener una página web en el estudio de caso concreto de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL.

Por último, en el quinto capítulo, “Comunicación educativa y entretenimiento educativo para la formación de la conciencia social”, de María Teresa Cervantes Loredó, se señala la importancia de la educación, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías dentro de la formación de la conciencia social de la población. Analiza la importancia que juegan los medios de comunicación y la Educomunicación en el sistema de enseñanza-aprendizaje.

Es un libro que invita al lector a seguir reflexionando sobre todos estos aspectos y, como se viene mencionando, focalizados en el estudio de caso concreto de la mencionada facultad.

Presentación

Juan Martín Vargas Torres

“UN sueño solo puede triunfar sobre la realidad si se le da la oportunidad”, decía el escritor polaco Stanislaw Lem. Yo tenía el mío, y la oportunidad de cristalizarlo me llegó muy pronto...quizá más de lo era capaz de imaginarlo.

El sueño de participar en la elaboración de un libro era parte de mí desde hace mucho tiempo y la vida me regaló la oportunidad de verlo hecho realidad poniendo en mi camino a personas que se convirtieron en guías y cómplices, que hoy me permiten escribir estas líneas.

Agradezco infinitamente al Dr. Juan Antonio Garza y a su esposa, la Dra. Laura Campos Guido, por haberme considerado para participar en este proyecto y colaborar en la realización de uno de mis objetivos. Gracias por sus consejos, observaciones, entusiasmo, paciencia y sobretodo comprensión, que me han ayudado a ser no sólo un mejor estudiante, sino también una mejor persona.

Como comunicólogo es necesaria la introspección del entorno que nos rodea, y la presente obra nos brinda una visión panorámica de lo que se refiere a la carrera y a la percepción que tienen los individuos que la conforman.

A través del primer capítulo del libro, titulado “Percepción de padres y alumnos sobre la carrera de comunicación en el contexto actual”, es posible darnos cuenta de la importancia y valor de los padres en el desarrollo de los estudiantes, ya que son la principal fuente de valores a los que los jóvenes pueden acceder.

En una etapa tan complicada como la juventud, el trabajar en conjunto brinda mayores oportunidades para la realización profesional de los futuros egresados, de los que depende gran parte del progreso de la sociedad. El fomentar conductas para un uso responsable de las nuevas tecnologías es también una tarea importante de los padres para que los estudiantes puedan emplear de manera adecuada las herramientas que se encuentran a su alcance.

En el segundo capítulo de éste libro, encontraremos cómo la implementación de un nuevo plan de estudios en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León ha influido en el aprovechamiento académico de los estudiantes, así como la imagen y nivel de aceptación que tienen los mismos sobre las unidades de aprendizaje que lo conforman.

Se analizarán las ventajas y desventajas que conlleva el uso del plan 401 en las aulas donde cientos de estudiantes se preparan para formar parte del competitivo mundo laboral que existe en la actualidad.

En el tercer capítulo titulado “La comunicación interpersonal y los retos de profesores y padres ante los estudiantes digitales”, encontraremos cómo en una sociedad que tiende a usar de manera excesiva las herramientas tecnológicas que están a su alcance, es también indispensable que sean empleadas las TIC’S en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo que en ese escenario maestros y padres encuentran una serie de retos al momento de explorar alternativas que garanticen una comunicación efectiva.

Las instituciones de educación superior necesitan sistemas de comunicación en los que la información fluya de manera eficiente para atender a los individuos con los que se relaciona. Las tecnologías modernas y en constante evolución han venido a revolucionar la manera en la que nos comunicamos, por lo que se ponen a nuestro alcance formas masivas de comunicación global, mismas que son utilizadas por la Universidad Autónoma de Nuevo León a partir de las diferentes plataformas con las que cuenta. A través del cuarto capítulo de la presente obra, podremos conocer para qué utiliza la comunidad universitaria dichas herramientas y cuánto tiempo le dedica a las mismas.

Para concluir, el quinto capítulo de esta obra nos muestra una nueva alternativa de entretenimiento y comunicación que tiene como objetivo el desarrollo de ciudadanos con un alto grado de conciencia social a través de las nuevas tecnologías.

Mi reconocimiento a todos los autores que participaron en la elaboración de este libro, ya que es a través de sus investigaciones y hallazgos que es posible que el mundo que nos rodea tenga conocimiento de los fenómenos relacionados a la comunicación y las nuevas tecnologías.

Percepción de padres y alumnos sobre la carrera de comunicación en el contexto actual

*Juan Antonio Garza Sánchez
Laura Lizeth Campos Guido
Samuel Velázquez Rodríguez
Xitlalic Candia Cortés*

Resumen: El papel que juega la familia en el ámbito universitario es de suma importancia para el desarrollo académico y profesional de los estudiantes.

Sin embargo, en los últimos tiempos parece que la familia comienza a tomar un papel secundario, trayendo como consecuencia el desconocimiento por parte de los padres de familia sobre el contenido académico y campo profesional de la carrera de Comunicación. Lo anterior incide directamente en la falta de motivación familiar hacia los estudiantes en su desempeño escolar y por ende, profesional.

El presente capítulo analiza los discursos de un grupo de discusión con padres de familia de alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación con el fin de conocer su percepción respecto a los temas de juventud, medios de comunicación y la carrera de Ciencias de la Comunicación.

Palabras clave: Percepción, estudiantes, familia, comunicación

Abstract: The role of the family in the university environment is of utmost importance for the academic and professional development of students.

However, in recent times it seems that the family begins to take a secondary role, resulting in the lack of knowledge on the part of the parents about the academic content and professional field of the Communication career. This directly affects the lack of family motivation towards students in their school performance and therefore, professional.

The present chapter analyzes the discourses of a discussion group with the parents of students of the Facultad de Ciencias de la Comunicación in order to know their perception regarding the subjects of youth, the media and the career of Sciences of the the communication .

Key words: Perception, students, family, communication

1.1. Introducción

DESDE el año 2011 la Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC) de la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) cuenta con el plan de estudios 401, el cual está basado en el modelo educativo por competencias y cuyo objetivo consiste en formar Licenciados en Ciencias de la Comunicación capaces de analizar su contexto desde lo local hasta lo global para generar propuestas de comunicación en sus distintas áreas de aplicación, según señala el portal oficial de la institución (2016).

Sin embargo, en los resultados presentados en la investigación *Plan de Estudios 401 en FCC, de la UANL: Interés y eficiencia. Comunicación interpersonal y empleo de las TIC*, (2016) realizado por De la Fuente Valdez, López Lara, Arellano Ramírez, Armijo Bogard y Martínez Plata, se presenta la percepción de los estudiantes sobre dicho modelo educativo; donde se observa que el aprovechamiento académico por parte de los alumnos es deficiente, causado por la falta de interés hacia las unidades de aprendizaje que se imparten actualmente. Esto nos orilla a cuestionarnos cuál es el perfil

estudiantil para el que está planteado el modelo educativo por competencias.

Según Charles Wedemeyer (1977) y Michel Moore (1994), el alumno universitario debe contar con características tales como: responsabilidad, establecimiento de metas, capacidad de toma de decisiones, independencia, entre otras. Además, hoy por hoy y debido al avance de las TIC's, habría que agregar a este perfil habilidades como administración del tiempo de estudio, así como el dominio de las herramientas tecnológicas; que como menciona De la Fuente, en su trabajo,

"constituyen un arma de dos filos, pues por una parte son una eficaz herramienta auxiliar en el proceso educativo, las cuales se han convertido en grandes distractores que no contribuyen del todo a mejorar la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes universitarios". (op. Cit. 2016).

No podemos pues negar la influencia directa de las nuevas tecnologías en la educación y en el aprovechamiento académico de los jóvenes; pero tampoco debemos olvidar que éstas inciden también en su comunicación interpersonal dentro de las aulas y con sus familias. Tal como, este libro lo señala, en el capítulo *La Comunicación Interpersonal y los retos de Profesores y Padres ante los estudiantes digitales*:

"En estos escenarios de interacción, casa y escuela, es donde padres y profesores, enfrentan desafíos similares, ya que por un lado, las familias sufren los embates del uso irracional y exagerado de la tecnología y las redes sociales y por el otro, los docentes, deben de asimilar la incorporación de las TIC al proceso enseñanza - aprendizaje, ya que esta tendencia ha modificado la forma en que se enseña y aprende." (Guajardo V. y Valdez F. 2016).

Aunado a ello, la familia parece cobrar un papel secundario en la enseñanza universitaria, en donde el vínculo hogar-escuela comienza a romperse en aras de una "independencia" y "madurez" alcanzada por los jóvenes que adquieren, en su educación superior, las competencias para un adecuado desempeño académico y profesional. Esto podría tener como consecuencia, en muchos casos, el desconocimiento por parte de los padres de familia sobre el contenido académico y campo profesional de la carrera de

Comunicación e incidir, por lo mismo, en la falta de motivación familiar hacia los estudiantes en su desempeño escolar y por ende, profesional.

Para entender la relación entre los conceptos planteados anteriormente el presente capítulo analiza los discursos de un grupo de discusión con padres de familia de alumnos de la Facultad de Ciencias de la Comunicación con el fin de conocer su percepción respecto a los temas de juventud, medios de comunicación y la carrera de Ciencias de la Comunicación. Los resultados obtenidos se contrastaron con la información adquirida de una serie de encuestas realizadas por el Dr. Juan A. Garza hacia alumnos de la misma institución en torno a dichos temas.

1.2. Teoría de la percepción social

Escuela y familia se definen como dos instituciones fundamentales para el desarrollo social de los seres humanos; la transmisión de conocimientos, saberes y valores, constituyen la piedra angular de dichas entidades y colaboran en importante proporción en el establecimiento del orden social.

La importancia de la implicación de los padres en la vida académica de los hijos ha sido estudiada desde diferentes aristas pero, sobre todo, se ha centrado en el interés de la participación de la familia en la educación básica. Recurrentes estudios de organismos internacionales como la OEA (2003), y la UNESCO (2004) dan cuenta de ello y concluyen que “una Educación Infantil concebida como colaboradora de la familia, es una excelente posibilidad para todos los niños y niñas sin importar su condición socioeconómica” (UNESCO; 2004:63).

En el caso de los estudios superiores el papel que desempeña la familia sigue siendo de gran importancia; según Torres y Rodríguez (2006) el rendimiento escolar dependerá, entre otras cosas, de la

“percepción que los jóvenes tengan acerca de la valoración positiva o negativa de su familia hacia ellos, su percepción del apoyo que aquella les

presta, la percepción de los padres de las tareas, sus expectativas futuras, su comunicación con los estudiantes y su preocupación por ellos” (p. 257).

Para fines de este estudio comprenderemos a la percepción en el sentido que los psicólogos cognitivistas se refieren; como un “proceso de construcción de aquello percibido [más] que [como] una absorción directa de estímulos” (Ibáñez; 2004:288). Según este enfoque existen tres líneas de investigación en el estudio de la percepción: la formación de impresiones; las teorías implícitas de la personalidad; los factores que influyen en la percepción de las personas, en los cuales se establecen factores subjetivos asociados a la persona que percibe y; los factores asociados al objeto percibido y los factores de contenido (Arias; 2006).

Como mencionamos líneas arriba para esta corriente teórica la realidad es una construcción social basada en juicios e inferencias, que se opone drásticamente a la pasividad o neutralidad de la lectura de los objetos y fenómenos. Así, la teoría de la percepción social explica los roles y funciones en relación a las construcciones mentales derivadas de tal percepción. En dicho proceso intervienen elementos como la motivación, la emoción, la personalidad, el ambiente y la experiencia; dichos factores interesan al presente estudio como componentes que diferencian la apreciación de las temáticas planteadas a los estudiantes y a sus padres.

1.3. Marco metodológico

Esta investigación es de carácter mixto pues utiliza la técnica cualitativa y cuantitativa principalmente orientada a la interpretación de datos.

Garza Sánchez (2014) señala que "la investigación cualitativa es una forma de observación de primera mano a largo plazo, acompañada estrechamente del fenómeno que está en estudio." El enfoque cualitativo otorga profundidad de comprensión en las respuestas de los sujetos; es por esta misma naturaleza que, al tratar aspectos emocionales y contextuales de la conducta, este enfoque no sea igual de tangible que el enfoque cuantitativo. Se estudia lo dicho más allá de la formación de las palabras del discurso del sujeto o los sujetos; es

decir, se busca entender el porqué de la construcción de las palabras esto a través de un análisis argumentativo.

Por otro lado la investigación cuantitativa hace referencia a los datos que pueden ser medidos de manera numérica y a la cantidad o magnitud con que aparecen los fenómenos sociales; por lo tanto, en el caso de las Ciencias Sociales, dichos fenómenos pueden y deben utilizar el método cuantitativo cuando aquellos aspectos de su objeto de estudio lo exijan o permitan (Ibáñez; 1985).

1.4. Grupo de discusión

El grupo de discusión es definido por Ibáñez (1979) como una “confesión colectiva” donde una persona cumple con la función de moderador e intérprete de la información emitida por los sujetos participantes. Este encamina el diálogo del grupo a la confrontación de ideas, juicios y opiniones individuales con el objetivo de que el grupo llegue a un acuerdo y/o una serie de conclusiones.

La producción de discursos es primordial porque la información que sirve para el estudio se genera en ese fluir de mensajes entre los miembros del grupo en un espacio físico y temporal.

Para que el estudio sea válido es necesario que el grupo formado represente a la población sobre la que se desarrolla la investigación y que goce de un equilibrio de homogeneidad y heterogeneidad que haga posible la interacción verbal.

Para obtener los datos cualitativos de esta investigación se realizó un grupo de discusión a seis padres de estudiantes inscritos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL. La muestra fue seleccionada de manera aleatoria entre un grupo de 29 padres de familia de alumnos que cursan la unidad de aprendizaje Contexto Social de la Profesión en el quinto semestre de la carrera. Esto se justifica debido a que los miembros de este grupo se encuentran a la mitad de la licenciatura, por lo cual se infiere que exista una percepción formada sobre lo que es la carrera y sus oportunidades laborales.

1.5. Encuestas

Para poder contrastar los resultados obtenidos en el grupo de discusión realizado a padres de familia se consultaron los datos arrojados por la encuesta aplicada en la investigación *Consumo, apropiación de mensajes de televisión y procesos socializadores: un estudio sobre estudiantes universitarios* a una muestra representativa de 340 estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación en un universo total de 2950 alumnos.

Se seleccionaron estos datos secundarios debido a que fueron extraídos en el mismo periodo en que se realizó el grupo de discusión de la presente investigación, así como a alumnos del mismo perfil: estudiantes de la unidad de aprendizaje contexto social de la profesión que cursaban el quinto semestre de la carrera en Ciencias de la Comunicación.

1.6. Resultados

Durante la realización del grupo de discusión se pretendió conocer la percepción de los padres sobre los siguientes temas: la juventud, los medios de comunicación y la carrera en Ciencias de la Comunicación. Arrojando los siguientes resultados:

1.6.2. Juventud

Los padres de familia coinciden en que la juventud es una etapa de nuevos proyectos en la cual se puede experimentar, cometer errores para ganar experiencias y aprendizajes que permitan el desarrollo de los jóvenes, es decir, es el inicio de la madurez.

También señalan que en esa edad (17-23 años), el joven se encuentra en la plenitud de su vida y está lleno de energía por lo que se enfrenta a una serie de decisiones, inquietudes, sueños y confusiones que le ayudan a definir su autonomía y fijar metas.

De igual forma señalan que en esta etapa el joven universitario busca su libertad y el entretenimiento; deportes, fiestas, amigos, Facebook,

alcohol. Sin embargo consideran que no miden riesgos, razón por la cual es necesario que ellos, padres, los cuiden, aconsejen y los apoyen en sus proyectos.

Gráfico 1: Percepción del tiempo Libre

Fuente: Elaboración propia.

Los padres consideran que los jóvenes dedican su tiempo libre principalmente a las nuevas tecnologías: navegar en Facebook y otras redes sociales. Además de salir con amigos, asistir a fiestas, conciertos, descansar, ir al cine, hacer deporte y; mencionado por un solo participante, estar con la familia.

1.6.3. Medios de comunicación

Los padres consideran que los medios de comunicación son muy importantes pues proporcionan información al momento sobre acontecimientos mundiales, además de información local y nacional. Mencionan como principales medios: la televisión, la radio y el internet.

Señalan también que deben ser utilizados de manera selectiva, ya que son una herramienta ambivalente¹ con aspectos positivos y negativos. Dentro de los aspectos negativos señalan la existencia de canales con programación de baja calidad y el papel de los medios como cuarto poder.

Mencionaron que los medios se rigen por intereses políticos y económicos, que son generadores de opinión pública y tienen la capacidad de desacreditar a cualquier persona. Además de presentar al público información sesgada con mentiras, exageraciones y manipulaciones.

Reconocen que el buen ejercicio del periodismo puede brindar beneficios a la comunidad, sin embargo señalan una falta de libertad de expresión en los medios dominantes y la persecución de los buenos periodistas.

Uno de los padres de familia hace referencia a los beneficios del internet como medio de comunicación, que brinda la posibilidad de comunicarse con mayor rapidez a escala mundial.

1.6.4. Facebook

Todos los miembros del grupo de discusión identifican el nombre de Facebook; sin embargo uno de ellos señala "yo ni sé qué es eso" y dice solamente utilizar el correo tradicional y los mensajes de WhatsApp.

El resto de los padres de familia lo identifican como una red social ambivalente con mayor alcance que otras y que puede ser una herramienta productiva y destructiva.

Entre los aspectos positivos destacan que la red social facilita la comunicación y ayuda a mantener el contacto con la familia que vive lejos. Uno de los participantes señala que si se desarrollan capacidades en su uso puede ser una gran herramienta para la publicidad.

¹ Ambivalencia: tener dos valores distintos. Para los fines de esta investigación se refiere a caracteres positivos y negativos.

Señalan también que los usos que le dan los jóvenes a Facebook son durante su tiempo libre, con los amigos, para crear relaciones y algunas actividades de la escuela.

Sobre los aspectos negativos mencionan: los chismes, las extorsiones debido al mal manejo de información, la mala administración del tiempo de uso, el hecho de que los “vuelve flojos” y, principalmente, que destruye la comunicación interpersonal.

En relación al último punto, uno de los padres de familia menciona "no me gusta que a veces no nos ponga atención (su hija), por ese chingado celular que sólo utiliza para puras mensadas". Otro de los participantes al cuestionársele sobre el uso del tiempo libre de su hijo dice que lo utiliza para "encerrarse en su cuarto con el teléfono".

Además dicen que Facebook ya es parte del entorno y que para muchos jóvenes es una adicción, pues "si les quitas el celular o el face sienten que se quedaron desnudos".

1.6.5. Televisión

Los participantes reconocen a la televisión como un medio de comunicación y entretenimiento ambivalente que se caracteriza por su rapidez. Identifican como uno de sus principales contenidos a los noticieros y también señalan que hace falta mejor contenido de mayor calidad; pues, según menciona uno de ellos "al verla demasiado nos hace daño".

Otro de los participantes señala que la televisión es indispensable "porque te relaja, porque te saca de tus cosas, de malestar, de enojo, tú te metes a una pantalla donde estás enfocado sólo en pasar un buen rato y te hace sentir muy bien", y concluye que con un uso moderado la televisión es buena.

Además menciona que es necesario cuidar el consumo televisivo de los adolescentes y supervisar el tipo de programación que sintonizan pues, el contenido en la actualidad es muy fuerte.

1.6.7. Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Los padres de familia mencionan que esta carrera es buena, importante y productiva, además de que requiere una ética recta y tiene mucho campo laboral como reportero, periodista o comunicólogo.

Señalan que para sus hijos es un gusto, una pasión y una vocación; cuya elección, con base en lo antes señalado además de tener un amplio campo laboral, les pareció acertada.

