



# MEMORIAS

**XIII** Congreso Latinoamericano  
de Investigadores de la Comunicación

---

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:  
Reflexiones Críticas desde América Latina**  
**MÉXICO | 5 al 7 de octubre de 2016**

**Grupo Temático 4**  
**Comunicación y Educación**

# MEMORIAS

**XIII** Congreso Latinoamericano  
de Investigadores de la Comunicación

**Sociedad del Conocimiento y Comunicación:  
Reflexiones Críticas desde América Latina**

**Grupo Temático 4  
Comunicación y Educación**

Universidad Autónoma Metropolitana  
Unidad Cuajimalpa  
División de Ciencias de la Comunicación y Diseño  
Avenida Vasco de Quiroga #4871,  
Colonia Santa Fe Cuajimalpa,  
Delegación Cuajimalpa, C.P: 05300  
Ciudad de México

ISSN 2179-7617

# Índice

¿Los estudiantes en la Sociedad del Conocimiento? <i>Silvia Domínguez Gutiérrez</i>	7
Tecno-mediación escolar: encuentros y oportunidades (Educación mediada, oportunidad de establecer diferentes visiones de educar para los medios en un mundo pantallizado y tecno-mediado) <i>Luis Alejandro Corredor Calderon</i>	15
El audiolibro como estrategia educomunicativa: experiencia en la preservación de la cultura popular de los pueblos indígenas <i>Eliza Carolina Vayas Ruiz</i> <i>Dariel Mena Méndez</i>	25
Transmediaciones. Nuevas formas de estar juntos <i>Diego Mauricio Loaiza</i> <i>Beatriz Elena Ruiz.</i>	35
Comunicação do conhecimento científico explorado fora da escola <i>Manuella Vieira Reale</i> <i>Valdenise Leziér Martyniuk</i>	47
Violencia escolar: ¿Por qué es importante diseñar estrategias comunicativas, educativas y axiológicas en educación básica? <i>Aideé C. Arellano Ceballos</i> <i>Ciria Margarita Salazar C.</i>	53
¿La educación iguala o la igualdad educa? El caso del plan ceibal (Uruguay) <i>Agustín Courtoisie</i>	73
Aprendizajes y Cambios en una Experiencia Educomunicativa para el reconocimiento del territorio. Maceo, Antioquia-Colombia <i>Alicia Vanessa Reyes Londoño</i> <i>Laura María Trujillo Mejía</i>	81
Convergencia(s): medios impresos-medios digitales. Un desafío educativo <i>Aurora Rodríguez Sánchez</i>	93
Del infractor inexistente al enemigo omnipresente. La nación en la televisión informativa colombiana: 1960 y 2015 <i>Ana Carmenza Romero Peña</i> <i>Ancízar Narváez Montoya</i>	105
A práxis do jornalista na área de interface da comunicação e educação <i>Aline T. Amaral Horn</i> <i>Rosa Maria Dalla Costa</i>	115
Dar voz a los estudiantes en los medios escolares <i>Juan Carlos Ceballos Sepúlveda</i> <i>Beatriz Elena Marín Ochoa</i>	121
As Mediações Comunicativas da Cultura a Trama Simbólica dos Alunos do Colégio Estadual do Paraná <i>Patricia Goedert Melo</i> <i>Regiane Regina Ribeiro</i>	129

Cómo se hacen las <i>compus</i> . La pedagogía frente a las prescripciones del entorno digital <i>Gabriel Alejandro Medina-Aguilar,</i>	137
De la recepción a la navegación <i>Dra. Delia Covi Druetta.</i>	145
Consumo de medios y TIC entre jóvenes de secundaria. Hacia una propuesta educativa para promover los valores interculturales <i>Gladys Ortiz Henderson</i> <i>Karla Edurne Romero Ramos</i>	153
Investigar el racismo desde la Educación para los medios <i>Rodrigo Zárate Moedano</i>	161
Del dicho al hecho. Una mirada a los programas de estudio en función de acercar a los comunicadores sociales y a los diseñadores de comunicación visual en los ámbitos académico y profesional <i>Liset Vidal de la Cruz</i>	167
A arte de registrar <i>Sandra Maria de Freitas</i>	173
La alfabetización digital en estudiantes de <b>Comunicación</b> de la UAQ <i>Miriam Herrera-Aguilar</i> <i>Gabriel Alejandro Medina-Aguilar</i> <i>Celso Martínez-Musiño</i>	181
Projetos de graduação na tessitura entre comunicação e educação <i>Diva Souza Silva</i>	189
Participación en las redes sociales digitales. Aprendizajes para fortalecer las estrategias educativas en la era digital <i>María Consuelo Lemus Pool</i> <i>Delia María Covi Druetta</i>	197
Radio base Gayol ¡Al aire! Experiencia en la educomunicación con adolescentes cubanos <i>Yanet Alfonso Valdés</i>	205
Reflexiones y hallazgos sobre la Cultura de la Participación y la enseñanza en Instituciones de Educación Superior mexicanas <i>Ileana Cruz Sánchez</i>	217
Comunicación y Educación: Análisis teórico-metodológico para la calidad en la formación de profesionales de la Comunicación, UNISON, México <i>Lisset Aracely Oliveros Rodríguez</i> <i>Emilia Castillo Ochoa</i>	229
Fundamentación teórica metodológica de un modelo para el desarrollo de competencias comunicativas profesionales <i>Lucinda Sepúlveda García</i> <i>Janet García González</i>	241
Redes sociales digitales y vida cotidiana escolar: el caso de los jóvenes estudiantes de la Universidad Veracruzana <i>Rocío López González</i> <i>Fernando de Jesús Domínguez Pozos</i>	255