Solo uno de los participantes dijo haber rechazado inicialmente la elección de su hija porque él sentía "que ella tenía otra actitud y metas para otra cosa mejor", pero que entendiendo su deber como padre de apoyarla y ayudarle para alcanzar sus metas, terminó aceptando esta carrera.

Para los participantes, el futuro de la carrera de comunicación es bueno, tomando como base el entusiasmo y la dedicación que sus hijos aporten a la misma. Ven un amplio campo laboral en televisión, periodismo y producción, es decir, en los medios de comunicación. Además señalan que el futuro laboral se determina en parte por la vocación y la dedicación.

En el futuro profesional que visualizan para sus hijos alcanzan el éxito mediante la preparación, uno de los participantes menciona "una persona que está preparada siempre va a ganar bien" y además deja a consideración de que su hija estudie una maestría o un doctorado.

También comentan la importancia de un valor agregado para competir en el mercado laboral; ya sea la preparación o la experiencia.

1.7. Datos secundarios

A continuación se muestran en forma de tabla los datos arrojados por la encuesta aplicada en la investigación *Consumo, apropiación de mensajes de televisión y procesos socializadores: un estudio sobre estudiantes universitarios* que fueron seleccionados para ser contrastados con la información

obtenida del grupo de discusión realizado a padres de familia para esta investigación.

Tabla 1. ¿En dónde has aprendido sobre valores?

Temas	Media		
	Mujeres	Hombres	Total
Padres	1,3	1,4	1,4
Hermanos	3,1	3,3	3,1
Amigos	3,9	3,3	3,9
Profesores	3,4	3,6	3,5
Televisión	5,6	5,7	5,6
Cine	6,1	6,0	6,0
Radio	6,8	6,4	6,6
Prensa	6,7	6,4	6,6
Internet	6,5	6,4	6,4

*Nota: Medida en una escala del 1 al 9, donde 1 es el que más gusta y 9 el que menos.

Fuente: Garza, 2014: 203

Garza, J. (2014) señala que los padres son los principales educadores de valores para los hijos con "el promedio más alto con una media 1.4 en una escala donde 1 es el lugar o figura de la que más aprenden y 9 la que menos; seguido por los "hermanos" con 3.1; los "profesores" con 3.5 y, los "amigos" con una media de 3.9."

Tabla 2. ¿En dónde has aprendido sobre comportarte?

Temas	Media		
	Mujeres	Hombres	Total
Padres	1,2	1,6	1,4
Hermanos	3,0	3,0	3,0
Amigos	3,6	3,6	3,6
Profesores	3,6	3,7	3,7
Televisión	5,4	5,7	5,5
Cine	6,2	6,1	6,2
Radio	6,4	6,5	6,5
Prensa	6,8	6,6	6,7
Internet	6,3	6,2	6,2

*Nota: Medida en una escala del 1 al 9, donde 1 es el que más gusta y 9 el que menos.

Fuente: Garza, 2014: 203

En cuanto al comportamiento se mantienen en el mismo orden las tres primeras posiciones y cambia solamente el valor de cada una, quedando en la siguiente forma: los “padres” con un promedio de 1.4 en una escala donde 1 es el más frecuente y 9 el que menos; en segundo puesto se sitúan los “hermanos” con una media de 3; los “amigos” con 3.6 y los “profesores” con 3.7.

Tabla 3. Tiempo diario dedicado a Tiempo Libre

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	11	5,5	6	4,3	17	5,0
Menos de 1 hora	15	7,5	8	5,7	23	6,8
De 1 a 2 horas	35	17,5	30	21,4	65	19,1
De 3 a 4 horas	53	26,5	45	32,1	98	28,8
Más de 4 horas	86	43	51	36,4	136	40,0
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 206

Resulta importante conocer la cantidad diaria de tiempo libre de los jóvenes para comprender la distribución del mismo. Según los resultados de Garza, J. (2014), los estudiantes de Ciencias de la Comunicación afirman en un 40%, que tienen “más de 4 horas” de tiempo libre diarias; el 28.8% señaló que cuenta con un promedio “de 3 a 4 horas”; 65 personas –equivalentes al 19.1%- comentaron que “de 1 a 2 horas”; mientras que el 6.8% reconoció contar con menos de una hora de tiempo libre diarias.

Tabla 4. Tiempo diario dedicado a la escuela

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	1	0,5	1	0,7	2	0,6
De 2 a 3 horas	9	4,5	8	5,7	17	5,0
De 3 a 4 horas	33	16,5	24	17,1	57	16,8
De 4 a 5 horas	104	52	62	44,3	166	48,8
Más de 5 horas	53	26,5	45	32,1	98	28,8
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 177

De igual forma resulta relevante conocer el tiempo diario utilizado en la formación educativa de los estudiantes, quienes señalan acerca del tiempo diario dedicado a la escuela; el 48.8% afirma que dedica “de 4 a 5 horas” diarias a sus deberes escolares; el 28.8% “más de 5 horas”; el 16.8% “de 3 a 4 horas”; mientras que el 5.6% dedica menos de 3 horas a esta actividad.

Tabla 5. Tiempo diario dedicado a convivir con la familia

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	6	3	4	2,9	10	2,9
Menos de 1 hora	29	14,5	24	17,1	53	15,6
De 1 a 2 horas	48	24	49	35,0	97	28,5
De 2 a 3 horas	50	25	34	24,3	84	24,7
Más de 3 horas	67	33,5	29	20,7	96	28,2
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 209

Debido al relevante papel de la familia en la formación de un joven, es necesario conocer el tiempo diario dedicado a la convivencia familiar. Garza, J. (2014) encontró en los estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación que el 28.2% dedica un periodo entre 1 y 2 horas diarias a pasar tiempo con su núcleo familiar; el 28.2% emplea más de 3 horas; 84 personas - 24.7%- “de 2 a 3 horas”; tan sólo el 15.6% afirmó dedicar “menos de 1 hora” a convivir con su familia, lo cual puede indicar que no existe confianza o que este tiempo puede resultar insuficiente.

En relación al uso de las nuevas tecnologías y su relevancia actual, resulta apremiante conocer el acceso a internet por parte de los estudiantes, ya sea desde su casa o a través de un dispositivo móvil.

Tabla 6. ¿Cuentas con servicio de internet en tu casa?

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	3	1,5	0	0,0	3	0,9
Si tiene	190	95	128	91,4	318	93,5
No tiene	7	3,5	12	8,6	19	5,6
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 188

Garza, J. (2014) señala que para realizar las actividades estudiantiles, existe un 5.6% que no cuenta con el servicio de internet en su hogar, mientras el 93.5% mencionó sí contar con él y el 0.9 no contestó a dicha pregunta.

Tabla 7. En tu celular ¿Cuentas con servicio de internet?

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	1	0,5	1	0,7	2	0,6
Si tiene	111	55,5	70	50,0	181	53,2
No tiene	88	44	69	49,3	157	46,2
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 188

Dentro de la nueva era tecnológica es importante conocer la accesibilidad móvil a internet con la que cuentan el alumnado, ya sea para fines académicos o recreativos. Garza, J. (2014) encontró que el 53.2% del alumnado cuenta con este servicio, en cambio el 46.2% no lo tiene y el 0.6 no contestó.

Finalmente es importante conocer las aspiraciones profesionales de los jóvenes estudiantes de la carrera en Ciencias de la Comunicación para conocer la popularidad de los distintos campos laborales en los que pueden desempeñarse.

Tabla 8. ¿En qué te gustaría trabajar al egresar de tu carrera?

Respuesta	Mujeres		Hombres		Total	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No contestó	10	5	11	7,9	21	6,2
Publicista	69	34,5	33	23,6	102	30,0
Periodista	31	15,5	24	17,1	55	16,2
Mercadólogo	29	14,5	31	22,1	60	17,6
Organizador de eventos	26	13	5	3,6	31	9,1
Relacionista público	18	9	12	8,6	30	8,8
Investigador y maestro	3	1,5	0	0,0	3	0,9
Empresario	8	4	17	12,1	25	7,4
Otro	6	3	7	5,0	13	3,8
Total	200	100	140	100,0	340	100,0

Fuente: Garza, 2014: 178

Según los resultados expuestos por Garza, J. (2014), el 30% de los encuestados afirma que al egresar de su carrera le gustaría trabajar como publicista; al 17.6% como mercadólogo; al 16.2% como periodista; el 9.1% como organizador de eventos; al 8.8% como relacionista público y con porcentajes menores se encuentran quienes desean laborar como Investigadores, Maestros y Empresarios.

1.8. Conclusiones

- El concepto de juventud para ambas partes (padres y estudiantes) coincide en el hecho de que es una etapa de proyectos donde el joven busca su autonomía y uno de sus intereses principales es la diversión; la cual encuentran en sus amigos, fiestas, redes sociales, deportes y alcohol.
- Sin embargo, se puede percibir que los padres tienen una perspectiva más aterrizada sobre la importancia de esta etapa de la vida en la madurez de la persona.
- El 40% de los encuestados señala tener más de 4 horas diarias de tiempo libre, el cual según la percepción de los padres es utilizado para navegar en redes sociales, principalmente Facebook, salir con los amigos, descansar, ir a fiestas y estar con la familia.
- Garza, J. (2014) encontró que la mayoría de los estudiantes, 28.5%, dedica entre una y dos horas diarias a la convivencia familiar lo cual representa entre una cuarta parte o la mitad del tiempo libre que señala tener el 40% de los encuestados.
- Resulta interesante encontrar que internet ocupa el último lugar en influencia sobre el aprendizaje de valores y comportamiento en los estudiantes con un valor de 6.4 y 6.2 respectivamente en una escala donde 1 es el lugar donde más aprenden y 9 es donde menos; cuando los padres señalan que internet es el medio más utilizado por los jóvenes y donde invierten una gran cantidad de tiempo. Tanto que tiene como consecuencia la disminución de

la comunicación interpersonal dentro de las familias según la percepción de los padres.

- Se justifica la percepción de los padres acerca de Facebook y otras redes sociales como parte del entorno de los jóvenes al tomar en cuenta que más del 50% cuenta con el servicio de internet en sus dispositivos móviles y casi el 95% cuenta con acceso desde sus hogares.
- Los estudiantes señalan la publicidad con el 30%, la mercadotecnia con el 17.6% y el periodismo con el 16.2% como sus áreas profesionales preferidas para ejercer al egresar de la carrera. Datos que contrastan con la percepción de los padres respecto al futuro laboral de los hijos pues, mencionan como principal campo de trabajo los medios de comunicación, principalmente la televisión, en las áreas de periodismo y producción.
- Finalmente se comprueba la percepción de los estudiantes sobre la importancia de los padres en la formación de los jóvenes, quienes refieren encontrar en ellos sus principales referentes en el aprendizaje de comportamiento y valores.
- En relación con todo ello, se vuelve sumamente importante incidir, desde la universidad, en el fortalecimiento de la familia como institución nuclear de nuestra sociedad. De igual modo, fomentar entre los jóvenes estudiantes de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, el consumo crítico de los medios masivos, con especial atención en el internet; así como incentivar el uso de las herramientas tecnológicas adecuadas entre docentes y alumnos.

Bibliografía

Arias, C. (2006). “Enfoques teóricos sobre la percepción que tienen las personas”. *Horiz. Pedagóg.* 8(1). 9-22. Recuperado de:
<https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&so>

[urce=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiiq9O3obQAhVIwlQKHUtBAS0QFggZMAA&url=https%3A%2F%2Fdialectica.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4907017.pdf&urlsg=AFQjCNHxupA06fan7w_bCstWry7Nq4SpAA&bvm=bv.141320020,d.eWE](https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=41320020&url=https%3A%2F%2Fdialectica.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F4907017.pdf&urlsg=AFQjCNHxupA06fan7w_bCstWry7Nq4SpAA&bvm=bv.141320020,d.eWE)

- De la Fuente, S., López, Y., Arellano, S., Armijo, K. y Martínez, C. (2016). "Plan de Estudios 401 en FCC, de la UANL: Interés y eficiencia". *Comunicación interpersonal y empleo de las TIC*.
- Garza Sánchez, J. A. (2014). *Consumo, apropiación de mensajes de televisión y procesos socializadores: un estudio sobre estudiantes universitarios*.
- Ibañez, J. (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y Crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Ibañez, J. (1985). *Del algoritmo al sujeto, perspectivas de la investigación social*. Madrid: Siglo XXI.
- Ibañez, T. (2006). *Introducción a la Psicología Social*. España: Editorial UOC.
- Moore, M. (1994). "Autonomy and interdependence". *The American Journal of Distance Education*, 8 (2), 1-5.
- Sánchez, J. A. G., & Guido, L. L. C. (2015). "Comunicación, democracia y consumo mediático: el despertar de las audiencias juveniles". *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (128), 253-267.
- Sánchez Ruíz., E. (1992). *Medios de difusión y sociedad: notas críticas y metodológicas*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Torres, L. y Rodríguez, N. (2006). "Rendimiento académico y contexto familiar en estudiantes universitarios". *Enseñanza e Investigación en Psicología*, 11() 255-270. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29211204>
- Wedemeyer, C (1977). "Independent Study". En: M. A. Knowles(Ed). *The International Encyclopedia of Higher Education*. Boston, CIHED

Otros documentos:

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. UNESCO. (2006). *Participación de las Familias en la educación Infantil Latinoamericana*. Chile: Oficina Regional de Educación de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Disponible en:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001390/139030s.pdf>

Organización de los Estados Americanos OEA (2003). *Informe Final de la Tercera Reunión de Ministros de Educación*. (CIDI/RME/doc. 13/03). Disponible en:
https://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiP9KvUoObQAhUIxlQKHW0oB-AQFggqMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.oas.org%2Fudse%2FinformeIIiministerial%2Finforme%2FINFORME_FINAL_ESP.doc&usg=AFQjCNGkBHuw7cgn5HK_AaZnqs8A7zYt5A&bvm=bv.141320020,d.eWE

Universidad Autónoma de Nuevo León (2016). *Oferta educativa: licenciatura en ciencias de la comunicación*. Consultado el 08, 16. Recuperado de: <http://comunicacion.uanl.mx/oferta-educativa/licenciatura/licenciatura-en-ciencias-de-la-comunicacion/>

Plan de estudios 401 en FCC, de la UANL: Interés y eficiencia. Comunicación interpersonal y empleo de las TIC

Claudia Martínez Plata
Katya Armijo Bogard
Sergio Daniel Arellano Ramírez
Sergio Manuel de la Fuente Valdez
Yolanda López Lara

Resumen: Dentro de toda institución educativa, el desarrollo de un plan de estudios es fundamental para que los alumnos sean preparados de una manera óptima y de acuerdo a la demanda laboral del contexto en el que se encuentran. El plan de estudios 401 implementado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León ha reflejado un alto grado de desinterés y bajo rendimiento académico por parte de los alumnos. A través de la siguiente investigación cualitativa, exploratoria con rasgos cuantitativos, se pretende conocer grado de interés de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL por el Plan de Estudios 401, así como la eficacia en su implementación y causas del déficit académico para poder identificar las ventajas y desventajas que conlleva el uso del mismo.

Palabras clave: Plan de estudios 401, desinterés, déficit académico

Abstract: Within an educational institution, the development of a syllabus is fundamental so that the students are prepared in an optimal way and according to the labor demand of the context in which they are. The syllabus 401 implemented in the Facultad de Ciencias de la Comunicación of the Universidad Autónoma de Nuevo León has reflected a high degree of disinterest and low academic performance on the part of the students. Through the following qualitative, exploratory research with quantitative traits, it is sought to know the degree of interest of the Students of the Facultad de Ciencias de la Comunicación of UANL by the Syllabus 401, as well as the effectiveness in its implementation and causes of Academic deficit in order to identify the advantages and disadvantages of using it.

Keywords: Syllabus 401, disinterest, academic deficit

2. 1. Introducción

TODAS las instituciones educativas en cualquier nivel requieren de la constante elaboración de un plan de estudios, acompañado de un programa educativo, el cual llevará la pauta, hacia dónde se pretende llegar y cuáles serán los contenidos temáticos. A su vez, todo plan de estudios requiere de una filosofía y de las materias o unidades de aprendizaje, que en su conjunto constituyen lo que se llama un currículum.

Un plan de estudios es la guía por la que se regirá una institución educativa pública o privada; es el conjunto de concepciones filosóficas donde se plasman los objetivos generales y específicos. Todo plan de estudios está acompañado de las materias o unidades de aprendizaje que los responsables del diseño curricular y las autoridades educativas competentes tengan a bien incluir, cuidando siempre los buenos modales, una metodología, los fundamentos filosóficos, sociales, institucionales y psicopedagógicos. Deberán considerarse los créditos, la evaluación y la malla curricular.

2. 2. Elementos protocolares e investigación

Se ha desarrollado una investigación cualitativa, exploratoria con rasgos cuantitativos, relacionada con el interés de los Estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL por el Plan de Estudios 401, así como la eficacia en su implementación, debido a que durante los siete semestres transcurridos se ha observado en ellos bajo rendimiento académico, falta de interés, incumplimiento de sus obligaciones académicas, exceso de confianza y/o estrés en su vida personal.

En esta investigación trataremos de conocer las causas de este déficit por parte del alumnado, para que los expertos en comunicación educativa y los responsables del diseño de este plan de estudios puedan realizar las modificaciones pertinentes en tiempo y forma. El estudio podrá servir a la Secretaría Académica de la UANL y a las autoridades de la Dirección de Estudios de Licenciatura (DEL) de la UANL, para que en base a los resultados se realicen las modificaciones pertinentes, en colaboración con las autoridades educativas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación.

El objetivo general consiste en identificar el nivel de interés, de aprovechamiento estudiantil y la eficacia del Plan de Estudios 401 en esa dependencia universitaria. Los objetivos específicos consisten en establecer las ventajas y desventajas de este plan de estudios, el nivel de aprovechamiento académico en los alumnos sus opiniones sobre los contenidos de las unidades de aprendizaje. Asimismo, determinar su opinión en relación con el desempeño de los profesores en las unidades de aprendizaje establecidas en el Plan de Estudios 401. También conocer el grado de comunicación interpersonal entre estudiantes y profesores, así como el impacto de las tecnologías de información y comunicación y su influencia en el aprovechamiento estudiantil.

Premisas utilizadas: predominan las ventajas y beneficios sobre el aprendizaje de los alumnos hacia las unidades de aprendizaje en el plan 401. El aprovechamiento académico de los alumnos es bueno, con sus excepciones, los cuales repiten los cursos llevándolos hasta tercera y quinta oportunidad.

Existe una opinión negativa sobre la mayoría de los docentes. Los profesores influyen ampliamente en el interés de los estudiantes y los motivan. Hay un considerable porcentaje de estudiantes que muestran apatía.

Las tecnologías y específicamente la internet no favorecen mucho al aprovechamiento académico, desfavorecen más de lo que ayudan en el desempeño académico de los estudiantes ya que su uso frecuente las convierten en grandes distractores.

Se presentaron algunas limitaciones como la falta de tiempo para realizar la investigación y falta de tiempo por parte de los encuestados y su poca disposición, en ocasiones, para contestar el instrumento de medición.

2. 3. Fundamentación teórica

Muchos docentes, educadores y extensionistas, frecuentemente participan en la elaboración de cursos de capacitación para sí mismos o para terceros. La elaboración de un curso de capacitación es un caso entre tantas actividades desarrolladas para la elaboración de planes de estudios.

Antes de observar este proceso relacionado con los cursos de educación y capacitación es importante comentar aspectos generales sobre la elaboración de planes de estudios: su definición, lo que se incluye en ellos y la necesidad de realizar cambios o modificaciones.

Plan de estudios es sinónimo de currículo, que a su vez deriva del vocablo latín currículum que significa pista de carreras. Es decir la trayectoria que un corredor o un caballo debe seguir para concluir una carrera. Esta palabra también da origen a la palabra 'corriente', que significa el curso a lo largo del cual fluye el agua o la electricidad.

Cuando la palabra 'currículo' (plan de estudios), se aplica al contexto de la educación, comprende todas las actividades que los estudiantes llevan a cabo, especialmente aquellas que deben realizar para terminar un curso. El currículo o plan de estudios es el camino que deben seguir. No es únicamente el contenido, sino el programa, es el curso

que deben completar para alcanzar el éxito. Incluye las actividades realizadas fuera del aula de clases, en el campo de deportes o durante cualquier período libre que les proporcione la escuela, colegio o instituto de capacitación.

Debido a la amplia gama de significados que tiene la palabra currículo mucha gente ha tratado de definirla mejor; sin embargo, hasta ahora no existe una versión definitiva. En esta guía se utilizará el término más explícito de 'plan de estudios. El currículo ha sido definido así: las experiencias de aprendizaje y las actividades que proporciona la escuela y la sociedad a fin de educar al niño. (Salia-Bao 1988); todo la enseñanza planificada y proporcionada a los niños en la escuela (Hawes 1979); un marco establecido para mejorar y organizar la variedad y cantidad de experiencias de los estudiantes en el contexto de la escuela y fuera de ella (Skilbeck 1984). También puede considerarse el currículum como el aprendizaje logrado por los estudiantes; las actividades y experiencias que contribuyen al aprendizaje; el proceso de planificación y organización de estas actividades y experiencias; el texto escrito que contiene la planificación de dichas actividades. Todas estas definiciones han sido denominadas por distintos autores, plan de estudios.

El modelo clásico de un plan de estudios se basa en el concepto de aprender por objetivos. Éste se propone desarrollar cambios de conducta a través de metas de aprendizaje muy explícitas, así como desarrollar el conocimiento y las aptitudes para alcanzar dichas metas. El desarrollo de un plan de estudios nuevo o adaptación de uno ya existente, requiere pareceres y decisiones que por lo general parten de un reducido grupo de expertos o funcionarios, aunque los docentes y capacitadores, en algunos casos, obtienen mayor control sobre los contenidos y medios en la enseñanza.

El plan de estudios es establecido por quienes ocupan un nivel de autoridad superior. Las metas y objetivos generalmente son fijados por expertos, colocados en el vértice del sistema, en los niveles superiores de las instituciones educativas, en los ministerios y en los departamentos de planificación. Se considera a los estudiantes como el fondo del sistema y a menudo participan poco o nada en el proceso de desarrollo del plan de estudios. Lawton (1989) denomina a este

enfoque “clásico”. Schamhart y Van Den Bor (1994) lo describen como racional, caracterizado por un enfoque objetivista, un proceso de planificación sistemático, una adopción de metas comunes por parte de los estudiantes, la dotación de expertos para análisis de la situación y las necesidades, el establecimiento de metas y objetivos comunes, la definición de contenidos y métodos utilizados, así como el establecimiento de la evaluación.

La mayoría de las definiciones del plan de estudios se refieren a todo aquel aprendizaje que ha sido planificado y dirigido por la institución educativa, tanto en grupos como individualmente, fuera o dentro de la institución. El elemento fundamental que comparten todas estas definiciones es que el plan de estudios equivale al conjunto de actividades realizadas por los estudiantes, más que por los docentes. Ciertamente, el trabajo del docente no se lleva a cabo aisladamente. El plan de estudios es el proceso por medio del cual los estudiantes aprenden concreta y activamente.

Frecuentemente se confunden los términos currículo, plan de estudios y programa. Para muchos, currículo o plan de estudios o programa significa una lista de las materias o temas que deben ser impartidos por el docente a distintos niveles. Esto no es un currículo o plan de estudios, sino un programa. El programa es la lista de los contenidos de un curso que debe ser enseñado. Este no necesariamente trata los asuntos del cómo o porqué la materia deba ser incluida o cuáles papeles tienen los docentes y los estudiantes. Además, el currículo o plan de estudios, es mucho más amplio que un programa de estudios.

El plan de estudios, expresan muchos autores como Kelly (1989), es un área de estudio muy amplia. No sólo abarca el contenido, sino también los métodos de enseñanza y de aprendizaje. Asimismo, abarca las metas y objetivos que se propone alcanzar, así como la manera en que su efectividad puede ser medida. Todos estos elementos están relacionados con el trabajo del curso realizado dentro del programa de educación o capacitación. Sin embargo, el plan de estudios va más allá de las actividades realizadas en el aula y de las tareas establecidas por el docente. También incluye el contexto en el cual el aprendizaje se lleva a cabo.

Un plan de estudios no sólo abarca las materias que se imparten o que cursan los estudiantes y lo que se espera aprendan; también incluye los métodos utilizados. Aunque a menudo los métodos y contenidos se tratan por separado, en realidad no pueden quedar desligados. Si por ejemplo, se decide que hay una gran cantidad de argumentos a tratar, esto determinará, en gran medida, los métodos de enseñanza-aprendizaje que se adoptarán. Si por otro lado, se decide que los estudiantes necesitan aprender cómo hacer una determinada actividad o que deben profundizar sus conocimientos en algunos aspectos de la materia, esto requerirá un enfoque mucho más práctico o dedicar más tiempo a la materia en cuestión. Los métodos se encuentran estrechamente ligados a la materia de enseñanza. Cuando se emprende la elaboración de un plan de estudios es importante interrogarse sobre la ideología de la educación, así como sobre las convicciones del aprendizaje y su elaboración.

La educación y el plan de estudios están cada vez más influenciados por los intereses mundiales. Las organizaciones que tienen políticas educativas de índole internacional o regional han tenido una influencia muy fuerte en muchos países. Las organizaciones internacionales se han vuelto cada vez más influyentes en la creación de normas mundiales relacionadas con los derechos sociales, políticos y económicos, así como respecto a lo que los países y el mundo en su totalidad, estarían moralmente obligados a hacer. La adopción y puesta en marcha de las políticas depende cada vez más de los factores económicos y no de las consideraciones de índole política o ideológica.

Lo anterior tendrá consecuencias para todos aquellos que trabajan en el mundo de la educación y la capacitación. Para Teune (1990), lo que se sabe de los sistemas educativos es que aquellos países que pueden permitírselo los adoptan, con sus costos y consecuencias discutibles. La adopción de programas y prácticas educativas elaboradas en un contexto diferente conlleva peligros, sobre todo desde que la educación ha pasado a ser considerada como panacea para todos los males de la sociedad.

2. 4. Modelo de Shannon-Weaver

La teoría matemática de la información de Claude Elwood Shannon, diseñada en 1947 crea un nuevo modelo de comunicación. Éste aporta entendimiento para el estudio y comprensión de las comunicaciones humanas mediada, a través de soportes electrónicos, facilitando su comprensión, lo hace desde el punto de vista tecnológico, esclareciendo desde este aspecto, la construcción expositiva del estímulo. Su trabajo, ha sido definido acertadamente como una teoría físico-matemática de la información.

Shannon desarrolla originalmente la idea del modelo, en la empresa de telefonía Bell, en los Estados Unidos, junto con sus colaboradores, en los laboratorios. Su compañero de trabajo, Warren Weaver, es quien posteriormente lo difunde conociéndose como el modelo de Shannon-Weaver. Este aporte matemático, lo ubicamos dentro de la construcción de comunicaciones tecnológicas que involucran a personas dentro del proceso. Se suele hacer diferencia entre un modelo de comunicación humana y uno de información, ya que el aporte es matemático y le da sustento científico, por lo que en realidad crean una teoría matemática de la información.

Nuevos conceptos aparecen en este modelo que no estaban previstos en los modelos anteriores, como la fuente de información, el codificador que envía el mensaje a través del medio o canal y el ruido, es decir una interrupción o distorsión de la señal que llega a un decodificador, modificando en parte el mensaje o la posible interpretación del mismo al pasar al destinatario. En este modelo se prevé que el destinatario podría responder al estímulo recibido (1).

Elementos presentes: la fuente, persona o conjunto de éstas, dispuestas a comunicarse con un objetivo determinado en forma de emisión de un mensaje; ideas, información, con intenciones pre-analizadas. Código, conjunto de símbolos que incluye el mensaje desde la comunicación humana o tecnológica. Encodificador o codificador, contenido tomado de la fuente, luego codificado, involucrando a la persona y sus formas de comunicar, sentidos, palabras, en sus diferentes expresiones, gestualidad o desde la tecnología propia de ese tiempo. Canal, conducto o medio, transportador del mensaje dirigido a un otro.

El ruido se trata de diferentes factores que deforman la construcción o calidad de la señal emitida, considerada como el mensaje, restándole fidelidad. Ruido y fidelidad son dos aspectos distintos de una misma situación. La eliminación del ruido aumenta la fidelidad; la producción del ruido, la aumenta. (2)

El decodificador en las comunicaciones humanas. El receptor decodifica el codificado que tiene el mensaje enviado por la fuente emisora; más allá de poseer habilidades perceptivas e inteligencia, debe tener una cultura en común, determinado nivel de conocimientos, con el emisor-codificador o fuente para interpretarlo y comprenderlo.

Características del modelo: es una teoría física-matemática de la información que facilita la comprensión de la comunicación humana. Tiene unidireccionalidad y advierte una posible respuesta del destinatario, así como un emisor considerado como fuente de información. Describe un emisor-codificador y un receptor-decodificador del estímulo o señal. Tiene mensajes codificados como estímulos o señales (Berlo, 1984).

2. 5. Teoría de autonomía e independencia

Los principales expositores de las teorías de la autonomía y la independencia son Charles Wedemeyer y Michael Moore, quienes se centran en el análisis del aprendizaje, más que en el de la enseñanza), específicamente en el aprendizaje del estudiante adulto. Las principales ideas que fundamentan su teoría son que los adultos son autorresponsables y tienen derecho a determinar la dirección de su educación. En los seres humanos existen diferencias en los estilos cognitivos y el ritmo de aprendizaje. La efectividad del aprendizaje radica en que sea experiencial. En un mundo en continuo cambio, el aprendizaje dura toda la vida (3).

Wedemeyer y Moore sostienen que la educación abierta y a distancia, además de posibilitar el acceso a la educación, debe permitir y facilitar la independencia y la autonomía del estudiante para ejercer su libertad

de elección, su responsabilidad para tomar decisiones en su educación y establecer sus metas en el aprendizaje. (Moore, M. 1994).

En la práctica, esta teoría supone un modelo educativo caracterizado por dos momentos: una partida común a un grupo de estudiantes que comparten objetivos y metas similares, quienes entran en contacto con cada contenido temático a través del estudio de materiales didácticos, elaborados de manera estandarizada; el segundo, en donde las necesidades y problemas suscitados durante el estudio, independiente si son atendidos en forma individual, proyectando nuevas necesidades y requerimientos de formación orientados por un tutor, quien incentiva, apoya y realimenta a cada uno los estudiantes (4 y 5).

Una aportación adicional de Wedemeyer y Moore es el análisis y la clasificación de los métodos y medios para el aprendizaje y la enseñanza, utilizados en la educación a distancia, en función de las variables distancia, individualización del aprendizaje y diálogo con el sujeto de cada método y medio. (Wedemeyer, 1977). (6)

2.6. Metodología

Es una investigación exploratoria, descriptiva, cualitativa, con rasgos cuantitativos, pues se analizaron los comentarios de los alumnos sobre todo en las preguntas abiertas y además es de carácter correlacional, pues se presenta un cruce de variables que arroja interesante información. El universo fueron las Facultades de Economía, Música, Artes Visuales, Artes Escénicas y Ciencias Políticas y Administración Pública, ubicadas en el área de Mederos de la UANL. La muestra fue la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL. La selección de la muestra fueron 300 estudiantes encuestados al azar, de 2° a 7° semestre de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación. El Instrumento de medición fue un cuestionario compuesto por 34 preguntas, 7 con datos demográficos, 11 abiertas y 15 con opción múltiple.

De los 3000 alumnos que tiene la Facultad, 300 estudiantes encuestados equivalen al 10%. Se seleccionó esa cantidad porque ya

era casi el final del semestre y era difícil localizar estudiantes disponibles para contestar la encuesta. Hubo información muy completa e interesante.

2.7. Principales resultados

El 55%, tiene de 18 a 20 años; el 25%, de 21 a 23; el 15%, de 24 a 26.

El 80% 18 y 23 años. Es una población mayoritaria de jóvenes. Un reducido porcentaje tiene más de 27 años.

El 85% es de sexo masculino y el 15, del femenino.

El 90%, está soltero; 7%, casado y el 3%, vive en unión libre.

El 80%, vive en Monterrey; el 10%, en San Nicolás; el 4%, en Guadalupe, el 5% y el 1%, en el resto de los municipios del área metropolitana de Monterrey.

El 70%, es de Nuevo León; 20%, de otros estados el 5%, de Veracruz; el 4% del Distrito Federal y el 1% de Jalisco.

El 63% es de clase media; 17%, clase media alta; el 15, media baja; el 15%, medio alta y el 0.45%, es de clase alta.

El 60%, cursa de 4to a 5to semestre; el 20%, de 2ndo a 3ero; el 15%, de 6to a 7º y el 5% de 8º a 9º semestre,

El 40%, piensa que el plan de estudios es bueno; el 30%, que regular; un 20% que malo y un 10% que es excelente.

Está muy completo y desarrolla muchas competencias. Porque me gusta mucho que aprendamos periodismo, publicidad y mercadotecnia, de todo un poco.

Los alumnos que consideran que el plan 401 es excelente justificaron su respuesta expresando que salen mejor preparados y que gracias a este plan salen con conocimientos de todas las ramas. No conozco otro. Hasta el momento está bien estructurado. Me parece bien pero puede mejorar; es más amplio por la variedad de materias que comprende. Es bueno porque no tiene acentuaciones; por su manera de impartir los cursos. Podría mejorar, porque en sí

llevo de todo; porque las materias ayudan al desarrollo como estudiante. Sin embargo, su estructura no es la ideal. Porque creo hay incongruencias con algunas materias; va más enfocada a la producción y a la mercadotecnia.

No tiene acentuaciones y es bueno en sus competencias, porque los aprendizajes son más variados. Nos da oportunidad de ver todas las carreras y salimos con una idea general de la comunicación; porque abarca muchas áreas de aprendizaje. Porque las materias sirven para la carrera. No me gusta por los horarios. Porque incluye las especificaciones en las que un comunicólogo se puede desarrollar. Aún tiene aspectos que mejorar. No me gusta del todo porque hacen falta más unidades de aprendizaje de clima organizacional. Hay opiniones encontradas, conforme a lo que expresaron los encuestados sobre el desarrollo del Plan de Estudios 401.

Una parte consideró al Plan de Estudios como regular, porque te atrasas al dejar materias pendientes; sabes un poco de todo, pero en ocasiones hay unidades de aprendizaje que nada que ver con lo que quieres; porque yo quiero mi especialidad y unas materias de las que llevo las tengo que llevar a fuerza; porque hay materias importantes y no importantes; te incita a no dejar materias, si no te atrasas. Me quiero especializar en mercadotecnia. El orden de las materias no es coherente. Porque nos quitan la intención de tener especialidad; porque cuando quieres escoger materias de preferencia no siempre se consigue y terminas estudiando. Porque no tiene acentuación; hay materias que no me agradan; no me gusta el manejo; no todas las materias me interesan. Porque deberíamos poder elegir la especialización; porque no hay tantas materias para clima organizacional; porque sales con más conocimientos pero unas materias no son de mi agrado; no te da oportunidad de que por medio de las optativas, tomar las clases de la rama que te atrajo y no interesa.

El plan de estudios es malo porque no te da la opción de elegir las materias específicas que deseas cursar; los maestros no enseñan de la manera correcta; porque no tiene área específica; porque te ponen materias acerca de temas que no nos gustan; queremos especialidades; atrasas materias; las secuencias de las materias no concuerdan; porque

ya no tiene especialización; porque sí; malo porque no te enseñan una sola cosa y se pierde el interés. Al 80 % le parece malo, porque no hay materias que los encaminen a enfocarse a una sola acentuación y hay muchas unidades de aprendizaje que son innecesarias.

En cuanto a que el plan de estudios 401 vigente requiere de la realización de varios cambios, el 50%, está totalmente de acuerdo; el 30%, parcialmente de acuerdo; 10%, está totalmente en desacuerdo y el 10%, parcialmente en desacuerdo.

El 50% está totalmente de acuerdo porque tenemos muchas materias que no están realmente enfocadas en nuestro campo. Para que tengan especializaciones los jóvenes; Hay materias que no van con lo que estudias o quieres. Porque es muy complicado; en el mismo semestre puedes llevar periodismo especializado e introducción al periodismo; porque luego tenemos que tomar materias que no van con nuestro enfoque; por su mala planeación en las asignaturas. Por las materias de relleno; para que las personas no tarden más de 5 años. Por las que quieren especialización; muchos no están de acuerdo con el plan. Los métodos de estudio no son 100% buenos; para mejorar y tener conformes a los alumnos. Llevamos materias que no nos interesan. Porque las responsabilidades de una clase recaen en los alumnos; hay cosas que pueden mejorar; para que tenga acentuaciones y no sólo ser licenciatura. Para que los alumnos obtengan las unidades de aprendizaje y competencias de la profesión a la que se quiera dedicar. Porque estaría bien un cambio para bien. Porque se basa más en periodismo y mercadotecnia y no en clima organizacional; porque equilibrar el programa y sacar ms provecho. Necesitamos aprender más de la carrera; porque debería de ser más específico en las áreas. El cómo califica y lo de cursar nuevamente las materias.

Casi una tercera parte, el 30 % está parcialmente de acuerdo, porque cree que debe colocar las materias con un orden. Por la implementación de mejores teorías y/o mantenimientos; las materias siento que están en distinto orden a los que deberíamos llevarlas. Debido a que algunas materias no van con mi elección de carrera. Todavía le falta; porque no tiene acentuaciones; las materias; para sacar mayor aprovechamiento del alumno en cada materia; considero que existen materias que deben llevarse primero y posteriormente

otras; aún se pueden hacer cambios en el acomodo de materias; Pienso que podría mejorarla. Hay fallas en algunos programas. Es bueno pero falta; Hay algunas materias que realmente no sirven. Porque no muchas personas les gustan las materias; nos hacen tener muchas horas libres. Creo que falta darle importancia a ciertas áreas, un reducido porcentaje, el 10% está en total desacuerdo que este plan sufra cambios o modificaciones porque está más enfocado a medios, ya que se supone que saldremos especializados en todo pero solo se da la materia y no una continuación es como tocar de lado sin profundizar en ninguna materia; acentuaciones. La manera en la que se llevan las materias y que se imparten. Tratar de introducir a las profesiones más a las clases; que en el 5to semestre tuviéramos la opción de elegir la especialización cada quien busque; organización de materias a cursar. Que regresen las acentuaciones; especialización y materias; cursar para 3eras los sábados. Quitar periodismo. Nueva planificación de las materias. Especializar la carrera y poner un orden a las materias porque a veces se ven después materias que necesitabas para cursar otras; revisar y cambiar el plan de estudios. Registrar más de 7 materias, para ni atrasar otras. Especializaciones. Tener más la consideración sobre la demanda de unidades de aprendizaje entre los alumnos. No cursar 3eras oportunidades y solo presentar un examen y poder llevar un semestre intercalando con especialización. Más acentuaciones y no del tronco común. Por el modo de calificar. Quitar materias que no sirven.