Redes sociales digitales, posibilidades para favorecer el proceso educativo. Opiniones de universitarios <i>Luz María Garay Cruz</i>	263
Comunicación/Educación, derechos humanos y políticas públicas: un recorrido por las políticas en educación de jóvenes y adultos en Argentina <i>Paula Morabes</i> <i>Darío Martínez</i> <i>Vanina Vissani</i>	269
Dialogos entre Comunicação e EAD na Construção da Vídeo-aula <i>Sibila Rocha</i> <i>Morgana Machado</i>	279
Lei de Acesso à Informação Brasileira e a Transparência Ativa: o caso do Instituto Federal de Roraima e da Universidade Federal de Roraima <i>Tatiana Costa Rosa</i> <i>Leila Adriana Baptaglin</i>	289
A Interface entre a Pedagogia de Projetos e a Educomunicação: uma parceria de sucesso <i>Silvana Malusá Baraúna</i> <i>Adriene Sttéfane Silva</i>	297
Narrativa Transmedia, como herramienta de integración en el aprendizaje colaborativo de estudiantes de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad del Quindío en Colombia <i>Bibiana Magaly Mejía Escobar</i> <i>Lina María León Cárdenas</i> <i>Julián Enrique Páez Valdez</i>	303
La formación de investigadores en comunicación y la alfabetización mediática. El caso del Doctorado en Investigación de la Comunicación <i>Rafael Tonatiuh Ramírez Beltrán</i> <i>Rogelio Del Prado Flores</i>	321
Um estudo do potencial das ferramentas do Facebook em atividades Educomunicativas <i>Mislene Dalila da Silva</i> <i>Luciano Vieira Lima</i>	329
Encuentros Nacionales de Mujeres: sublevando el cuerpo, el lenguaje y los saberes <i>María Florencia Actis</i> <i>María Emilia Sambucetti</i>	335
El retroceso de una investigación: Políticas públicas de inclusión digital en escuelas secundarias, en el marco de la restitución conservadora <i>Leonardo González</i> <i>Sebastián Novomisky</i> <i>Claudia Suárez Baldo</i> <i>Julia Barba Pertine</i>	343
Matrices teóricas y políticas en el campo académico de Comunicación y Educación en Argentina <i>Kevin Morawicki</i>	351
La investigación del uso del aprendizaje colaborativo apoyado por computadora en el ámbito universitario <i>Carlos Alberto Rode Villa</i>	363
Facebook: para reducir las inequidades académicas en la formación y promover la participación interactiva de los estudiantes de Comunicación Social <i>Rosa Cusipuma Arteaga</i>	375



Aprender a mirar: el potencial de <i>Film Literacy</i> <i>Pâmela de Bortoli Machado</i>	381
Reducir brechas tecnológicas en las plazas comunitarias e-México <i>Norma Isabel Medina Mayagoitia</i>	389
Audiovisualidades, artefactos curriculares e redes educativas: apontamentos sobre juventudes, sexualidades e acontecimientos midiáticos <i>Vanessa Maia Barbosa de Paiva</i> <i>Maria da Conceição Silva Soares</i>	395
Prácticas de comunicación para la movilización y el cambio social: un diálogo de saberes en comunicación <i>Gladys Lucia Acosta Valencia</i> <i>Ángela Garcés Montoya</i>	403
Validación de una estrategia pedagógica para la implementación de recursos didácticos audiovisuales en Instituciones Educativas de Montería-Colombia <i>Julián Darío Forero Sandoval</i>	411
Audiovisuais e Estilos de Aprendizagem: contribuição para pensar a interface Comunicação-Educação <i>Vanessa Matos dos Santos</i>	423

# Fundamentación teórica metodológica de un modelo para el desarrollo de competencias comunicativas profesionales

Universidad Autónoma de Nuevo León

Lucinda Sepúlveda García  
[lucinda.sepulvedag@uanl.mx](mailto:lucinda.sepulvedag@uanl.mx)

Janet García González  
[janet.garciag@uanl.mx](mailto:janet.garciag@uanl.mx)

## Resumen

El diseño categorial de la investigación ha sido construido a partir de los aspectos prioritarios que la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL) establece en su Plan de Desarrollo Institucional (Visión 2020).