Asimismo, solamente un 10% está parcialmente de acuerdo en las modificaciones, pues considera que dársele más importancia al periodismo escrito y al clima organizacional. Cambiar y agregar más materias; mejorar horarios y materias en línea; que los alumnos que quieran una carrera en específico puedan cambiarse a lo que quieren; más materias de producción, de organización de eventos. Un poco más de materias; las evidencias, hacerlas más prácticas. Hacer más específicas las materias base y no solo optativas; materias, secuencia; cambios en las materias que son pautas; materias especializadas, menos materias en línea; los planes de estudio; poner acentuaciones; retirar clases semi-presenciales; paquetes de materias que ayuden a apoyar las materias que sigan por ejemplo semiótica y semiótica de la

imagen. 15 contestaron que prefieren las materias base y que las materias optativas sean otras.

El 70%, contestó que nunca ha dejado materias en segunda oportunidad; el 20%, que algunas veces; el 5%, frecuentemente y el 5%, que siempre. El 50%, nunca han dejado materias en 3ra oportunidad; el 30%, algunas veces; un 10%, frecuentemente y el 10%, que siempre. En cuanto a haber dejado materias en cuarta y quinta oportunidad, el 70% expresó que nunca; el 15%; el 5%, siempre; el 4%, que algunas veces.

Motivos: por sus estudios; porque los maestros no indican el día. No quería que pasara a mayores. Para no volverla a dejar. Para pasar; por los contenidos de las materias; se me olvida la fecha; no tengo derecho; la falta de interés y el que lleva materias que no me gustan. Porque ya no tengo oportunidad de presentar; por el valor en créditos de la unidad de aprendizaje; que los maestros no dicen que va haber examen; porque no quiero dejar la materia en 3era y busco pasarla en 2da; si no pasé en 1era oportunidad, menos en segunda; no hay motivos; para aprobar y no retrasarse más; para pasarla; tratar de recuperar la materia; por la presión o por darle importancia a otras materias. Los alumnos asisten a su examen de segunda y cuarta oportunidad porque quieren aprobar la materia y no retrasarse”

Los maestros no imparten bien la materia y te pasan directo a 3º; no me sentía reprobada para presentar; no acreditas; tiré la toalla; por faltas; para que no pase a la siguiente oportunidad; porque se tiene que presentar, para no ir dejando más materias e irte atrasando; salir bien en la escuela es la prioridad; por las materias y el mal manejo de la Plataforma Nexus; para pasar la materia; solo ha sido una vez y la materia era en línea, la materia era de Nexus; por malos maestros. Quienes nunca asisten a sus exámenes, no se informan y no le dan el seguimiento debido a sus exámenes de 2da y 4ta oportunidad.

Respecto a las razones por las que han dejado unidades de aprendizaje en varias oportunidades, los resultados arrojan que el 45%, no asistió a clases; 35%, por falta de interés; al 10%, porque se le dificulta la unidad de aprendizaje y el 10%, por faltas.

En cuanto a que si han cursado unidades de aprendizaje en línea, el 33%, algunas veces; 31%, frecuentemente; 27%, siempre y el 9%, nunca ha cursado. Has reprobado unidades de aprendizaje en línea, el 56%, nunca; el 19%, algunas veces; el 18%, frecuentemente y el 7%, siempre.

Razones: quienes respondieron que nunca, dijeron que cumple con las tareas; son buenos y especialistas; algunos no son tan buenos para dar clase; algunas son un poco tediosas. Porque cumpla con todo; a veces es más fácil trabajar por ese medio pero en su mayoría depende de qué materia y profesor la imparta. Porque cumpla con las actividades y requisitos. Cumpla con todas las tareas. Porque entrego todo a tiempo y forma. Cumpla con trabajos. No he reprobado; porque he cursado correctamente las materias. Entrego todo a tiempo; por subir las tareas; nunca las he reprobado; hago las tareas. Cumplí en tiempo y forma con las actividades. He cumplido con todo lo que se pide. No reprobé.

Quienes dijeron que a veces, manifiestan que se me pasan las fechas o no puedo subir tareas, Nexus falla; por el mal manejo del maestro; porque se me olvida subir los trabajos encargados a tiempo; porque desde el principio no avisan en cuanto a tareas; agilizar el horario. Se me olvida ingresar a la plataforma; mal sistema. Quienes contestaron frecuentemente nos comentan que no están a gusto en la manera en que los maestros imparten el curso en línea, y que el sistema tiene muchas fallas

Se me dificulta entenderle a la plataforma; se me pasan las actividades o a veces no las entiendo; no se suben trabajos, se satura la página. Intento cumplir con todas las actividades; no entro a Nexus; batallo para entender lo que piden; no aclaran dudas los maestros y no se contactan con nosotros. Quienes siempre reprueban las materias en línea es porque no comprenden los lineamientos de la Plataforma Nexus.

Se me olvidan las fechas y no entiendo los objetivos; se me olvida estar al pendiente y no aprendo; si no meto materias en línea no se me acomoda bien el horario; se batalla con la plataforma y algunos maestros no la saben utilizar. Falta de interés; descuido de la plataforma; olvido subir tareas; por idiota; porque se me olvida que

tengo que estar frecuentemente al tanto de las actividades que hacer; falta de actividades. Olvido el día en que se deben subir las actividades. Quienes nunca asisten a sus exámenes no se informan y no le dan el seguimiento debido a sus exámenes de 2da y 4ta oportunidad.

Satisfacción con los maestros que te han impartido clases presenciales El 70%, que regular; 15%, mucho; el 10%, Poco; 5%. Las razones: quienes dijeron que poco, manifestaron que algunos no trabajan, faltan mucho y no saben explicar; algunos faltan, llegan tarde y no saben en qué vamos, no me inspiran a aprender, deberían de ser más dinámicos; No están totalmente preparados. La mayoría de las veces no hay aprendizaje; sólo los que brindan retroalimentación; he tenido malas experiencias con algunos maestros que no imparten bien su clase y no tienen trato bueno con el alumno; porque unos te enseñan bien y otros no; algunos son un poco tediosos; no están suficientemente capacitados. Faltan mucho. En el turno de tarde-noche muchos maestros faltan; no son organizados. No hay clases dinámicas; algunos no vienen o evalúan de manera rara. No entro a la Plataforma Nexus.

Quienes están regularmente conformes con sus maestros, piensan que no todos son iguales, pero hay muchos que no están capacitados para la docencia. Consideran regular el desempeño de los profesores porque no todos le ponen el mismo empeño; No tienen la preparación debida. No son comprensibles los maestros; por las faltas o falta de explicación; les falta que la clase sea más creativa; ni bien ni mal. Hay maestros que no muestran interés o hacen las clases aburridas y rutinarias. Porque no muchos explican bien. Varios maestros no saben impartir bien su materia. Algunos son muy buenos, otros parece que no saben ni de lo que trata la materia; algunos no han llenado las expectativas; me han tocado profesores profesionales; sin embargo, también existen otros con bajo rendimiento; no siempre tienen un buen conocimiento de la materia. Unos sí saben enseñar y otros no.

Las asistencias y puntualidad por parte de los maestros a veces no son buenas. Hay maestros con los que sí estoy totalmente conforme pero algunos otros solo se sientan mientras los alumnos dan clase, y muy

pocas veces retroalimentan, no te dan ánimos de venir; no aprendes por sus clases, uno tiene que buscar aparte. No aplicamos mucha práctica, la clase se vuelve una plática. Porque a veces no apoyan. No explican; Algunos saben la materia, otros no. Son buenos y especialistas; algunos no son tan buenos para dar clase. Hay algunos que no saben acerca de la materia que enseñan. El 85% tiene muchas quejas hacía los maestros, debido a que consideran que no están altamente capacitados para impartir una unidad de aprendizaje, en donde predominan factores como la falta de interés por parte del maestro hacía los alumnos. Quienes expresan que mucho, motivos: son muy buenos maestros. Tienen dominio de la materia; son buenos; por el mecanismo que utilizan para abordar las unidades de aprendizaje; son excelentes pero el plan 401 los limita bastante; porque me califican bien; cumplen sus funciones y casi nunca faltan; saben impartir sus clases; están bien preparados; explican muy bien; me agradan sus proyectos, y aprendo de una manera muy dinámica (en algunos casos); son buenos los que me han tocado hasta ahora; están bien preparados y les gusta; he aprendido mucho y si tengo dudas me las resuelven en el momento; me dejaron mucho aprendizaje. La mitad de los encuestados está satisfecha con los maestros sobre cómo imparten las clases y su manera de calificar.

Satisfacción con los maestros que te han impartido clases en línea. El 29%, poco; el 27%, que mucho; el 24%, nada y el 20%, que regular. Las razones, poco porque no los conozco y otros porque no te mantienen al tanto de que actividad sigue de subir; no suelen calificar bien; no hay interacción. A veces no se dan a entender. Si tengo un problema a veces no responden. Fallan en organización y actividades; no se hacen bien las especificaciones de los criterios; no aprendes lo suficiente, muchos no dan retroalimentación; no todos ponen el mismo empeño; no lo llegamos a contactar, o no nos contestan las preguntas. Explican mucho y confunden más. No hay comunicación; no tienen los conocimientos requeridos; no llevan un orden, no especifican las tareas. No saben usar Nexus, ni una computadora. La comunicación es muy mala. En ocasiones no responden dudas; algunos no checan las tareas o casi no encargan. Tengo un caso que me pasó con un maestro donde no resolvía mis dudas y ni

instrucciones tenían las actividades. Existe mala comunicación y consideran incompetentes a los maestros.

Regular, porque no aclaran todas mis dudas; están atentos; siempre se mantienen en contacto conmigo; porque me califican bien; no he tenido ningún inconveniente; dan buena motivación a los alumnos; actualmente la plantilla de maestros es buena; siempre son claros y ofrecen el material indicado, están abiertos a dudas y tienen buena disponibilidad; se organizan mejor; falta de comunicación; algunos no aportan nada; hasta ahora han calificado bien pero he escuchado casos malos; subían actividades y no avisaban; hay fallas; porque no son claros con las terceras; las instrucciones que ponen en las actividades no se entienden; algunas veces se tardan demasiado en calificar las actividades; falta de claridad; no aprendes nada en línea; no resuelven dudas; no los veo; me es indiferente; por la manera de calificar; no tenía tanta comunicación; no son comprensibles. No le saben a la Plataforma Nexus; ni bien ni mal. Hay mala calidad por parte de los maestros hacía con sus alumnos. No existe una buena comunicación entre ambos en cuanto a fechas de entrega.

Quienes expresan que nada manifiestan que no he visto accesibilidad para hablar con ellos. Es mucho trabajo, no me acoplo a las de en línea; Les hace falta práctica; no saben utilizar la plataforma; parece que ninguno está capacitado para impartir clases en línea; falta prepararse; no poner atención; no he llevado en línea; no te dan chance de subir los trabajos después; no hay contacto directo; no aprendo; porque la mayoría no explica, no controla o no responden a la plataforma; poca disponibilidad. 15 estudiantes, tienen muy malas experiencias con sus maestros en línea, ya que de igual manera no los creen capacitados con respecto a la tecnología y existe mala comunicación entre profesor-alumno. En cuanto a la efectividad del plan de estudios 401, el 90%, dijo que regular; el 5%, que poco; el 3%, nada y el 2% manifestó que, mucha. Las razones: nada, porque te atrasas, pues tu carrera puede ser más larga. Porque creo que con una sola materia no saldré especializado. Me gustaría que hubiera continuidad y sólo materias de nuestro campo. No tiene especialidades, mayores oportunidades en el futuro. Es algo complejo, porque aún faltan ajustes por realizar; porque solo lo

usarán para una posibilidad de estudios cuando la verdadera se había creado desde hace años.

Está mal estructurado, pues no es muy bueno en el aprovechamiento. El alumno promedio piensa que está mal estructurado el plan de estudios porque no tiene una continuidad en donde se puedan especializar y egresar con conocimientos muy vagos de cada materia. Respecto a la comprobación de que las unidades de aprendizaje por competencias son de utilidad y están cumpliendo las competencias generales de la UANL, el 80%, respondió que en ocasiones; el 5%, frecuentemente; el 4%, pocas veces y el 1% que nunca.

En cuanto a las competencias específicas de la UANL respondieron así: el 12%, manifestó que nunca; el 12%, que siempre; el 37%, frecuentemente y el 39%, que algunas veces. Estos porcentajes son muy significativos porque el 76% aprueba satisfactoriamente la aplicación de las competencias.

Piensas así, algunas veces porque en algunas materias los maestros hacen que te interesen y así podemos aprender y ser dinámicos con el aprendizaje. No me satisfacen algunas materias o maneras en que las imparten; porque hay materias que se necesitan más seguimiento. Los maestros no respetan el plan de estudios; Porque el hacer más tarea te hace poner en práctica lo aprendido; Porque ciertos maestros ya tienen su modo de trabajar y no lo dejan. Si funciona pero se llega a complicar; Siento que es un buen plan pero le falta cultura. No lo muestran tan seguido en sus diferentes plataformas; se aprende menos. Cambian los maestros la manera de calificar; La manera de compartir información. Las clases no las imparte el maestros las impartimos nosotros los alumnos que venimos a adquirir el conocimiento. Si se cumplen con las competencias pero me gustaría que los maestros fueran quienes imparten la clase; a veces los maestros tienen prejuicios de los alumnos y eso afecta en su forma de calificar; No me gusta el plan, además de que tienen que pagar los cursos de CPA si no, no sales especializado en esas herramientas. Porque nosotros como alumnos no conocemos a fondo el tema, por eso tomamos clase pero los profes nos ponen a dar un tema que se nos dificulta. Queda mucho por mejorar; porque la mayoría de las

veces pasas las materias sin llevarte nada; porque funciona en personas competitivas como yo, pero hay muchos que trabajan mejor en el sistema tradicional. No todos los maestros se basan en el plan. En la mayoría de las clases no aprenderás nada siempre debes de complementar con actividades fuera de la FCC y de la misma UANL. Se aprende menos. Se cumplen solo algunos aspectos. La mitad de los encuestados cree que los maestros son los culpables de que no estén satisfechos al 100% con el plan de estudios 401, ya que son ellos quienes no se apegan a dicho plan y cada uno tiene diferente forma de calificar y trabajar. Estas opiniones son sumamente significativas porque son un reflejo de lo que realmente piensan los estudiantes.

Quienes contestaron frecuentemente, dijeron que por lo que pasa. Porque lo que he aprendido ha sido acorde al plan que se preparó; porque me han tocado maestros que se apegan al plan de trabajo; porque en el ámbito no hay reclamaciones; todavía faltan varias tareas que poner en práctica; faltan de cumplir algunos; porque lo he vivido en clases; porque pienso que son totalmente buenos; porque he visto algunos resultados. Porque demuestras tus conocimientos mejor que los demás; porque si dejas una materia te atrasa entonces ahí no está siendo útil y va dejando atrás cumplir las competencias; son buenas competencias te desenvuelves. No todos los maestros se basan en el plan de estudios. 10 de los encuestados han comprobado que sí se están cumpliendo las competencias del plan de estudios 401, porque han obtenido buenos resultados en sus calificaciones y están satisfechos con sus maestros.

Respecto a que si el plan de estudios 401 de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, reúne la mayor parte de las expectativas que tenían al ingresar a esta Facultad, el 75%, dijo estar parcialmente de acuerdo; el 7% parcialmente en desacuerdo; el 6%, está totalmente en desacuerdo y el 12%, está totalmente de acuerdo. Estos últimos porcentajes, que son bajos manifiestan que son pocos los estudiantes que consideran que este plan de estudios cumplió totalmente sus expectativas, desde el ingreso.

Quienes respondieron que están totalmente en desacuerdo expresan que no hay acentuaciones; creí que iba tener mayores materias de acuerdo a las especialidades; tenía más expectativas; tenía la idea

errónea de que era producción de radio y T.V.; el aprendizaje que he obtenido ha sido muy significativo; porque era lo que quería; abarca gran parte de las especialidades de la comunicación y aparta conocimiento en cada estudiante; porque tienen lo necesario para cumplir con el plan de estudios; ya había investigado del plan y me pareció muy convincente; Aprendes de todo un poco; las competencias que he desarrollado al momento han sido acorde al plan. Porque está muy completo. Porque si cumple con las expectativas. La mayoría está totalmente en desacuerdo en que el plan de estudios reúne sus expectativas, porque no hay acentuaciones y se aprende todo de manera muy general y así es como se va perdiendo el interés.

Están parcialmente de acuerdo porque creía que las materias serían un poco más prácticas y muchas son teóricas; el nuevo plan es más didáctico y tiene especialidades; espera practicar más; falta más práctica menos teoría. Porque esperaba más materias relacionadas con publicidad y mercadotecnia. Es mucha teoría; debería de ser más práctica y no tanta teoría; juntaron todas las especialidades. No aprendes de todo; porque es muy general. Pensé que habría mejor coordinación. Porque esperaba más calidad; a veces no es lo que esperaba. Porque yo quería salir como licenciada en mercadotecnia. Porque esperaba más prácticas; falta enfocarse más en la materia; me imaginaba que había más materias que me agradaban; Porque hay materias que quiero llevar ya pero no puedo por cursar otras; porque las materias son de acuerdo a las especialidades. Porque el plan anterior era mejor, el nuevo tiene mayor beneficios solo necesita modificaciones.

Gran parte de los alumnos está parcialmente de acuerdo en que el plan de estudios reúne sus expectativas, porque no hay acentuaciones y se aprende todo de manera muy general y ellos quieren enfocarse en las materias y acentuación de su preferencia.

Comentarios generales sobre el plan de estudios 401. Es regular; se debe de organizar mejor en cómo se llevarán las materias, ya que en caso de adelantar se juntan materias consecutivas. Cambiar la mentalidad de facilitadores a maestros, de nuevo. Es buena opción para aprendizajes variados, pero le hace falta algo para

especializarse. Deben de cambiarla; es bueno pero necesita cambios; buena participación le da el alumno mientras este expone sus ideas, modo de avanzar al siguiente semestre. Está bien porque se eliminaron exámenes, pero lo malo es que si repruebas atrasas materias. Regular. Está muy mal en cuanto a materias y seguimiento. La facilidad de poder acomodar el horario como a ti se te acomode; que las clases sean más dinámicas. Mejorar el turno de los horarios; es buena pero hace falta una reestructuración; no me parece muy bueno; hay materias que no sirven para nada; sería mejor con asignaturas; está padre que te impartan conocimientos de todas las áreas de la comunicación; hace falta más práctica y menos teoría. Los maestros deben de impartir las clases. Es más enfocado a periodismo y producción. Mejórenlo, una materia no se basa en dar clase de acuerdo en lo que los alumnos creen saber, pues ser maestro no solo implica sentarse en un escritorio, deberían de preocuparse más por lo que aprendan los alumnos a que pasen la materia. Ves todo muy superficialmente; es bueno pero falta más práctica en las clases y cambiar algunas materias. Bueno y excelente. Súper bueno. No estoy en total acuerdo porque no me gustan todas las materias; me gusta, aprendes muy variado aunque no sea la especialidad pero esa la puedes aprender en la maestría. Lo odio; me agrada la idea de salir de la facultad con un conocimiento general de todas las especialidades y así tener más posibilidad de conseguir un buen empleo. Es bueno. Qué bueno, ya volvieron las especialidades. Entré con la idea de trabajar en los medios pero gracias al plan me di cuenta de que soy buena y de que me agrada más la investigación metodológica; debería de haber más materias que tuvieran continuidad.

2.8. Cruce de variables

Las mujeres que tienen entre 18 a 22 años opinan que el plan de estudios requiere varios cambios, en su mayoría dijeron que deben de agregar especializaciones ya que así salen más preparados para el mundo laboral. El 80% de los hombres que cursaba materias en línea coincidió en que deberían de capacitar más a los docentes ya que no conocen al 100% la plataforma Nexus. Que los maestros no saben

usar en su totalidad la plataforma y que no deben de dar clases por este medio porque no están capacitados.

El 40% nunca ha dejado materias en segunda oportunidad, del 60% de los que han dejado unidades de aprendizaje únicamente el 20% ha dejado en 3ra y 5ta oportunidad. Todos ellos coinciden en que hay una apatía por parte de los maestros, ya que no son imparciales y tienen sus preferencias. Dicen también que deben de capacitar más constantemente a los maestros y darles una mejor motivación para que sean mejores docentes.

El 78% de los alumnos que nunca ha dejado materias en segunda oportunidad dijo que desearía haber cursado las acentuaciones para salir más capacitados. Un 25 % de las mujeres que cursan entre el 3° y 5° semestre, nacido en Monterrey, concuerda en que el plan de estudios no requiere cambios significativos, debido a que con él aprendes un poco de todo y debido a esto, una vez terminada tu carrera, puedes especializarte en lo que más te gusta, ya mejor preparado.

2. 9. Conclusiones

1ª. En el Modelo de David K. Berlo existe una fuente, un receptor, encodificador, un canal, un mensaje, un código y el ruido llamado barrera por varios autores. Es uno de los modelos de comunicación más completos y utilizados que se adapta mucho sobre todo a la comunicación interpersonal.

2ª. El Modelo de Comunicación de Shannon y Weaver, elaborado en 1947 se consideró como un fundamento para el estudio de la comunicación interpersonal en esta investigación, el cual contiene casi todos los elementos de la comunicación en general. Es del carácter de la física y las matemáticas.

3ª. La Teoría de la Autonomía e Independencia rompe las barreras y nos ayuda con nuestro plan de estudios actual en la FCC, ya que es básicamente el estudio por competencias. Expresa que el ser humano nunca deja de aprender y lo hace en cada aspecto de su vida; por más mínimo que sea es un aprendizaje. Nos ayuda a no depender

únicamente de lo que dice el maestro en el aula sino también aprender de lo que aportan los compañeros de la clase.

4ª. Para la elaboración de un Plan de Estudios, en cualquier nivel educativo se requiere de una fundamentación epistemológica, social, institucional y psicopedagógica, un currículum, los programas educativos, la evaluación, las materias o asignaturas y los créditos y una metodología que especifique en lo general el diseño curricular.

5ª. Más de la mitad de los estudiantes encuestados tiene entre 18 y 20 años. Predomina el sexo Femenino, en un 85%. La mayoría está soltera y muy poco porcentaje está casado. El 80% vive en Monterrey. El 70% es originario de Nuevo León. Más del 60% de los estudiantes es de nivel socioeconómico medio. Más del 55 % cursa entre el 4º y 5º semestre.

6ª. La principal ventaja del plan de estudios 401 es que los egresados adquieren conocimiento de todas las ramas de la Licenciatura en Comunicación y la desventaja más mencionada es la falta de acentuaciones en dicho plan vigente.

7ª. El aprovechamiento académico por parte de los alumnos es deficiente, pudimos encontrar que era por la falta de interés hacia las unidades de aprendizaje que se imparten actualmente. La ausencia de acentuaciones y la falta de motivación de los profesores han causado un impacto negativo en los estudiantes.

8ª. En su mayoría, los estudiantes prefieren enfocarse a una sola acentuación y dominar los conocimientos de dicha acentuación, a tener conocimientos vagos, sin profundización de muchas unidades de aprendizaje, ya que a varios no les interesa en lo absoluto, lo cual provoca desaprovechamiento académico.

9ª Se obtuvieron opiniones y comentarios muy variados por parte de los encuestados en donde muchos estaban satisfechos con sus maestros presenciales y en línea, considerándolos altamente capacitados para la docencia, pero por otro lado se obtuvieron respuestas negativas en donde se exigía más interés por parte de los maestros hacia los cursos impartidos y hacia sus estudiantes, creando una mejor comunicación entre ambos.

10ª- La comunicación interpersonal entre los profesores y los estudiantes no es la óptima, tanto en forma presencial, como la tenida en los cursos en línea, porque los encuestados expresan opiniones donde plasman sus inquietudes por la falta de la necesaria comunicación, durante el proceso enseñanza- aprendizaje.

11ª. Las Tecnologías de Información y Comunicación constituyen un arma de dos filos, pues por una parte son una eficaz herramienta auxiliar en el proceso educativo, las cuales se han convertido en grandes distractores que no contribuyen del todo a mejorar la enseñanza y el aprendizaje de los estudiantes universitarios.

Bibliografía

Berlo, D. K. D. K. (1969). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría ya la práctica* (No. 159.9). El Ateneo. Recuperado de: <https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>

Fiske, J. (1985). “Teoría de la comunicación”. *Introducción al estudio de la comunicación*. España Editorial Herder, pp. 1-17. Recuperado de: <https://idolotec.files.wordpress.com/2012/02/modelo-de-shannon-y-weaver1.pdf>

Hawes, H. (1979) *Curriculum and Reality in African Primary Schools*. Bristol: Longman.

Hochbaum, G. M. (1962). *Teorías modernas sobre la comunicación educativa*. Recuperado de: <http://hist.library.paho.org/Spanish/BOL/v52n5p424.pdf>

Keegan, D. (1986). “Interaction and communication”, (Chapter 6, pp.89-107). In Keegan, D., *The foundations of distance education*. Kent, UK.: Croom Helm.

Kelly, A. V. (1989) *The Curriculum: Theory and Practice*. London: Paul Chapman Publishing

Lawton, D. (1989) *Education, Culture and the National Curriculum*. London: Hodder and Stoughton

- Moore, M. (1994). "Autonomy and interdependence". *The American Journal of Distance Education*, 8 (2), 1-5.
- Moyers, C. G. (2007). "Ideas Modernas de la Comunicación. Base fundamental para un desarrollo sustentable de los medios". *Razón y Palabra*, 12(58). Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n58/cgutierrez.pdf>
- Narro, J.; Martuscelli, J. y Barzanga, E. (2012). *Plan de diez años para desarrollar el Sistema Educativo Nacional*. Primera edición México. Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial, UNAM. Disponible en: <http://www.planeducativonacional.unam.mx>
- Rogers, A. (1992) *Adults Learning for Development*. London: Cassell
- Salía-Bao, K. (1988). *An Introduction to Curriculum Studies in Africa*. London: MacMillan
- Schamhart, R. and van den Bor, W. (1994) *Curriculum Development in Higher Agricultural Education: A Case from Benin*. Higher Education Policy, March 1994
- Skilbeck, M. (1984), *School Based Curriculum Development*. London: Harper and Row
- Teune, H. (1990) in FAO, *Report of the Regional Round Table on Strategies for Agricultural Education and Training in Asia and the Pacific*. Bangkok: FAO
- Wedemeyer, C (1977). "Independent Study". En: M. A. Knowles (Ed). *The International Encyclopedia of Higher Education*. Boston, CIHED
- Otros documentos:
- Octavio, I. (2013). "Modelos de Comunicación" [Mensaje en un blog]. *Blog de Octavio Islas*. Recuperado de: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicacion3b3n.pdf>

La comunicación interpersonal y los retos de profesores y padres ante los estudiantes digitales

Francisco Gerardo Valdez Rincón
Verónica Guajardo del Bosque

Resumen: La comunicación es un proceso inherente al ser humano, el nivel de crecimiento y desarrollo que ha alcanzado a lo largo de la historia está fundamentado en la forma de transmitir y compartir sus ideas. Para la humanidad, la comunicación ha constituido un factor de crecimiento y progreso social, ha sido la herramienta principal para la evolución de las comunidades, pero sobre todo, para la consolidación de la familia como célula principal de una sociedad.

Al interior de la organización social, ya sea en la casa o en la escuela, el ser humano ha desarrollado un conjunto de habilidades que le han permitido crecer, entre esas habilidades destaca la forma directa de socializar y de comunicar, en otras palabras, utiliza todas las ventajas que le proporciona la comunicación interpersonal. En estos escenarios de interacción, casa y escuela, es donde padres y profesores, enfrentan desafíos similares, ya que por un lado, las familias sufren los embates del uso irracional y exagerado de la tecnología y las redes sociales y por el otro, los docentes, deben de asimilar la incorporación de las TIC al proceso enseñanza-

aprendizaje, ya que esta tendencia ha modificado la forma en que se enseña y aprende (Carey, 1996).

En ambos casos, la comunicación interpersonal se ve amenazada por el uso inadecuado de los adelantos tecnológicos, en la medida de lo posible, se debe priorizar el contacto directo, sin barreras, aprovechando las ventajas y facilidades que nos brindan las TIC's. De manera coordinada, padres e hijos y/o profesores y estudiantes, deberán explorar alternativas que tiendan a establecer comunicaciones eficaces, sólidas y duraderas, basadas en una escala de valores y principios morales.

Palabras clave: Comunicación, valores, familia, escuela, sociedad.

Abstract: Communication is an inherent process of the human being, the level of growth and development that has reached a long history is based on the way of transmitting and sharing their ideas. For humanity, communication has been a factor of growth and social progress, has been the main tool for the evolution of communities, but above all, for the consolidation of the family as the main cell of a society.

Within the social organization, the sea in the house and in the school, the human being has developed a set of skills that the active believer, among the skills stands out the direct way of socializing and communicating, in other words, all the benefits of interpersonal communication. In these scenarios of interaction, home and school, it is where parents and teachers face similar challenges, because on the one hand, families suffer the onslaught of irrational and exaggerated use of technology and social networks and on the other, teachers, Should assimilate the incorporation of ICT into the teaching-learning process, since this trend has changed the way in which it is taught and learned (Carey, 1996).

In both cases, interpersonal communication is threatened by the use of technological advances, as far as possible, direct contact should be prioritized, without barriers, taking advantage of the advantages and facilities that ICTs do not provide. In a coordinated way, parents and children and / or teachers and students, who explore alternatives that

tend to establish effective, solid and lasting communications, based on a scale of values and moral principles

Keywords: Communication, values, family, school, society.

3. 1. La comunicación, el génesis.

ES difícil imaginar la evolución del hombre en sociedad, sin la posibilidad de razonar una idea, menos aún, de compartir esa misma idea. Razonar y pensar, compartir y comunicar son conceptos íntimamente relacionados con el desarrollo individual y colectivo de los seres humanos. Para situarse por encima del resto de las especies, los seres humanos, necesariamente, tuvieron que compartir entre sí lo que observaban, pensaban o sentían, a través de un “código”, cuyo significado era afín al grupo social. Este “código” era la interpretación de signos comunes, también llamado lenguaje. Morris (1985) define al lenguaje como un “conjunto de signos estructurados que dan a entender una cosa”.

La transmisión de signos comunes era la herramienta principal para generar y compartir una idea, en este sentido Blake y Haroldsen, afirman que el lenguaje era la “facultad propia del hombre para la expresión de sus ideas” o “el vehículo primario para la comunicación” (Ferrer, 1994).

En suma, el Lenguaje es el elemento más importante de la comunicación, su creación representa el factor de mayor relevancia para el desarrollo cultural de la humanidad. (Rocha, Torres, 1992).

La expresión manifiesta de signos comunes de un grupo, o el uso del lenguaje, puede analizarse desde dos vertientes: el habla y la escritura.

In principio erat verbum, en el principio existió la palabra, desde esta perspectiva teológica según el evangelio de San Juan, la palabra estaba en el Creador y por ella fueron creadas todas las cosas, la palabra edifica y dignifica al hombre, la palabra aleja al hombre del resto de las especies. La escritura nos permite establecer en una relación de tiempo y espacio las señales del habla. (Rocha, Torres, 1992). En una

visión general del concepto, el lenguaje, el habla y la lengua, se entrelazan para formar una unidad indisoluble: la comunicación.

Figura 1. Fonseca (2011)

En nuestra percepción, para que el proceso comunicativo esté completo, no basta con compartir un pensamiento o transmitir una idea, se debe tener la intención de enviar un mensaje, que a su vez genere una respuesta. Comunicación deriva del latín *comunicare*, que significa “compartir algo”. En un contexto más amplio, comunicar es compartir un poco de nosotros mismos. Por lo tanto, la comunicación es un proceso que hace referencia a la interacción de los seres humanos dentro de un grupo social. También es definida como la creación de significados compartidos a través de procesos simbólicos (Ferrer, 1994). Desde un punto de vista semiótico, la comunicación podría definirse como un proceso mediante el cual se transmiten signos lingüísticos y no lingüísticos de un emisor a un receptor (Rocha, Torres, 1992)

Un modelo básico de comunicación está integrado por una persona que comunica un mensaje a otra persona, dicho en términos académicos: el emisor, el mensaje y el receptor.

Figura 2. Fonseca (2011)

Esta representación gráfica nos muestra los componentes mínimos para lograr que el proceso comunicativo se lleve a cabo. Con el paso de los años surgirían diversos autores, que desde su campo de estudio, vendrían a enriquecer este modelo. Además de otros modelos de comunicación, llegaron también teorías, categorías o clasificaciones de la comunicación, nuestro objeto de estudio lo comprende la comunicación interpersonal, en esa interacción directa que se da día con día entre padres e hijos y profesores y estudiantes.

Reflexionar acerca de la comunicación interpersonal, es quizás un viaje al pasado, al origen de la comunicación humana, ya que en los últimos años, académicos e investigadores se han dejado llevar por la tendencia de abordar líneas temáticas que tienen que ver con el uso de la tecnología, todo ese vasto conjunto de adelantos tecnológicos que deberían de servir para mejorar la comunicación en la casa y en el aula.

Los estudios sobre comunicación dejaron atrás su antecedente humanista, se enfilaron en la carrera deslumbrante de la radio, el cine y la televisión (Galindo, 2005).

En los últimos años la comunicación interpersonal, desde nuestra perspectiva, se ha visto amenazada, padres de familia y profesores enfrentan nuevos desafíos para mantenerse comunicados con sus hijos o estudiantes, es incuestionable los beneficios que las TIC han traído al salón de clase, también no dudamos que el uso de dispositivos electrónicos al interior de una familia promedio fomentan la interacción entre sus miembros, pero en algún momento de estas interacciones, el trato abierto, claro y directo, que provee la comunicación interpersonal, se ha perdido. Los efectos negativos del uso irracional y exagerado de la tecnología, afectan las relaciones interpersonales y afectivas, tanto en el aula como en la casa. Las teorías de la sociedad de masas se caracterizan por considerar que el

crecimiento de las sociedades industriales han erosionado los vínculos sociales y familiares de los individuos, masificándolos y aislándolos de sus grupos primarios y de referencia (Lozano Rendón, 1996).

Como consecuencia natural, se generó la transición de una sociedad eminentemente agrícola o rural a la sociedad industrial, para Rocha, (2015) los siguientes factores influyeron en ello:

El establecimiento de la burocracia, la estratificación, la migración, la difusión de innovaciones.

Estos factores, en conjunto, propiciaron la dispersión de los individuos y con el paso del tiempo modificaron el orden social, esto provocó, indirectamente, que la comunicación franca y abierta como base de la solidaridad social entre la gente se torne más difícil, debido a la diferencia social, la impersonalidad, la desconfianza, la ruptura de los vínculos sociales y la creciente anomia entre los miembros (Rocha, 2015).

En este mismo sentido, identificamos algunos factores que consideramos contribuyeron, sin pretenderlo, al deterioro de la comunicación interpersonal:

- El crecimiento industrial
- La explosión demográfica
- Los movimientos migratorios de la zona rural a las ciudades
- La transformación de los pueblos en ciudades y estas en grandes urbes
- Las tecnologías de la información y comunicación en la sociedad.

Es importante señalar, que estos factores son de vital importancia para la evolución social del individuo y para la modernización de las ciudades, algunos son inevitables, otros son consecuencia y el resto favorecen la inversión y el empleo en los países. Nuestro análisis sólo pretende identificar las causas que han propiciado que la comunicación interpersonal se vea afectada, además de contribuir a que padres y profesores enfrenten con éxito el desafío de establecer comunicaciones eficaces con sus hijos o estudiantes, con el propósito

de generar un proceso empático que tienda a mejorar el aprovechamiento escolar y lazos afectivos sanos y duraderos.

3. 2. El profesor y la comunicación en el salón de clase

Durante muchos años, más de 3000, el maestro en su relación cara a cara con sus discípulos, ha sido el principal medio para transmitir el conocimiento, en su forma más elemental, expresaba y compartía sus ideas, de aquí que el binomio comunicación-educación estén estrechamente relacionados. De hecho esta fue la forma básica de comunicación educativa hasta el siglo XIV, cuando la invención de la imprenta permitió por primera vez la difusión a gran escala del conocimiento mediante libros (Bates, 1999).

Plasmar las ideas por escrito y tener la posibilidad de difundir el conocimiento para llegar a más personas, significó uno de los más grandes adelantos de la época y que aún tiene vigencia.

La escritura permitió, con la mayor exactitud posible, enviar las señales del habla. La escritura, el libro y la imprenta, revolucionaron a la educación, partiendo desde la óptica de esta fórmula simple: más libros, más profesores, más escuelas y más niños a quienes enseñar. Podríamos considerar el uso de los libros como una de las primeras tecnologías de la enseñanza, muchos autores afirman que sí, ha representado a través de los siglos ser la herramienta principal del proceso educativo completo (enseñar y aprender).

Desarrollo	Años de operación
Maestro	3000
Libro	500
Servicio postal	150
Radio	60
Película	50
Televisión	20

Tabla 1. El desarrollo de nuevas tecnologías en la enseñanza hasta 1980. (Bates, 1999)

Con el devenir del tiempo surgieron una gran cantidad de tecnologías que vinieron a facilitar la enseñanza, pero ninguna de ellas sustituyó al maestro. Hay que señalar que en los últimos 30 años el desarrollo de nuevas tecnologías en la enseñanza, se ha disparado, llamándole incluso explosión tecnológica (Bates, 1999).

Tipo de tecnología
Audiocassettes
Videocassettes
Enseñanza por teléfono
Aprendizaje por computadora
TV por cable
TV por satélite
Sistemas audiográficos por computadora
Viewdata
Teletexto
Videodiscos
Video interactivo por computadora
Videoconferencias
Correo electrónico
Conferencias por computadora
Internet
Multimedia
Bases de datos interactivos por computadora
Realidad virtual

Tabla 2. El desarrollo de nuevas tecnologías en la enseñanza desde 1890 (Bates, 1999)

Es aquí donde se presentan algunas interrogantes al respecto: ¿El uso inadecuado de la tecnología obstaculiza la comunicación interpersonal? ¿Los profesores están utilizando la tecnología de forma exagerada, cualitativa y cuantitativamente? ¿Es la falta de capacitación para utilizar la tecnología la causa del deterioro en las relaciones interpersonales?

Es pertinente señalar, que las referencias no son a todo el sector educativo y en todos los niveles, conocemos muchos casos y experiencias de éxito donde la interacción entre profesores y estudiantes fluye de manera correcta.

El uso de la tecnología con fines educativos debe de representar un apoyo didáctico, sin embargo, de acuerdo a lo expresado por la teoría

de la sociedad de masas esto no ha sido así, por el contrario, está erosionando la comunicación en el salón de clase, formando brechas invisibles entre profesores y estudiantes. Nos queda claro que los profesores deben adaptarse a su nuevo rol e incorporar adecuadamente las facilidades que otorgan las nuevas tecnologías educativas, esta tendencia ha modificado la forma en que se enseña y aprende (Carey, 1996).

En nuestra opinión, todas las tecnologías, antiguas y nuevas, son un complemento del proceso, representan una alternativa extraordinaria que facilita las actividades de enseñanza y que es adaptable a los estilos de aprendizaje de los estudiantes. Aquellos países que mejor aprovechen el poder de las telecomunicaciones y la computación para las necesidades de educación serán los líderes económicos del siglo XXI (Bates, 1999). En suma, los avances tecnológicos se han convertido en un instrumento estratégico para mejorar la eficiencia, la productividad y la competitividad en todo el proceso educativo.