Es importante considerar que las instituciones de educación superior deben modificar el currículo y métodos de enseñanza ya que los nuevos conocimientos y tecnologías han generado la necesidad de nuevos perfiles profesionales y que tanto el sector empresarial como las instituciones de educación superior deben establecer una estrecha colaboración para efectuar estas modificaciones.

La investigación responde en lo fundamental a un diseño metodológico basado en el paradigma interpretativo, también conocido como hermenéutico, y en la perspectiva metodológica cualitativa, por considerar que sus presupuestos se adecuan mejor al campo de investigación en general, y a los objetivos de este estudio en particular, no obstante se hará uso también de algunas técnicas de corte cuantitativo para identificar tendencias que presentan importancia para el estudio.

Unidades de análisis: Programas de la UANL en los que se lleva a cabo la unidad de aprendizaje de la asignatura de “formación de emprendedores” como materia optativa en unas y en otras como obligatoria. Se tomará como objeto de estudio a los alumnos y ex alumnos seleccionados que posean perfil emprendedor (aquellos con visión empresarial); profesores seleccionados, con diferentes perfiles que imparten unidades de aprendizaje del programa de emprendimiento; y expertos, que se desempeñan en Centros de Incubación de Empresas y Empresarios seleccionados.

## Palabras clave:

Educación superior; competencias comunicativas.

## Abstract

*The category of research design has been built from the priorities that the Autonomous University of Nuevo Leon (UANL), in its Institutional Development Plan (Vision 2020).*

*It is important to consider that higher education institutions should modify the curriculum and teaching methods as new knowledge and technologies that have generated the need for new professional profiles and both the business sector and institutions of higher education should establish a close collaboration to make these changes.*

*The research responds fundamentally to a methodological design based on the interpretive paradigm, also known as hermeneutical, and*

*qualitative methodological perspective, considering that their budgets better research field in general and the objectives of this study fit in particularly, however, it will also use some quantitative technique to identify trends that have significance for the study court.*

*Units of analysis: Programs UANL in which the unit performs learning of the subject "entrepreneurship training" as an optional subject in some and in others as required. It will be taken as an object of study students and former students who have entrepreneurial selected profile (those with entrepreneurial vision); selected teachers with different profiles that provide learning units entrepreneurship program; and experts who work in Business Incubation Centers and selected entrepreneurs.*

### **Keywords:**

*Higher education; communication skills.*

### **Resumo**

*O projeto de pesquisa categorial foi construído a partir das prioridades que a Universidade Autônoma de Nuevo León (UANL), no seu Plano de Desenvolvimento Institucional (Visão 2020).*

*É importante considerar que as instituições de ensino superior devem modificar os métodos de currículo e ensino de novos conhecimentos e tecnologias têm gerado a necessidade de novos perfis profissionais e tanto o setor empresarial e as instituições de ensino superior devem estabelecer uma estreita colaboração fazer essas alterações.*

*A pesquisa responde fundamentalmente a um desenho metodológico baseado no paradigma interpretativo, também conhecido como hermenêutica, e perspectiva metodológica qualitativa, considerando que os seus orçamentos melhor campo de pesquisa em geral e os objetivos deste ajuste estudo em particularmente, no entanto, ele também vai usar alguma técnica quantitativa para identificar as tendências que têm significado para o tribunal estudo.*

*Unidades de análise: Programas UANL em que a unidade executa a aprendizagem do sujeito "formação para o empreendedorismo" como disciplina opcional em alguns e em outros, conforme a necessidade. A decisão será tomada como objeto de estudo os alunos e ex-alunos que têm perfil selecionado empresarial (aqueles com visão empresarial); professores selecionados com diferentes perfis que fornecem programa de aprendizagem unidades empreendedorismo; e os especialistas que trabalham em centros de incubação de empresas e empresários selecionados.*

### **Palavras-chave:**

*Educação superior; habilidades de comunicação.*

## **Introducción**

La tendencia creciente de globalización e internacionalización, de innovación tecnológica, del cambio acelerado e impredecible y de la obsolescencia del conocimiento, han generado un significativo impacto en el ámbito empresarial así como en las universidades. Esto conlleva a la necesidad de propiciar el desarrollo en profesores, investigadores, estudiantes, directivos, y comunidad universitaria en general, de nuevas competencias tendientes a hacer



frente a la sociedad del conocimiento. Ante estos nuevos paradigmas los estudiantes universitarios deben contar con mejores formas de apropiación de conocimientos, de modo tal que los objetivos de formación se orienten a la preparación para la indagación y la búsqueda de soluciones en un entorno complejo e incierto; a la toma de decisiones con más información; al uso de tecnologías más avanzadas, pero además requieren de otras competencias específicas que no se obtienen en los libros de manera directa.