Los beneficios que brindan las nuevas tecnologías aplicadas a la educación son claros y contundentes. En el terreno de la comunicación interpersonal y fundamentada por la teoría de la sociedad de masas, ¿por qué existe la idea de lo contrario?

Mejorar la comunicación interpersonal en el salón de clase y que a su vez se traduzca en un mejor rendimiento escolar, debe abordarse de manera conjunta entre los administradores, escolares y los profesores, la institución se beneficia al tener mejores indicadores generales de aprovechamiento y los profesores, en el día a día, disfrutarán mejor su trabajo. La comunicación interpersonal debe acompañar a docentes y alumnos durante la vida escolar, el uso de la tecnología solo es un complemento didáctico en esta era digital, las habilidades lingüísticas para enseñar objetivos de aprendizaje están por encima de los adelantos tecnológicos, aunque estos lleguen en revolución. El intercambio de mensajes significativos en ambientes de aprendizaje tiene efecto duradero y permanecerán largo tiempo en la vida de sus actores. Promover la comunicación interpersonal debe significar una agradable vuelta al pasado, a sus raíces, a esa comunicación directa, cara a cara, que se entrega inmediatamente y que tiene su retroalimentación de la misma forma, como la que tuvieron los

primeros hombres y cuyos mensajes aún perduran. Por tratarse de una comunicación que se da en un salón de clase, donde se espera cierto nivel de responsabilidad por lo expresado y basado en un mínimo de valores comunes entre todos sus integrantes, es conveniente recomendar, con la intención de fortalecer las relaciones interpersonales, que la interacción sea guiada por el uso de valores éticos (Verderber, 2009):

- La verdad y la honestidad, significa evitar las mentiras, los engaños, el robo o la estafa.
- La integridad, significa ser coherente con nuestras creencias y acciones.
- La equidad, significa alcanzar el equilibrio, implica imparcialidad o falta de prejuicios.
- El respeto, significa tomar en cuenta a las personas y sus ideas, aunque no estemos de acuerdo con ellas.
- La responsabilidad, significa responder por nuestras acciones y por lo que decimos.

Como señalamos en párrafos anteriores, esta es una tarea compartida, las instituciones educativas deberán abordar esta temática de forma clara y contundente, recordando la naturaleza humanista de muchas de ellas. En el diseño de sus políticas y objetivos institucionales deberán incluir su postura ante estos desafíos.

En este sentido, la Universidad Autónoma de Nuevo León, dentro de su programa Visión 2020 UANL asume su compromiso social y pone a consideración de los universitarios un conjunto de valores: verdad, honestidad, solidaridad, libertad, respeto a la vida y a los demás, equidad, paz, comportamiento ético, integridad, respeto a la naturaleza y justicia.

En nuestra percepción, la educación representa la herramienta más poderosa para lograr la transformación de la sociedad, en primera instancia, y del país posteriormente. Una educación basada en un conjunto de principios morales, iniciada en las primeras etapas de

nuestra vida, pasando por la instrucción primaria, más tarde la educación preparatoria y después en la educación superior, ayudará a generar ciudadanos analíticos, críticos de su entorno, reflexivos, honestos y participativos de la vida social. Esta educación basada en valores estaría alineada con los objetivos institucionales en cada nivel de instrucción, siendo los profesores el medio principal para comunicar estos principios. Sería un proceso de comunicación abierta y permanente, que propiciaría la confianza para abordar asuntos relacionados con el aprendizaje de los estudiantes. En el corto plazo, disminuirían problemas como la deserción escolar, aumentarían los niveles de aprovechamiento y disminuirían los índices de reprobación escolar. Y a largo plazo, la sociedad completa estaría integrada por hombres y mujeres que fueron educados y formados bajo este código ético, con ello estaríamos dando un gran paso para transformar nuestro país.

3. 3. Relación de padres e hijos en la era digital

Las nuevas tecnologías de la comunicación también llegaron a los hogares y modificaron la relación entre los integrantes de las familias. Nunca en la historia de la humanidad hubo tantos adelantos tecnológicos como en los últimos 30 años, basta con recordar cómo era la relación existente entre familias y la cantidad de aparatos electrodomésticos que había al interior de las casas de ese tiempo. Ahora, comparemos esa comunicación familiar con la que tenemos ahora y veamos también los dispositivos electrónicos con los que contamos hoy en día., desde relojes, audífonos, computadoras, videojuegos, teléfonos celulares, televisiones “Smart” de alta definición, las llamadas “tablets” y toda la amplia gama de accesorios que acompaña a cada aparato, eso sin contar con los que están en la etapa de diseño y que en poco tiempo inundaran los mercados y por consiguiente a nuestros hogares.

Sin duda alguna estos adelantos tecnológicos cambiaron la vida simple que se tenía en el pasado. Ahora se lee, se escucha, se enseña y se aprende acerca de un mundo global, sin fronteras, un mundo que está “conectado” todo el tiempo y al alcance de casi todos. Está de más comentar los beneficios que la tecnología trajo a los hogares, lo

que verdaderamente nos invita a reflexionar es en qué forma y sentido se modificó la comunicación interpersonal entre padres e hijos, afectando la unidad familiar. Padres e hijos están conectados con el mundo, ¿pero están conectados entre sí? Hasta dónde es válido comunicarnos con nuestros hijos a través de dispositivos electrónicos y dejar de lado la comunicación directa, cara a cara, que fomentaba la confianza y el amor filial entre padres, hijos y hermanos. En un tiempo consideramos a la unidad familiar como la célula base de la sociedad, vale la pena investigar y reflexionar para que el concepto familia, como modelo social perdure a través de los tiempos.

Es importante señalar, que en el devenir del tiempo, las características de cada familia van de acuerdo a la época y a la cultura de cada país y que los cambios que impactaban a las familias se daban de manera gradual, dando el tiempo necesario a los procesos de asimilación e incorporación, solo en los casos de conquista o de invasión de una nación a otra, los tiempos y las formas no respetaban su cauce natural.

Ese orden natural del tiempo, donde las semejanzas entre las sociedades (familias) eran notables de una generación a otra, cambió por completo en los últimos 30 o 40 años, de tal forma que una familia de estos días es muy diferente a una familia de 1970, en ese tiempo, por citar un ejemplo de un tema que nos atañe como lo es el escolar, los hijos resolvían sus dudas preguntando a sus padres o hermanos mayores, esto propiciaba la comunicación interpersonal entre los miembros de la familia. Hoy en día, en muchos de los casos, los hijos por sí mismos solucionan las problemáticas escolares a las que se enfrentan, mediante la computadora y la conexión a internet, con esta acción autodidacta, el tiempo de interacción familiar disminuyó, al disminuir también el intercambio de mensajes entre ambos.

Gran cantidad de escuelas y universidades de todo el mundo, han modificado sus planes y programas de estudio, para centrarlos ahora en el aprendizaje; es decir en el estudiante. Esta adaptación representó un cambio del rol tradicional que desempeñó durante muchos años el alumno, bajo este paradigma tecnológico se requiere

un estudiante más proactivo, que asuma su papel de constructor de su propio aprendizaje. En esta era digital, los estudiantes viven situaciones educativas en permanente cambio, teniendo que desarrollar nuevas prácticas y hábitos de aprendizaje (Valdez, 2007). Salinas (2000), señala algunos factores que acentúan la vida de los estudiantes en este mundo inmerso de tecnología:

- Acceso a un amplio rango de recursos: a través del internet, bases de datos, bibliotecas, etc.
- Control activo de los recursos de aprendizaje: debe poseer la habilidad para organizar y clasificar la información.
- Participación activa: de experiencias de enseñanza personalizada, guiados por un tutor.
- Aprendizaje colaborativo: interacción con grupos de aprendizaje.
- Experiencias en tareas de resolución de problemas: con motivación alta, reflexión y espíritu crítico.

Representa un verdadero desafío para los padres saber qué hacer ante estas dos posturas, por un lado el uso de la tecnología, con las implicaciones que esto conlleva, hijos con un sentido más autodidacta, que tratan de resolver sus tareas escolares de manera individual, aunque con ello provoquen, sin intención de por medio, tener menos comunicación con su familia, y por el otro lado dejarse llevar por las tendencias educativas que promueven el uso abierto de la tecnología en el aula.

En nuestra percepción, el reto de los padres de familia consiste en encontrar el punto medio entre ambas propuestas, es decir un equilibrio moderado y controlado. Por un lado aceptar todas las ventajas que brinda la tecnología y por el otro, promover y mantener una comunicación interpersonal abierta con sus hijos, de calidad, tratar de involucrarse en temas relacionados con la tecnología, por ejemplo en la búsqueda de software específico, la compra de app o participar en sus redes sociales. No olvidemos que investigadores educativos señalan que los jóvenes de hoy son los “nativos digitales”

y que prácticamente ellos nacieron “conectados”, pues entonces, los padres deberán buscar esa conexión con sus hijos, pero más que una conexión digital, debe de ser una conexión emotiva, que propicie los niveles de empatía y confianza que permita a su vez estrechar los lazos familiares entre sus miembros.

4. Conclusiones

El lenguaje y el habla son características que solo el género humano posee.

La comunicación entre los seres humanos ha sido uno de los principales factores para estimular el crecimiento y desarrollo de la sociedad.

La comunicación interpersonal provee los recursos necesarios para generar intercambio de mensajes significativos entre los integrantes de una familia.

La comunicación interpersonal es uno de los recursos más importantes dentro de la función docente, ya que permite a los profesores facilitar el aprendizaje en un salón de clase.

El uso de la tecnología con fines educativos, representa una extraordinaria herramienta que los profesores deben de utilizar para complementar su función de enseñanza.

Los padres de familia deben enfrentar el desafío de la era digital con una actitud proactiva, buscando más la conexión familiar que la conexión tecnológica.

Los adelantos tecnológicos constituyen un aliado de profesores y padres para interactuar con sus estudiantes e hijos.

El reto de los padres de esta época es evitar que las nuevas tecnologías se conviertan en un “cyber refugio”, que provoque a su vez el aislamiento y la desintegración familiar.

Profesores y padres de familia deben estimular el consumo productivo y uso positivo de los recursos tecnológicos.

Referencias bibliográficas

Bates, A. W. (1999). La tecnología en la enseñanza abierta y la educación a distancia. México: Trillas.

Blake, R. & E. Haroldsen, (1983). Taxonomía de la comunicación. Paidós Comunicación.

Carey, J. (1996). “Taking charge of charge”. The Journal of Adventist Education.

Ferrer, E. (1994). El lenguaje de la publicidad. México: Fondo de cultura económica.

Fonseca, S., Correa, A., Pineda, M. & Lemus, F. (2011). Comunicación oral y escrita. México: Pearson.

Garza, R. (2009). “La comunicación interpersonal dentro del campo académico de la comunicación: Pautas para una sistematización”.

Global Media Journal. 6 (12), 49-70. Recuperado de <http://sociales.redalyc.org/articulo.oa?id=68712864004>.

Granat, M. & Sepúlveda, L. (2014). Comunicación: Las TIC y las nuevas sociedades. México: Fontamara – UANL.

- Lozano, J. (1996). Teoría de la comunicación e investigación de masas, México: Alhambra Mexicana.
- McEntee, E. (1995). Comunicación oral para el liderazgo en el mundo moderno. México: Mc Graw Hill.
- Morris, Ch. (1985). Fundamentos de la teoría de signos. Paidós comunicación.
- Rocha, E. & Torres, C. (1992). Pragmática de la comunicación verbal y no verbal. México: Ediciones ARBOR.
- Rocha, E. (2007). Educación @ distancia: Retos y tendencias. México: Editorial ARBOR.
- Rocha, E. (2015). Investigación y teorías de la comunicación masiva. México: Pearson. Graw Hill.
- Verderber, R. & Verderber, K. (2009). Comunícate. México: Cengage Learning.

La comunicación organizacional y la tecnología académica como elemento de interconectividad

Caso: Universidad Autónoma de Nuevo León, Facultad de Ciencias de la Comunicación

Yolanda López Lara

Abstract: El estudio que se presenta tiene como objetivo general determinar si las tecnologías académicas que se emplean en la Facultad de Ciencias de la Comunicación -contempladas dentro de su sistema de comunicación institucional- coadyuvan la incidencia a la conectividad de los alumnos inscritos en el 1er. Semestre de la nueva carrera de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen, implementada en el semestre de agosto-diciembre de 2015.

El estudio se desarrolló bajo los lineamientos del método de investigación cuali-cuanti, con un alcance descriptivo dando como resultado un estudio mixto, es un estudio de caso intrínseco, cuya premisa indica: el uso de la tecnología educativa contemplada en el sistema de comunicación organizacional de la FCC impacta el comportamiento del estudiante de 1er. Ingreso y la conectividad con las plataformas electrónicas institucionales. Para la recolección de datos se aplicó la encuesta y Focus Group, además de revisión de documentos administrativos.

Palabras clave: Comunicación Organizacional, tecnologías académicas, conectividad, redes sociales, usabilidad.

Abstract: The general objective of this study is to determine if the academic technologies used in the Facultad de Ciencias de la Comunicación - contemplated within its institutional communication system - contribute to the connectivity of students enrolled in the 1st. Semester of the new Marketing and Image Management career, implemented in the semester of August-December 2015.

The study was developed under the guidelines of the qualitative-quantitative research method, with a descriptive scope resulting in a mixed study, an intrinsic case study, which premise indicates: the use of educational technology contemplated in the organizational communication system The FCC impacts the behavior of the student of 1st. Income and connectivity with institutional electronic platforms. For the collection of data the survey and focus group is applied, as well as review of administrative documents.

Keywords: Organizational Communication, academic technologies, connectivity, social networks, usability.

Introducción

EN la actualidad, gran parte de las organizaciones reconocen la importancia de contar con un sistema de comunicación institucional eficiente que fluya a través de sus estructuras para desarrollar con eficiencia sus actividades sustanciales, saben que sin comunicación es muy poco lo que se puede lograr. Dentro de sus modalidades se encuentra la formal e informal, verbal y no verbal, además de que puede adquirir diversas formas, entre las que se encuentran interacciones directas, llamadas telefónicas, faxes, correo electrónico, notas publicadas en vitrinas de noticias, cartas, memos, informes, videos, redes sociales y presentaciones orales entre otras de diversa índole.

Las instituciones de educación superior son organismos complejos que necesitan de sistemas de comunicación eficientes para atender a los públicos con los que se relaciona sustancialmente. Los flujos de

comunicación formal permean los diversos niveles jerárquicos de la estructura con información, para que la gestión que en ellos se realiza, esté fundamentada en un plan sinérgico de comunicación corporativa.

Las tecnologías a partir de 1990, vinieron a revolucionar la manera en que nos comunicamos las personas y las organizaciones brindando nuevas formas masivas de interacción a nivel mundial.

La Universidad Autónoma de Nuevo León, acorde con los lineamientos del Plan de Desarrollo Institucional 2020 (PDI-UANL, 2020), ha establecido acciones relacionadas con la implementación de plataformas electrónicas como instrumentos de administración, control e interacción académica y social para uso de la comunidad universitaria.

Se consideró conveniente realizar un estudio en la Facultad de Ciencias de la Comunicación cuyo objetivo general es describir el uso que los estudiantes le brindan a los medios electrónicos en la gestión académica.

Los **objetivos específicos** pretenden:

- Determinar la cantidad de tiempo que los alumnos dedican a las tecnologías académicas de las institucionales.
- Definir cuáles plataformas electrónicas institucionales utilizan con mayor frecuencia.
- Describir para qué utiliza las plataformas electrónicas.

La realización de la investigación tiene como beneficio aportar datos que no se conocen en forma objetiva, los resultados que se obtengan servirán para hacer una base de datos en el tema del uso de las plataformas electrónicas de la universidad, es la primera vez que se realiza el estudio a los alumnos del plan 401 (vigente), desde el enfoque de comunicación organizacional.

Viabilidad de la investigación

El estudio se pudo desarrollar porque se contó con los recursos económicos, humanos, técnicos y cronológicos, facilitando la realización del proceso.

Limitaciones de la investigación

La investigación presenta dos limitaciones, la primera en cuanto a los sujetos de estudio, que comprende únicamente los alumnos de la Facultad del 1er. Semestre de la nueva carrera de Mercadotecnia y Gestión de Imagen, la segunda, los límites geográficos que abarcan el territorio físico que ocupa la Facultad.

Consecuencias de la Investigación

Las consecuencias del estudio son positivas, porque los aportes teóricos y cuantitativos muestran una fase de la población medida, además de brindar bases para un estudio de mayor amplitud.

2. Fundamento Teórico

2.1. Perspectiva Teórica

El presente estudio se desarrolla bajo la perspectiva teórica de la Teoría de Sistemas, cuyo modelo creado por Huse y Bowditch (1973), quienes contribuyeron con el modelo teórico que comprende a la organización y la fundamentan como:

Un sistema compuesto por subsistemas, los cuales están intercomunicados, son interdependientes, y están interrelacionados entre sí favoreciendo ampliamente el proceso de comunicación. Considera a la organización como un sistema abierto y dinámico porque tiene entradas, salidas, operaciones y fronteras, busca el equilibrio a través de una retroalimentación positiva y otra negativa (feedback). Además, tiene una multiplicidad de propósitos, funciones y objetivos, los cuales algunos de ellos entran en conflicto y el administrador debe intentar conseguir la homeostasis entre los subsistemas. (Goldhaber, 1998:53).

2.2. Propósitos de la Comunicación

El vocablo de comunicación viendo del latín comunis, significa “común” el sustento fundamental de es la comunidad. Casi todo lo que se dice es comunicación. Existe comunicación intencional y no intencional, pero por lo regular casi siempre se utiliza con intención (Mercado, 2002:37). Aristóteles definió el estudio de la (comunicación) retórica como la búsqueda de “todos los medios de persuasión que tenemos a nuestro alcance” Dejó muy claramente asentado que la meta principal de la comunicación es la persuasión, en resumen lo precisó como el intento del orador de llevar a los demás a tener un mismo punto de vista. Se aluden cuatro criterios para definir el propósito, los cuales a continuación se describen:

- No contradictorio lógicamente ni lógicamente inconsistente consigo mismo.
- Centrado en la conducta (expresado en términos de conducta humana).
- Lo suficientemente específico como para permitir relacionarlo con el comportamiento comunicativo real.
- Compatible con las formas en que se comunica la gente.

En resumen se puede decir que los sujetos se comunican para influir y para afectar intencionalmente.

2.2.1. Las dimensiones del propósito

Hay dos dimensiones en el propósito de la comunicación. Primero es necesario determinar el verdadero “sujeto” del propósito. Se tiene que distinguir entre la comunicación, su receptor intencional y los receptores no intencionales que son en realidad los que reciben el mensaje. En segundo lugar, se ha referido a la necesidad de colocar los propósitos en un continuum consumatorio-instrumental. Todos los propósitos de la fuente como los del receptor pueden localizarse a lo largo de este continuum (Berlo, 1978:11- 17)

La meta de un proceso de comunicación es informar, persuadir, motivar o lograr la comprensión de las partes involucradas. Para

realizar un proceso eficiente se debe tomar en cuenta los conocimientos básicos:

- Qué constituye una comunicación y como recibir los mensajes,
- Cómo procesar la información y como cambiar la opinión, y
- Qué tipos de medios y herramientas de comunicación son los más adecuados para un determinado mensaje.

Las estrategias y tácticas de un programa de comunicación es tan variado que puede adoptar la forma de: comunicados y conferencias de prensa, acontecimientos especiales, folletos, marketing viral, discursos pegatinas, boletines informativos retransmisiones vía internet, concursos, posters, etcétera (Willcox, Cameron y Xifra, 2006:217).