Entre los rasgos esenciales que algunos identifican en cuanto a competencias, puede destacarse su capacidad de ser medibles (observables) y modificables (se pueden adquirir). Pero las competencias se relacionan estrechamente con hábitos de pensamiento y conducta, y aunque pueden aprenderse, su desarrollo será más difícil cuanto más tardíamente se lleve a cabo (Álvarez y Moreno, 2002). Si se desea que los estudiantes egresen con conceptos como emprendimiento, trabajo en equipo, habilidades para la comunicación interpersonal, entre otros valores, debe trabajarse en este sentido desde las etapas más tempranas de su formación profesional.

La relación entre comunicación y educación ha sido siempre indisoluble; los procesos educativos presentan un componente comunicacional tan importante que el tipo de paradigma comunicacional utilizado llega a determinar incluso la calidad del proceso de enseñanza aprendizaje. Así, como es conocido, los modelos unidireccionales de comunicación han sido los tradicionalmente asumidos por la educación concebida como proceso únicamente instructivo, en tanto los modos más contemporáneos de educar, requieren de miradas comunicacionales más dialógicas (Trelles, 2003)

Los aspectos más significativos de este proyecto de investigación y que dan cuenta de la relevancia e impacto de sus alcances pueden clasificarse de tres maneras:

- a) en cuanto a su relevancia en el contexto de globalización e internacionalización. Hoy en día las organizaciones necesitan desarrollar a sus trabajadores, su talento humano, y así lo demandan los integrantes de las entidades. En tal sentido una propuesta de un modelo comunicativo interdisciplinario para el desarrollo de competencias profesionales, pudiera constituir un punto de partida a considerar para la formación de profesionales orientados al logro de estos objetivos.
- b) En cuanto a su actualidad, el trabajo se inserta en una época de avances tecnológicos, innovación, emprendimiento y rápida dinámica de la obsolescencia; los avances tecnológicos no han sido tan solo en la comunicación; ellos han generado un gran impacto en las economías mundiales, ya sea a nivel del desarrollo de la propia industria, en la generación de ventajas competitivas en sectores industriales (o en empresas al interior de ellos) o produciendo mejores niveles de vida para los consumidores finales. Este impacto ha dependido de cuáles, cómo y cuándo se han adoptado dichas tecnologías en los diversos sectores industriales y de cómo ellas han sido utilizadas en una mejor gestión de las empresas (Barros, 2003).
- c) La pertinencia de la propuesta se relaciona con en el aporte que supone para el perfeccionamiento y actualización del currículo del programa de formación de emprendedores de la UANL<sup>1</sup>, dada la importancia de este campo en el plan de estudios, como uno de los elementos que integran el sistema de mejoramiento continuo de la institución, ya que se considera como “la interfase entre las exigencias sociales y el proceso interno en un centro de enseñanza, en lo que se refiere a su labor educativa y, en cierta medida, entre el presente y el futuro” (Aparicio y González, 1994). El plan de estudios logrará implementarse con calidad siempre y cuando establezca los requisitos que fundamentados en los contextos y exigencias sociales, profesionales y científicas actuales, sirvan para formar personas que logren integrarse a la sociedad al terminar o durante sus estudios superiores. Es decir, el logro de la calidad del plan de estudios, está mediado

<sup>1</sup> Universidad Autónoma de Nuevo León

por la “adecuación de él a las necesidades sociales, al nivel de desarrollo científico y tecnológico y a la evolución de éste y aquellas”. En tal adecuación el aporte a la formación de competencias en los futuros profesionales resulta esencial.

El objetivo del presente artículo es fundamentar teórica y metodológicamente un modelo comunicativo que sirva de fundamento al fortalecimiento y desarrollo de las competencias comunicativas profesionales, en el programa de formación de emprendedores de la UANL.