Para hablar de este proceso, es necesario conocer la información o las ideas en su contexto, (marco de referencia) porque de otra manera no se podría llevar a cabo. Comunicación es la transferencia y la comprensión de significados, (Robbins y Coulter, 2010:315).

2.2.2. Comunicación Organizacional

La Comunicación Organizacional (C.O.) es definida por Reding y Sanborn (1964), como el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de una organización compleja.

... Su percepción del campo incluye a las comunicaciones internas, las Relaciones humanas, las relaciones gerencia-sindicato, las comunicaciones

Descendentes, ascendentes, horizontales, transversales, las habilidades de Comunicación (hablar, escuchar, escribir) y los programas de evaluación de las comunicaciones.

Thayer (1968), basándose también en el método general de los sistemas de comunicación, define a la C.O. como “aquel flujo de datos que sirve a los procesos de comunicación e intercomunicación de la organización”. Dentro de la empresa identifica tres sistemas de comunicación:

- Operacionales:
- Datos relacionados con tareas y operaciones
- Reglamentarios:
- Órdenes, reglas, instrucciones y de
- Mantenimiento/Desarrollo:

Relaciones públicas y con los empleados, publicidad, capacitación

La comunicación es la transferencia de información y entendimiento entre una persona y otra, mediante símbolos que comunican significado (Weber, 1947 mencionado por Hellrieger, Jackson y Slocum, 2002:431). Es un proceso en el que la actividad dinámica consiste en enviar, recibir y compartir ideas, actitudes, valores, opiniones y hechos. En una organización los directivos se sirven de este proceso para cumplir con sus cuatro funciones principales: planeación, organización, dirección y control. En virtud de que los directivos tienen la necesidad de contar con información pertinente a fin de realizar la toma de decisión bien fundamentada, crean redes de contactos en áreas departamentales que facilitan el intercambio, la interpretación y la difusión de la información. Una vez logrado lo anterior, las decisiones se comunican con rapidez a quienes coadyuvarán a llevarlas a cabo.

La mayoría de los elementos de una organización en su jornada laboral dedican gran parte a comunicarse con sus superiores, subalternos, colegas, clientes, proveedores, y otros participantes; al hacerlo, participan del proceso de comunicación que comprende de seis elementos:

Emisor (codificador)

Es la fuente de información y el que inicia el proceso de comunicación. Primero elige el tipo de mensaje y el canal que resulte más eficaz; luego codifica el mensaje.

La codificación:

La codificación traduce ideas u opiniones en un medio (escrito, visual u oral) que transmite el significado que se busca expresar, para ello se recomienda cinco principios:

- Pertinencia: el mensaje debe tener contenido y significado.
- Sencillez: utilizar términos lo más simple posible.
- Organización: serie de aspectos que faciliten su comprensión.
- Repetición: Plantear los puntos principales por lo menos dos veces.
- Enfoque: Concentrase en aspectos principales del mensaje.

Receptor (decodificador)

Es la persona que recibe y codifica (o interpreta) el mensaje del emisor. La decodificación traduce el mensaje en un versión que tiene sentido para el receptor.

Mensaje

El mensaje contiene los símbolos verbales (orales y escritos) y las calves no verbales que representan la información que el emisor desea transmitir al receptor.

Canal

David K Berlo (1978:53), menciona que el canal es el medio o vehículo en el cual transporte su mensaje.

El canal es el curso que sigue un mensaje entre el emisor y el receptor, es la parte “tangible” de la idea que se deseaba expresar y existen de diferentes tipos:

- Canales descendentes
- Son todos los medios de transmisión de mensajes que emplea la gerencia para comunicarse con los empleados.
- Canales ascendentes
- Son todos los medios de que se sirven los subordinados para enviar mensajes a sus superiores.
- Canales horizontales
- Son todo medio que se utiliza para enviar y recibir mensajes entre líneas departamentales con proveedores, clientes y empleados, además de tomar mayor importancia en las organizaciones que trabajan en red.

- Canales informales
- Son todos los medios no formales de comunicación descendente, ascendente y horizontal, entre emisor y receptor, es la red natural (grapevine) o “radio pasillo”. Es un sistema de comunicación informal que se genera en una organización a lo largo del cual la información viaja en cualquier dirección. La ruta que siguen los mensajes en esta red natural se basa en la interacción social, no en los esquemas de la organización.
- El canal es el medio o vehículo en el cual transporte su mensaje.
- Redes externas.
- Estas redes se crean al dedicar el personal de la empresa en general, tiempo para reunirse con compañeros y personas ajenas a la organización, asisten a reuniones de asociaciones, ferias comerciales, eventos empresariales y otros sucesos que traen consigo como resultado, la creación de diversas relaciones estrechas e informales con personas y públicos interesantes que no pertenecen a la empresa. Los individuos se sirven de estas redes para ayudarse, intercambiar favores, utilizar recursos de terceros a favor de su desarrollo profesional u obtener información y apoyo.
- La Red (interna)
- La dirección de la red ha sido tradicionalmente dividida en las comunicaciones e interacciones ascendentes descendentes, horizontales y transversales que facilitan los flujos de comunicación interna entre todo el personal de los diferentes niveles jerárquicos de la organización.

Retroalimentación

La retroalimentación es la respuesta del receptor al mensaje que envía el emisor. Es la mejor forma de percatarse de que el mensaje fue recibido y comprendido en su totalidad.

Percepción

La percepción es el significado que el emisor o receptor le conceden a un mensaje. Las percepciones se ven influidas por lo que ven los individuos, por la manera en que organizan esos elementos en su memoria y por los significados que les atribuyen. Algunos problemas de comunicación pueden deberse a dos dificultades de percepción:

- La percepción selectiva
- Es el proceso de filtrado de información que no desea o debe evitar (oímos solo lo que queremos oír).
- La creación de estereotipos

Es el proceso de elaborar suposiciones sobre los individuos tan solo a su base de pertenencia a un género, raza, edad u otra categoría. Los estereotipos distorsionan la realidad, ya que con ellos se pretende atribuir a todas las personas de cierta categoría las mismas características, lo cual no tiene razón de ser (Hellrieger *et al*, 2010:431)

2.2.3. Impacto de la tecnología de la información

En 1990, el uso de Internet era utilizado como medio de intercambio de información científica. Hoy en día, es una herramienta de comunicación global que utilizan millones de personas. Internet y la World Wide Web ha creado una forma de comunicación de masas distinta hasta las ahora conocidas. Los usuarios “navegan” en internet, intercambian mensajes electrónicamente con cualquier lugar del planeta, explorando las cantidades masivas de información entrelazadas virtualmente y libres de ataduras espacio-temporales.

El procesador ya no es exclusivo de los PC, hay muchos pequeños dispositivos inteligentes utilizados por los profesionales de la comunicación. La informática permite la automatización de procesos administrativos en las organizaciones de tal forma que pueden realizarse las tareas en una menor cantidad de tiempo y con mayor alcance que los métodos antiguos. Internet facilita a los profesionales de la comunicación los procesos inherentes a su área de competencia.

Internet y los procesos de comunicación

a. Distribución de información por correo electrónico:

El correo electrónico se utiliza para enviar mensajes individuales, grupales y boletines informativos al personal.

- Sitios Web
- A través de los sitios web las organizaciones exponen públicamente lo que hacen, divulgan sus proyectos y difunden su política.
- Folletos virtuales (brochureware)
- Es solo una versión online de los folletos impresos.
- Grupos de noticias (newsgroup)
- Los grupos de noticias se utilizan para hacer análisis de los públicos en el que un participante solicita opiniones y hechos. Se estima que hay unos 10,000 grupos de este tipo. Una de las fuentes más populares de grupos de noticias es Google Groups que está gestionado por Google.
- Servidores de Listas.
- PRFORUM y otros servidores de listas ofrecen una oportunidad dinámica e interactiva para que los profesionales de comunicación y relaciones públicas hagan preguntas a los miembros de las listas.

(Willcox *et al*, 2006:415)

La Universidad cuenta con diferentes plataformas electrónicas que facilitan los procesos en funciones administrativas, procesos académicos en impartición de materias en línea, procesos de tutoría, correo electrónico institucional, tecnología académica en las aulas, redes sociales y página web institucional.

- Página web institucional.
- Redes Sociales.
- Facebook
- Twitter.
- Instagram
- Telefonía celular

- Correo Universitario y plataforma SIASE
- Monitor electrónico
- Youtube

3. Metodología

El estudio se desarrolló bajo los lineamientos del método de investigación cuali-cuanti, dando como resultado un estudio mixto, inicialmente tiene un alcance exploratorio porque investiga un problema poco analizado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, para después convertirlo en un alcance descriptivo. La investigación corresponde al diseño de investigación no experimental transeccional descriptivo y en particular concierne a un estudio de caso intrínseco (Hernández, et al, 2013: 89).

La población de la Dependencia es de 3200 sujetos, y la muestra probabilística aleatoria simple contempla a 147 sujetos de estudio. La selección de muestra implica alumnos inscritos en la UANL, estudiantes activos de la FCC y pertenecientes al nuevo plan académico 410. Que hace referencia a la nueva carrera de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen.

La premisa de la investigación indica: el uso de la tecnología educativa contemplada en el sistema de comunicación organizacional de la FCC impacta el comportamiento del estudiante de 1er. Ingreso y la conectividad con las plataformas electrónicas institucionales.

El indicador se denomina Tecnología académica y contempla:

- b. Página web institucional.
- c. Redes Sociales.
- d. Facebook.
- e. Twitter.
- f. Instagram
- g. Youtube
- h. Telefonía celular
- i. Correo Universitario y plataforma SIASE
- j. Monitor electrónico

Las técnicas empleadas de recolección de datos fueron la encuesta, focus group y la revisión de documentos institucionales impresos y online.

Resultados

A continuación se presentan los resultados obtenidos, así como la Graficación e interpretación de los mismos.

Gráficas de resultados

Datos Poblacionales

Grafica de Construcción propia

Los sujetos medidos corresponden al 87.09% (27) al rango de 17-19 y el 12.90% (4) al de 19-21 años de edad, por lo tanto se deduce que la mayoría de los estudiantes son jóvenes que recién terminaron su educación media superior y se encuentran estudiando el grado inmediato superior.

Gráfica de Construcción propia.

El 100% (31) de los estudiantes participantes en el estudio tienen un estado civil de soltería, evidenciando que la mayoría no tiene compromisos legales respecto a otro tipo de estado civil.

Gráfica de construcción propia.

El 9.67% (3) viven en el municipio de Apodaca, el 9.67% (3) en Escobedo, el 6.45% (2) en García, el 22.58% (7) en Guadalupe, el 25.80 (8) en Monterrey, el 16.12 (5) en San Nicolás de los Garza, 3.22% (1) en Santa Catarina y el 6.45% (2). La gran mayoría de los encuestados viven en la capital del estado de Nuevo León,, seguidos

por los que viven en la zona conurbada del municipio de Guadalupe, seguidos por los que fijan su residencia en las localidades más alejadas de la Facultad como son García, Escobedo y Apodaca. Por lo tanto, se deduce que los alumnos medidos gozan de servicios urbanos y que viven en una condición digna.

Grafica de construcción propia. El 100% (31) pertenecen al 1er. Semestre de la nueva carrera de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen

Indicador: Tecnología académica

Gráfica de construcción propia.

El 19.35 (6) contestaron estar muy de acuerdo, el 48%.38 (15) de acuerdo, el 29.03% (9) ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 3.22% (1) en desacuerdo y el 0% en desacuerdo. El mayor porcentaje de los alumnos consideran estar de acuerdo con el uso de las tecnologías utilizadas en la impartición de clases y el segundo porcentaje alto le es indiferente. Por lo tanto la mitad del salón se ve interesada en la tecnología empleada y la otra muestra desinterés.

Gráfica de construcción propia.

El 100% (31) de los alumnos confirman que si utilizan la herramienta electrónica, por lo tanto es útil y apropiada.

Gráfica de construcción propia.

El 12.90% (4) responden que utilizan el pizarrón en el rango de 1 a 2 veces; el 12.90%(4) de 2 a 3 veces; el 19.35% (6) de 3 a 4 veces; el 35.48% (11) de 4 a 5 veces y el 16.12% de 5 a 6 veces. Según los resultados el mayor rango de frecuencia a la semana es de 4 a 5 incidencias semanalmente, lo cual indica que es una herramienta importante de uso cotidiano.

Gráfica de construcción propia. (Ítem para seleccionar varias opciones de respuestas).

El 96.77% (30) utiliza el pizarrón electrónico para exposición en clase, el 58.06% (18) búsqueda de información; el 54.83% (17) para entretenimiento; el 27.58% (7) en documentales y 9.67% (3) para tutoriales, Se deduce que la mayor incidencia respecto al uso útil del pizarrón electrónico es para la exposición de temas en clase y casi se iguala el uso en la búsqueda de información y el entretenimiento, se considera que hay descuido por parte del personal que tiene a su cargo la vigilancia del buen uso de las tecnologías en las aulas. Se recomienda implementar acciones correctivas con los alumnos en el aula.

Gráfica de construcción propia. (Ítem para seleccionar varias opciones)

El 41.93% (13) encuentran beneficios en la búsqueda de información académica; el 41.93%(13) para conocer avisos; el 3.22% para búsqueda de encuestas. el 45.16% (14) conocer fechas de pagos y el 12.90% (4) para tutorías. Se evidencia que los mayores beneficios que otorga la plataforma del Sistema de Administración y Servicios Escolares (SIASE) a los alumnos es para conocer fechas de pagos, seguida en incidencia de información académica y avisos, razón suficiente de que cumple con el objetivo para lo que fue creada.

Gráfica de construcción propia.

El 9.67% (3) menciona que siempre utiliza las redes sociales de la Facultad; el 16.12% (5) con frecuencia; el 29.03% (9) ocasionalmente; el 38.79% (12) muy rara vez y el 6.45% (2) nunca. Los resultados evidencian que las redes sociales institucionales de la Facultad no tienen el porcentaje de frecuencia deseada para ser visitadas por los alumnos del 1er. Semestre de la carrera de Mercadotecnia y Gestión de la Imagen. Se recomienda profundizar en conocer las causas y contenidos para proponer acciones correctivas y brindarle mayor usabilidad a los medios

Gráfica de construcción propia. (Ítem para seleccionar varias opciones)

El 32.25% (10) responden que el motivo es por entretenimiento; el 29.03% (9) por aprendizaje; el 29.03% (9) para socializar; el 58.06% (18) informativo y el 41.93% (13) para consultar. Los porcentajes de entretenimiento y socializar suman un 61.28% (19); en comparación con información y consulta 99.99% (31) se muestra que es poco su acceso para usos académicos.

Gráfica de construcción propia.

El 9.67% (3) responde que siempre utiliza la plataforma de Facebook institucional; un 6.45% (2) lo usa con frecuencia; un 48.38% (15) ocasionalmente; el 25.80% (8) muy rara vez y un 9.67% (3) nunca. Por lo tanto, las respuestas de ocasionalmente y muy rara vez, suman un 74.18% (23) evidenciando un porcentaje inclinado a favorecer muy poco la visita de la plataforma institucional. Se recomienda buscar causas más en detalle para implementar quizá contenidos con mayor atracción a los alumnos de primer ingreso y se interesen por acceder a la red institucional.

Conclusiones

Al haber desarrollado el estudio se puede afirmar que los alumnos se sienten impactados por las nuevas estructuras organizacionales y actividades inherentes a una institución de educación superior y a la que ingresan por primera vez. Algunos consideran que es beneficioso el uso de las tecnologías en el aula, como por ejemplo los pizarrones electrónicos (P.E.), la red de internet en las instalaciones de la Dependencia, así como el uso que le suministran a las plataformas institucionales. La gran mayoría de los alumnos utilizan las tecnologías académicas de 5 a 6 veces por semana, asimismo, los P.E.

son utilizados para exposición de clase, búsqueda de información, entretenimiento y tutoriales.

Las redes sociales de la institución tuvieron muy poca incidencia para ser visitadas fuera de la actividad académica. Los estudiantes utilizan mayormente las redes sociales del internet para esparcimiento y gratificación personal a la que le dedican el mayor tiempo fuera de la actividad educativa.

Se recomienda hacer una revisión de las secciones y los contenidos que se encuentran en la página web de la Dependencia así como la operatividad e innovación de contenidos para motivar la visita motivada del alumno para usarlas desde el correo institucional como las diferentes redes de la universidad.

Bibliografía

Berlo, D. (1978). “El proceso de la Comunicación”. *Introducción a la teoría y la práctica* (9ª. Ed.). Buenos Aires: El ateneo.

Goldhaber, G. (1998). *Comunicación Organizacional* (7ª. ed.). México: Diana.

Hellrieger, D.; Jackson, S. y Slocum, J. (2002). *Administración* (9ª Ed.) México: Thompson Learning.

Hernández, S.; Fernández, C. y Baptista, P. (2013). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.

Mercado H., S. (2002). *Relaciones Públicas. Un camino hacia la productividad*. México: Thomson Learning.

Robbins, S. (2010). *Administración* (10ª. ed.). México: Pearson, Prentice-Hall.

Willcox, D.; Cameron, G. y Xifra, J. (2006). *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas* (10ª. Ed.). México: Pearson Addison Wesley

Otros documentos

Plan de Desarrollo Institucional UANL 2020. San Nicolás de los Garza, N.L. Publicaciones de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Comunicación educativa y entretenimiento educativo para la formación de la conciencia social

María Teresa Cervantes Loredó

Resumen: Diversos acuerdos, convenios y declaraciones alrededor del mundo, buscan facilitar y garantizar educación de calidad para la humanidad. Uno de los fines colectivos de la educación implícito en algunos tratados internacionales, es el del desarrollo de ciudadanos con un alto grado de conciencia social.

La educación, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías juegan un papel fundamental en la formación de la conciencia social en la población. La educación y la comunicación son dos procesos inseparables, no puede haber educación sin comunicación y toda comunicación educa en un sentido o en otro.

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son útiles herramientas para informar y educar, pero actualmente el principal uso que se les da es entretener. Sin embargo, existe otro tipo de entretenimiento alternativo que tiene un marco conceptual distinto y está orientado a la formación de la conciencia social y la ciudadanía.

Palabras clave: Conciencia social, comunicación educativa, entretenimiento, nuevas tecnologías.

Abstract: Various agreements, conventions and declarations about the world, seek to facilitate and guarantee quality education for humanity. One of the collective aims of education implicit in international treaties is the development of citizens with a high degree of social awareness.

Education, the media and new technologies play a fundamental role in the formation of social awareness in the population. Education and communication are two inseparable processes, there can be education without communication and all communication to educate in one sense in another.

The media and new technologies are useful for informing and educating, but currently the main use they are given to entertain. However, there is another type of alternative entertainment that has a different conceptual framework and is oriented towards the formation of social awareness and citizenship.

Keywords: Social awareness, educational communication, entertainment, new technologies.

5.1. La educación y sus fines sociales

EL 10 de Diciembre de 1948 en el Artículo 26 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la ONU establece el derecho de todos los seres humanos a una educación gratuita y obligatoria, orientada al desarrollo de la personalidad, a la libertad y a la paz entre los pueblos. Desde entonces, en distintos tratados internacionales, convenios y declaraciones se ha ratificado ese derecho inalienable.

Lo mismo establece la Convención sobre los Derechos del Niño, en 1989, que propone además asistencia financiera en caso de necesidad, educación superior accesible a todos, así como métodos de enseñanza modernos y compatibles con la dignidad humana.

En 1990 los países que firmaron la Declaración Mundial sobre Educación para Todos (EPT) reconocen que la educación es condición indispensable para un mundo más seguro y para el desarrollo social y económico. Los países firmantes se comprometieron a responder a las necesidades básicas de aprendizaje de niños, jóvenes y adultos, a reducir las desigualdades mejorando la calidad educativa para niñas y mujeres y a dar oportunidades de acceso a la educación a los grupos desamparados: niños de la calle, trabajadores inmigrantes, desplazados de guerra, pueblos invadidos, indígenas, minorías e incapacitados.