La propuesta que resulta como objetivo final del trabajo no debe ser entendida en el sentido de bloquear o impedir la necesaria formación continua de los profesionales, sino que está orientada a la complementación de conocimientos y habilidades en correspondencia con las nuevas necesidades que puede demandar el mercado laboral y/o el puesto de trabajo. Pero sobre todo beneficiara a la sociedad, ya que existiendo egresados competentes, habrá empresas competentes que a su vez podrán incrementar la calidad de vida de sus empleados y de la sociedad toda.

## Metodología

Cuando lo que se promueve es un proceso de evaluación de competencias profesionales, es preciso posicionar una terminada concepción entorno a la evaluación como objeto de estudio. Para ello se tomaran dos métodos de investigación: metodología cualitativa y cuantitativa.

<i>Evaluación cuantitativa</i>	<i>Evaluación cualitativa</i>
1. Naturaleza de la realidad	
Estable y fija Unidad en la naturaleza, mecánica	Dinámica y cambiante Rechazan la unidad de la naturaleza
2. Relación objeto - sujeto	
El individuo como sujeto pasivo de la realidad Interesado por la búsqueda de hechos o causas, centrándose en las conductas observables	El individuo como agente activo constructor de la realidad en la que está inmerso Interesado por comprender no sólo las conductas manifiestas.
3. Finalidad de la evaluación	
La evaluación se refiere al éxito o al fracaso del logro de los objetivos Énfasis en los productos	La evaluación no sólo se refiere a los objetivos, sino a las necesidades y los valores sociales, la solución de problemas localizados Énfasis en los procesos
4. Contexto	
La evaluación es ajena al contexto	La evaluación debe tener en cuenta las particularidades de cada contexto
5. Papel evaluador	
El evaluador está al margen de los datos con una perspectiva teórica	El evaluador necesita esquemas explicativos para acercarse a cada realidad. Su perspectiva con relación a los datos le permitirá comprender y elaborar una explicación de los fenómenos en relación con su ocurrencia en la realidad.
6. Metodología	
Se basa en el método hipotético-deductivo, comparación de grupos, comprobación, etc. La estrategia es particularista.	Se basa en el método inductivo, exploratorio, descriptivo, expansivo, estudio de casos, etc. La estrategia es holística.
7. Diseño	
Diseños y planes rígidos	Diseños flexibles que se configuran con los datos

<i>Evaluación cuantitativa</i>	<i>Evaluación cualitativa</i>
8. Técnicas e Instrumentos	
Técnica: Encuesta Instrumentos básicos: Tests estandarizados, cuestionarios.	Técnicas: Entrevistas estructuradas, Grupos de discusión. Instrumentos múltiples: Cuestionarios, detonadores

Lucinda Sepúlveda García y Janet García González 2015 elaboración propia

La literatura sobre competencia profesional no es muy profusa en el establecimiento de modelos que orienten en el proceso de evaluación. En parte, esta falta es la lógica por el carácter social y contextual de la competencia que obliga a modelos particulares arropados bajo paradigmas o enfoques cualitativos.

## Unidades de análisis

En la UANL se lleva a cabo el programa de la asignatura de “formación de emprendedores” en licenciaturas y bachillerato como asignatura optativa y en algunas obligatoria.

Los participantes son: los alumnos y exalumnos con perfil emprendedor (aquellos con visión empresarial), profesores con diferentes perfiles que se les asigna la materia (con capacitación previa en el área) los expertos, que se desempeñan en Centros de Incubación de Empresas y Empresarios.

## Procedimientos y técnicas

### *Metodología Cuantitativa: Encuesta*

Los datos de las encuestas facilitan la aplicación cuidadosa del entendimiento lógico, el formato de la investigación por encuesta a menudo permite el riguroso desarrollo paso a paso y la prueba de las explicaciones lógicas mediante el examen de cientos y aun miles de interrogados en las encuestas, es posible, además, poner a prueba proposiciones complejas, que incluyan diversas variables en interacción simultánea.

La disposición de numerosos casos y variables permite documentar los procesos causales más elaborados, es posible pasar por encima de la observación inicial de una correlación entre una variable independiente y una dependiente para examinar el papel desempeñado por las variables que intervinieron.

El propósito de la aplicación de esta técnica es comprender la población más general entre la cual inicialmente se tomó la muestra, el minucioso informe de la metodología promueve la duplicación posterior, de esta manera, se puede poner a prueba por otros investigadores entre otras muestras y subgrupos para refutar o asimilar la generalización de los descubrimientos. (Babbie R., 1988).

## Universo de la investigación

Los profesores que participan en las diferentes facultades y bachillerato impartiendo la asignatura correspondiente al tópico selecto para el desarrollo académico y profesional. Cuyas características del profesor es multidisciplinar, dado que se desarrollan de acuerdo a la movilidad de la materia, esto es de acuerdo a la solicitud que tenga la materia ya que es optativa. El número varía de acuerdo a la facultad y al ciclo escolar determinado.

Para la investigación se tomaron todas las facultades y bachilleratos donde se imparte la materia, dando un total 52 profesores ubicado entre las 17 Licenciaturas y 16 bachilleratos.

*Tipo de muestra: Censo*

*Metodología Cualitativa: Entrevista estructurada y Grupo Focal*

#### Entrevista estructurada

En los estudios de la subjetividad y del papel de los individuos en su comportamiento y saber social proviene, de las insuficiencias del enfoque hasta ahora dominante (esencialmente positivista) proviene del análisis cuantitativo y de gran escala (estadístico). Éste caracteriza cualquier fenómeno *per se*, como si fuera un simple agregado de entes individuales, sin considerar las complejas interdependencias inherentes a la vida social de cada individuo.

La entrevista induce en los debates acerca de la objetividad y la subjetividad, destacando su significado para el desarrollo teórico o explicando sus posibilidades metodológicas. La entrevista proporciona una lectura de lo social a través de la reconstrucción del lenguaje, en el cual los entrevistados expresan los pensamientos, los deseos y el mismo inconsciente; es, por lo tanto, una técnica invaluable para los conocimientos de los hechos sociales, para el análisis de los procesos presentes en la formación de identidades. (Tarrés, 2001).

#### *Grupo Focal*

Una de las vías cualitativas con más características es el “grupo focal”, Ibáñez lo define como “una confesión colectiva” que deja inmediatamente de serlo o de parecerlo ya que “el sujeto enunciado dejará de ser el sujeto de la enunciación: se hablará en grupo, en segunda o tercera persona, de cualquier cosa”. (Ibáñez, 1979: 45 y 123)

La producción de discursos es fundamental, en los “Grupos Focales”<sup>2\*</sup> se genera la información en forma de discurso: flujo de mensajes que circulan entre los miembros de un grupo que pone en forma de habla sus representaciones de la realidad, “las exterioriza en un espacio físico-temporal” (Russi en Galindo, 1998: 77). Se requiere de esta técnica el tipo de información, tener en un grupo “un simulacro de pedazo de la realidad” y llegar al consenso “las hablas individuales tratan –entre sí- de acoplarse al sentido (social). Es así como se puede hablar del consenso, de la búsqueda de éste en la dinámica grupal... hay que colocarse en una posición estratégica, en forma de encuentro, no de búsqueda. Así, el grupo es una fábrica de discursos que hacen de uno solo, el del mismo grupo”. (Russi en Galindo, 1998).

Se entrevistó a tres egresados de éxitos, ya que estos trabajan en su propia microempresa y tienen la experiencia necesaria para exponer sus vivencias a partir de su egreso de la UANL hasta el logro de su éxito empresarial; siete empresarios, por su vínculo (convenios) con la Facultad de Ciencias de la comunicación; y, seis expertos, los cuales manejan el área de emprendedores en diversas instituciones educativas del país. En el grupo focal, participaron ocho especialistas del área del conocimiento, tales como expertos en seminarios especializados sobre emprendedores, empresarios exitosos, y varios docentes.

#### Técnica de análisis de información

Los componentes de la matriz de análisis fueron en orden de desarrollo: Categoría, Subcategoría, sujetos, objeto discursivo y argumentos. Después de esta operación se rescató la propuesta metodológica de Ma. Guadalupe Chávez Méndez<sup>3</sup>, que establece trabajar sobre

<sup>2\*</sup> Cuyo representante es Jesús Ibáñez, fundador al lado de Alfonso Ortí y Ángel de Lucas.

<sup>3</sup> Trabajo ganador del tercer concurso para publicar tesis de posgrado. Categoría: doctorado. Área: Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad de Colima, 2004

una textualidad discursiva en lenguaje natural mediante el análisis argumentativo<sup>4</sup> “de esta forma se construyen esquemas de representaciones lógicas de lo que se piensa y se dice en situaciones concretas de enunciación.” (Chávez, 2004). “La construcción de un esquema lineal o mapa de representación, es ideal para establecer vínculos y/o relaciones entre los objetos más significativos, de este modo se consigue una implicación entre objetos y predicados, que posteriormente se representan en un esquema lógico: “esquema multiarticulado”, el cual finalmente representa una síntesis de lo expresado en el grupo. (Chávez, 2004).