Durante el Foro Mundial sobre la Educación celebrado en Dakar, Senegal, en Abril del año 2000, más de 160 países se propusieron lograr para el año 2015 seis objetivos de la EPT: a) Ampliar el acceso a la atención y educación de la primera infancia, b) Universalizar la enseñanza primaria, c) Ofrecer más posibilidades de aprendizaje a los jóvenes y los adultos, d) Reducir a la mitad la tasa de analfabetos, e) Lograr la igualdad entre los sexos en la educación, f) Mejorar la calidad de la educación en todos sus aspectos.

México es uno de los estados que han suscrito las declaraciones y convenios mencionados pero, desde antes, el Artículo 3º de nuestra Constitución postula una educación gratuita, obligatoria para la educación básica, laica, democrática, nacionalista, orientada a desarrollar todas las facultades del ser humano, a eliminar la ignorancia, los prejuicios, a promover la cultura, la igualdad y la solidaridad internacional.

Habría que revisar en qué medida nuestro país está cumpliendo todos estos postulados y compromisos y qué obstaculiza su cumplimiento.

La calidad de la educación tiene relación con factores como el presupuesto dedicado a educación, la capacitación y las condiciones de trabajo de los maestros y las condiciones de vida de los estudiantes. En México estos factores se han visto impactados por el proyecto económico neoliberal que tiende a imprimir a la educación un carácter de mercancía.

La mercantilización de la educación significa la reducción de la inversión pública en educación, la participación privada en la oferta

educativa, el pago cada vez más elevado de los servicios educativos que ofrece el Estado.

La concepción mercantil de la educación devalúa la profesión magisterial cuyas condiciones de trabajo se han vuelto difíciles: bajos salarios, inestabilidad laboral, incremento en las horas de trabajo frente a grupo, modificaciones adversas en el sistema de pensiones, falta de apoyo material y académico, incremento del gasto para su propia capacitación, necesidad de un empleo adicional para sobrevivir. Estas condiciones prevalecen tanto en escuelas públicas como privadas y se agudizarán en el futuro debido a la Reforma Educativa aprobada en 2013 que en realidad es una reforma laboral para el sector educativo.

Por otra parte, en México las condiciones de vida de la mayoría de los estudiantes que asisten a las escuelas públicas, y una buena parte de los que asisten a escuelas privadas, se han deteriorado en los últimos años como consecuencia de la reforma educativa y de las políticas económicas implementadas. La Declaración Mundial sobre Educación para Todos hace hincapié en la necesidad de asegurar a los estudiantes nutrición, salud y el apoyo que requieren para beneficiarse de su educación.

La mercantilización de la educación se hace presente también en los contenidos educativos y en la orientación ideológica – pragmática de estos. La tendencia a la adquisición de competencias laborales, a las tecnologías, a la investigación para la productividad, a la libertad de educación religiosa, a la libre empresa y a la competitividad son expresiones de esa orientación en detrimento de las humanidades, de los contenidos de tipo social - filosófico, de la historia, de la identidad nacional, del laicismo y la democracia entendida como la participación e igualdad de oportunidades en todos los ámbitos de la vida. La concepción mercantil – neoliberal de la educación es el principal obstáculo para hacer realidad el derecho a una educación de calidad para todos que incluya la formación de la conciencia social y la formación para la ciudadanía.

Esto nos lleva a la cuestión de los fines sociales de la educación implícitos en los tratados internacionales mencionados antes y suscritos por México: educar para la paz entre los pueblos, para la

solidaridad, para una cultura de respeto a la igualdad y la dignidad de los seres humanos, para el desarrollo social y la democracia.

5.2. La formación de la conciencia social

Los fines sociales de la educación que hemos mencionado se lograrán en la medida que se formen ciudadanos con un alto grado de conciencia social.

Definimos la conciencia social como los significados que un sujeto atribuye a los fenómenos de la realidad natural y social en la que está inmerso, así como el reconocimiento de su personalidad individual y de la posición que ocupa en la estructura social, de sus intereses de clase, de los valores que condicionan su conducta y de su responsabilidad en la transformación de la realidad y de las mismas formas de la conciencia social dominantes.

Entendemos por formas de la conciencia social dominantes se expresan a través de las normas de conducta, las leyes, el arte, la filosofía, la ciencia, la política, es decir por la ideología de la clase dominante.

Es necesario aclarar que es comprensible el desarrollo del capitalismo neoliberal en gran parte por el consenso social, es decir por la subordinación a la dominación de una clase. La razón por la que los individuos de una clase social aceptan y asumen las formas de conciencia social generadas en un estrato social distinto al suyo se debe al predominio general de las formas de conciencia social transmitidos a través de la escuela, las iglesias, la familia y los medios de comunicación.

El papel de la escuela y de los medios de comunicación en el dominio ideológico se ha acrecentado con la irrupción de las nuevas tecnologías.

Pero la conciencia social se desarrolla, se forma, sobre todo debido a la experiencia personal, a la práctica social del individuo, a la confrontación entre esas experiencias y las enseñanzas transmitidas de manera deliberada o no deliberada por la escuela, los medios, la

familia o las iglesias. Los seres humanos no solo asimilamos pasivamente la ideología dominante sino que tenemos la capacidad de analizar y criticar las ideas y los fenómenos sociales, de progresar en el nivel de conciencia social para comprender el mundo y transformarlo.

Podemos hablar de distintos niveles o grados de conciencia social en los que vamos progresando:

- Al primer grado le llamaremos “conciencia gregaria” en este nivel el sujeto tiene una clara conciencia de la presencia de los otros, un sentido de pertenencia a una colectividad y se da cuenta de la interdependencia entre los miembros de ese colectivo.
- El segundo grado es la “conciencia cívica” ya que el individuo conoce sus derechos y deberes ciudadanos y los cumple, se apega a las normas establecidas, asume como propias las formas de conciencia social dominantes y trata de ser un elemento funcional en el sistema social.
- Un tercer nivel de conciencia, que denominaremos “conciencia solidaria,” es propio del sujeto capaz de identificar algunas disfuncionalidades del sistema social y se preocupa por ellas, es sensible a los problemas que afectan a la colectividad o a otros sujetos y se solidariza de alguna manera, ya sea por medio de obras de caridad, donaciones, o dedicando tiempo a acciones de servicio social.
- En el cuarto grado de conciencia el sujeto cuestiona las formas de conciencia social dominantes y las disfuncionalidades del sistema social. Busca explicaciones científicas para los problemas y para la realidad. Reivindica sus derechos y se organiza con otros para la solución de problemas comunes. Este grado o nivel es el de la “conciencia reivindicativa”
- Al quinto grado o “conciencia participativa” se llega cuando el individuo además de ser crítico de las formas de conciencia

social dominantes, se visualiza como sujeto activo de los procesos sociales y trata de incidir en las decisiones políticas que afectan el bienestar colectivo a través de organizaciones y movimientos sociales.

- En el sexto grado o “conciencia transformadora” se encuentran los sujetos que tratan de modificar la concepción de la realidad que le han sido impuestas así como de comprometerse en acciones de transformación de las estructuras sociales. A este grado de conciencia le llamamos “conciencia crítica”.

La educación y la comunicación, la escuela y los medios, son herramientas que pueden servir para mantener un sistema social o para transformarlo, para mantener el consenso en torno a las ideas de la clase dominante o para promover el progreso en la conciencia social de los individuos y de la colectividad.

5.3. Las nuevas tecnologías y las redes sociales en la formación de la conciencia social

Actualmente la información es considerada una fuente de riqueza y por lo tanto el acceso a la tecnología informática y a las telecomunicaciones es requisito para el desarrollo económico y social de cualquier nación. Se habla de llegar a ser una “Sociedad del Conocimiento”, entendiendo por esto estar integrado a la economía global, ser un país competitivo y exitoso en el mercado internacional, una sociedad cuyos miembros son educados, con espíritu empresarial y el conocimiento es un recurso para la innovación tecnológica.

Estas nuevas ideas y avances tecnológicos han impactado en la educación de muchas maneras. Es necesario puntualizar que se abre una “brecha digital”: la desigualdad entre los que tienen acceso a las nuevas tecnologías y los que no lo tienen. También el énfasis en los contenidos educativos que fomentan el espíritu empresarial y la concepción mercantilista de la educación de la que hablamos antes. El intercambio entre científicos y la investigación que podrían beneficiarse de estas nuevas tecnologías se ven limitados por la orientación hacia los intereses de empresas, mercados y laboratorios.

No obstante, hay que ponderar las ventajas del uso de las nuevas tecnologías en el ámbito educativo formal: se rompen las barreras temporales y espaciales, la interconexión entre estudiantes y alumnos, la posibilidad de simular experiencias y actividades lúdicas para motivar el aprendizaje, la facilidad de tener información de diversas fuentes, la gran cobertura que podrían tener los programas educativos a distancia usando las nuevas tecnologías.

Por otro lado, si bien las nuevas tecnologías han contribuido a la consolidación de la economía neoliberal y la globalización económica, si ofrecen ventajas para la educación formal, también ofrecen ventajas a la educación no - formal: han permitido el surgimiento de redes sociales a través de las cuales se difunde información que antes era inaccesible para las grandes masas de la población y se propaga un pensamiento y conocimiento alternativo a la ideología dominante.

Recientemente, el uso de las redes sociales y las nuevas tecnologías para convocar a acciones colectivas dio como resultado un fenómeno social de intercomunicación masiva que derribó a gobiernos de varios países árabes y visibilizó el potencial que tienen esas redes para expresar el descontento social e incentivar la movilización social.

En México, a través de las redes sociales se difunde información de movimientos sociales, convocatorias a marchas, blogs de organizaciones ciudadanas, noticias, fotografías de personas desaparecidas, opiniones sobre políticas públicas, sobre políticos y autoridades, memes y chistes políticos. Todo esto expresa el malestar social, el desprestigio de las figuras de autoridad y va conformando una conciencia social crítica y transformadora.

5.4. Comunicación educativa

Tanto en educación formal como en educación no formal las nuevas tecnologías pueden ser usadas para formar la conciencia social. La educación formal es la educación deliberada, escolarizada, planificada, organizada en un currículum, convencional. La educación no -formal es la educación que propicia el aprendizaje fuera del ámbito escolar, puede ser deliberada o no, puede ser planificada o no, muchas veces

está ligada a organizaciones de la sociedad civil y a medios alternativos, parte de la experiencia personal y de los hechos emergentes en la sociedad. Las dos modalidades pueden utilizar innovaciones tecnológicas o no.

La comunicación educativa es un campo de estudio interdisciplinario que se ocupa de la interacción entre los protagonistas de la educación y el aprendizaje, así como de la tecnología aplicada a la educación. Es pertinente señalar que la educación y la comunicación son dos procesos inseparables, no puede haber educación sin comunicación y toda comunicación educa en un sentido o en otro.

Tanto para educación formal como para educación no formal hay muchos elementos que se pueden utilizar para fomentar el desarrollo de la conciencia social: películas, documentales, música, audio de casos y narraciones, literatura, entrevistas, artículos, revistas, periódicos. Existen organizaciones ciudadanas dedicadas a producir y difundir estos elementos. También existen medios alternativos que producen este tipo de elementos: radios comunitarias, periódicos de barrio, blogs y páginas web. Los educadores que laboran en el ámbito escolar y los educadores populares que quieren incidir en la formación de ciudadanía y en la conciencia social de sus educandos tienen oportunidad de seleccionar los materiales más adecuados a sus programas educativos y a su concepción metodológica. Autores como Paulo Freire, Mario Kaplún y Carlos Núñez entre otros han teorizado sobre esto y muchos educadores y comunicadores populares han sistematizado sus experiencias.

En estos párrafos nos hemos referido a la comunicación que tiene una intención educativa pero a través de las nuevas tecnologías también se ofrece otra comunicación cuyo propósito es el entretenimiento. Y nos preguntamos ¿es educativo el entretenimiento?

5.5. Entretenimiento educativo

Antes hicimos una afirmación: “toda comunicación educa en un sentido o en otro”. La comunicación es un proceso por el cual se

transmiten mensajes cuyos contenidos expresan el marco conceptual de referencia del emisor, es decir su concepción del mundo, su cultura, el sentido que le da a su vida, sus percepciones particulares sobre lo que sucede en su entorno. El receptor del mensaje lo recibe con su propio marco conceptual que puede coincidir o no con el del emisor, sea de una o de otra manera, al recibirlo lo interpreta y responde basado en esa interpretación, ese intercambio entre emisor y receptor modifica el marco conceptual de los dos, en ese proceso ambos aprenden, por esto afirmamos que toda comunicación es educativa.

Como hemos visto, los medios de comunicación y las nuevas tecnologías son útiles herramientas para informar y educar, pero actualmente el principal uso que se les da es entretener. Podemos afirmar que la mayoría de las personas dedica gran parte de su tiempo al entretenimiento frente a la televisión, el teléfono celular, los videojuegos, las tabletas digitales y en las redes sociales. Existe una boyante industria del entretenimiento que hace uso de todos esos recursos, que tiene el entretenimiento como meta y considera el trabajo como algo necesario solo para obtener lo que se publicita para el consumo.

Las instituciones educativas compiten con esa industria del entretenimiento. Homo ludens vs homo academicus, pero... ¿tiene que ser así? No necesariamente, la educación puede ser entretenida y el entretenimiento puede ser educativo.

Si toda comunicación educa, ¿qué contenidos educativos transmite esa industria del entretenimiento?

En esta aldea global, en esta economía de mercado, con esa concepción mercantil de la educación, en esta cultura del consumo, en esos medios y recursos tecnológicos propiedad de grandes consocios, en esta industria del entretenimiento los contenidos educativos que prevalecen son acordes con la ideología dominante para mantener este sistema socio – económico: la exaltación de la violencia, los estereotipos, la discriminación, el poder y la riqueza, la fama, el éxito individual, la superficialidad, el escándalo, la morbosidad, el fanatismo.

Sin embargo existe otro tipo de entretenimiento, alternativo, aquél que tiene un marco conceptual distinto, porque en lo individual como en lo masivo: los mensajes expresan lo que se tiene en la mente y en el corazón. Este entretenimiento alternativo promueve la convivencia sana, el respeto a la diversidad, a la dignidad de las personas, al medio ambiente, está orientado a la formación de la conciencia social y la ciudadanía. Autores como Miguel Sabido, Kris Barker, Virginia Lacayo y Arvind Singhal han expuesto algunas experiencias de Entretenimiento Educativo y propuesto los pasos para conformar una metodología de trabajo.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. (2004). *Los medios en la comunicación educativa*. México: UPN – Limusa.
- Barker K, y Sabido M. (2005). “Telenovelas a favor del cambio social para la prevención del VIH/SIDA”: *Guía de capacitación en el Método Sabido para periodistas y comunicadores*. Population Media C..
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (El comunicador popular)*. La Habana: Editorial Caminos.
- Lacayo, V. y Singhal, A. (2011). “Medios que mueven”: *Entretenimiento educativo para el cambio social*. OXFAM
- Mirabilia, P. (2009). “En Plan Corto”. *Guía para el uso del vídeo social en la educación para el desarrollo*. Madrid: ACSUR Las Segobias.
- Nuñez, C. (1996). *Educación para transformar, transformar para educar*. México: Lumen - Humanitas

Coordinadores

Dra. Laura Lizeth Campos Guido

camposguido@hotmail.com

Es doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, España, recibiendo la calificación de Sobresaliente “Cum Laude” por su tesis; Máster en Comunicación Periodística Empresarial e Institucional por la misma Universidad y Licenciada en Comunicación por la Universidad Vasco de Quiroga, en Michoacán. Profesora e Investigadora de la Universidad Autónoma de Nuevo León y la Universidad Valle de México, desde hace diez y dos años, respectivamente. Además es Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt, Nivel Candidato. Sus estudios versan en el estudio del periodismo, los medios de comunicación y las estructuras de los mismos.

Dr. Juan Antonio Garza Sánchez

garzacampos@hotmail.com

Es doctor en Ciencias de la Información y Máster en Comunicación Periodística Empresarial e Institucional por la Universidad por la Universidad Complutense de Madrid, España, y Licenciado en Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Profesor e Investigador de la UANL desde hace 10 años y Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Conacyt, Nivel Candidato. Sus estudios se relacionan con el estudio del periodismo, los medios de comunicación y la cultura.

Autores

Dra. Yolanda López Lara

yolandalopezlara_uan@hotmail.com

Doctora en Comunicación Social por la Universidad de la Habana, Cuba, M.C. en Comunicación y Desarrollo por la Universidad Iberoamericana, profesora de Tiempo Completo e investigadora de la Universidad Autónoma de Nuevo León- Facultad de Ciencias de la Comunicación, México. Participa en foros nacionales e internacionales en el ámbito de Estudios sobre Comunicación en sus distintas modalidades: Organizacional, Interpersonal, Social, Masiva, Cultural, las Relaciones Públicas, Desarrollo Organizacional, Gestión del Conocimiento, Periodismo, Análisis de los Discursos Mediáticos, las TIC's y la Innovación.

Dra. María Teresa Cervantes Loredó

matecelo2004@yahoo.com.mx

Tiene estudios de Lic. en Trabajo Social, Maestría en Formación de Recursos Humanos, Doctorado en Ciencias de la Educación y una segunda Maestría en Terapia Familiar y de Pareja. Se ha desempeñado como Asesora en Diseño Instruccional en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, como docente en la Universidad Pedagógica Nacional y en la UANL. Su línea de investigación es “La comunicación educativa y el compromiso social”.

Dr. Sergio Manuel de la Fuente Valdez

sermanfuen@yahoo.com

Doctor en Comunicación Social por la Universidad de la Habana, Cuba, Maestría en Ciencias de la Comunicación, por la Universidad Autónoma de Nuevo León, profesor de Tiempo Completo e investigador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL, México. Profesor e

investigador impartiendo cursos y ponencias relacionadas con Lingüística, Literatura, Comunicación, Redacción. Metodología Científica, Metodología de Investigación Aplicada a la Comunicación, Géneros Periodísticos, Periodismo de Investigación y Opinión, Historia del Periodismo, Introducción al Periodismo, Ética del Ejercicio Profesional, entre otras.

M.C Francisco Gerardo Valdez Rincón

pacovaldez68@hotmail.com

Es Candidato al grado de Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Tiene Licenciatura y Maestría en Investigación de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León. Ha participado con publicaciones en diversos Congresos y Coloquios nacionales e internacionales. Pertenece al CA “Estudios de Comunicación Mediática, Educativa y Organizacional” siendo su línea de investigación la comunicación educativa.

M.C Verónica Guajardo del Bosque.

vguajardob@hotmail.com

Es Candidata al grado de Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Tiene la Licenciatura y maestría en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León, México.

Ha participado con publicaciones en Coloquios y Congresos nacionales e internacionales como el segundo y tercer Congreso Internacional de Comunicación, XVI Encuentro Nacional CONEICC 2013. Es miembro del CA “Estudios de Comunicación Mediática, Educativa y Organizacional” siendo sus líneas de investigación, la comunicación interpersonal y la innovación educativa.

Compiladores

Juan Martin Vargas Torres

martinv@outlook.es

Estudiante de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Intereses: Periodismo, literatura y deportes.

Samuel Velázquez Rodríguez

samuel_vzz1@hotmail.com

Estudiante de octavo semestre de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León

Intereses: publicidad, hablar en público, diseño gráfico, edición.

Xitlalic Candia Cortés

xcandia136@gmail.com

Estudiante de la Facultad en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Intereses: Lectura, Fotografía y Panadería.

Denni Leyva Sánchez

dennileyva@hotmail.com

Estudiante de la Facultad en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de Nuevo León.

Intereses: Lectura y Periodismo.