## Resultados

### Resultados de la Encuesta pre-codificada

#### Claustro de Maestros de la DEL

Los emprendedores universitarios necesitan conocer las herramientas básicas para dar inicio a sus proyectos y deben poseer la capacidad de habilidades y destrezas para detectar nichos de oportunidad, así como también, debe de tener una perspectiva analítica para estar receptivos a todo lo que se les presente. Con respecto a esta situación, 55 profesores encuestados que imparten la asignatura de formación de emprendedores en las diversas Licenciaturas y bachilleres en la Universidad Autónoma de Nuevo León, contestaron el 100% afirmativamente; que los alumnos poseen conocimientos básicos del desarrollo del emprendedor. Estos conocimientos son el ingenio, creatividad, liderazgo y trabajo en equipo como los principales (ver Tabla No.1).

Es importante determinar que los conocimientos básicos que en las competencias se identifican son las siguientes categorías de análisis:

<i>Categorías</i>	<i>Subcategorías</i>	<i>Indicadores encontrados</i>
Competencias profesionales (Alumno)	Competencia técnica -metodológicas (saber)	Conocimiento de orientación (Filosofía, valores del Emprendedor), no se hace mención.
	Competencia metodológica (saber hacer)	Habilidades Técnicas: Diagnóstico no se hace mención.
		Habilidades cognitivas: la creación es el de mayor mención con el 14% e ingenio con el 16%, sumándolas se llevan la mitad de las menciones por los profesores como los conocimientos básicos importantes para sus competencias.
		Habilidades Técnicas: Planeación con el más bajo 4%.
		Habilidades Técnicas: Evaluación no hacen mención
	Habilidades directivas: Liderazgo con el 13% de las menciones.	
	Competencia participativa – personal (saber estar)	Habilidades, actitudes y valores: va encaminada al ser emprendedor con un 8%.
Competencia Comunicativa (“saber-ser”)	Formación: solo denota la importancia sobre conocimientos en proyectos con 10% , de negocios con un 8% y un 10% de desarrollo.	
	Trabajo en equipo, un 11% hace mención	

Tabla No. 1 Análisis de categorías encontradas en la encuesta  
Lucinda Sepúlveda García y Janet García González 2015 elaboración propia

<sup>4</sup> Sugerido, aplicado y empíricamente probado por Jesús Galindo

Se denota una falta significativa al darle el reconocimiento sobre elementos de la competencia técnica metodológica y desconocimiento total a un gran número de elementos de las competencias comunicativas.

El desequilibrio laboral que tiene el país crea incertidumbre para el futuro, por lo que es imprescindible que los alumnos analicen detenidamente la situación y tomen cartas en el asunto, ya que ellos son el porvenir de México. Los resultados en este rubro son los siguientes: Los objetivos están registrados como primera instancia con un 27%, siguiéndole la responsabilidad con un 26%, posteriormente la incubadora de empresas con un 23%, el equilibrio con un 15%, y por último el desarrollo con un 10%, el cual desde el punto de vista social, el desarrollo es crucial con las comunidades y las organizaciones de apoyo cada vez son más conscientes de su papel como factores de progreso y paz. Estos son los elementos de la visión social en los cuales los estudiantes hicieron más énfasis.

El emprendedor es una persona inteligente, que da solución a los problemas, que aplica el talento con empeño, que tiene iniciativa, confianza y voluntad para todo lo que emprende. Lo importante no es llegar a la cima sino mantenerse en ella. En relación a este apartado, se hace hincapié en algunos de los elementos que forman la conceptualización del emprendedor desde el estudiante, poniendo de antemano lo que es el proyecto, como segundo lugar opciones / ideas, y tercer lugar negocio.

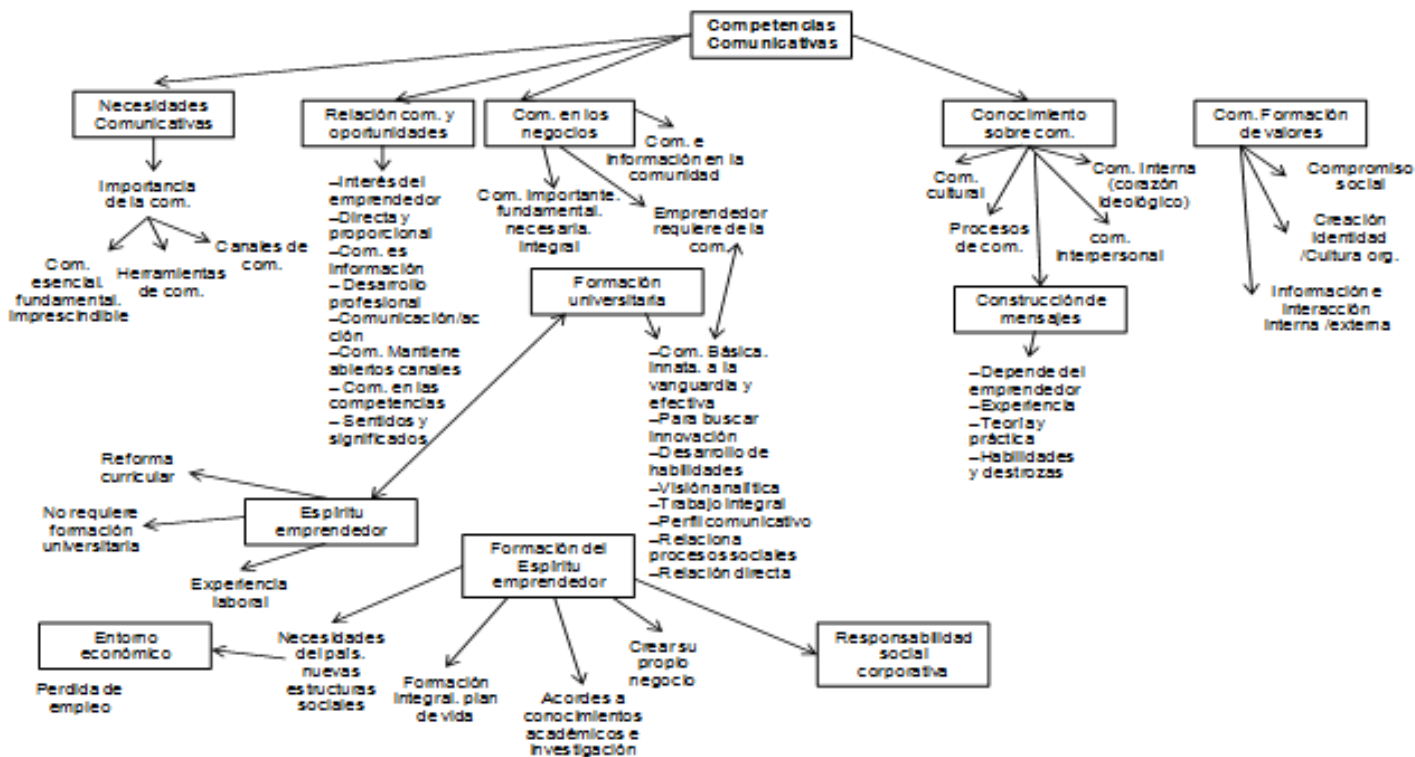
Para su construcción es necesario que los alumnos tengan elementos de una visión social para el diagnóstico, ante ello los profesores detectan la necesidad de conocer los siguientes elementos: un 27 a la misión, visión y objetivos; el 26% la responsabilidad social y 23% en la incubadora de empresa.

En cuanto a las competencias de “saber-ser”, siguiendo la pauta de las competencias comunicativas es relevante la importancia que le presta a la colaboración de trabajo en equipo y lo que representa para un ambiente de colaboración; en el mismo tenor toma en cuenta las relaciones de comunicación en específico la toma de decisiones.

Actualmente, encontramos de especial relevancia que la universidad adopte un papel activo en el proceso de generación de nuevos emprendedores, siendo corresponsable junto al resto de instituciones y agentes sociales del fomento de este colectivo. Este papel no debe limitarse a la mera formación académica sino que puede ir más allá, teniendo sus actuaciones cabidas en los diferentes enfoques analizados. Así, entre los nuevos objetivos de la educación superior debe encontrarse el desarrollo de la capacidad de empleo a través de la adquisición de competencias necesarias para promover, a lo largo de toda la vida, la creatividad, la flexibilidad, la capacidad de adaptación y la habilidad para aprender a aprender y para resolver problemas.

En los enfoques propios del funcionalismo lingüístico, se denomina competencia comunicativa a la capacidad de entender, elaborar e interpretar los diversos eventos comunicativos, teniendo en cuenta no sólo su significado explícito o literal, lo que se dice, sino también las implicaciones, el sentido implícito o intencional, lo que el emisor quiere decir o lo que el destinatario quiere entender. El término se refiere a las reglas sociales, culturales y psicológicas que determinan el uso particular del lenguaje en un momento dado.

Las herramientas básicas de comunicación, son necesarias tanto para el manejo de conflictos, como para relacionarse adecuadamente en el ámbito laboral como personal. Estas herramientas ayudan a adquirir técnicas asertivas de comunicación, mejorando las habilidades de oratoria de los participantes, así como también alcanzando estrategias para el manejo de stress.

**Esquema Multiarticulado de las entrevistas estructuradas**

Resultados cualitativos (Entrevista Estructurada y Grupo Focal)

### Relación entre comunicación y oportunidades:

Con respecto a la relación entre comunicación y oportunidades, los entrevistados mencionaron que es directa y proporcional, entre mayor capacidad comunicativa y conocimiento de sus deseos, mejores logros. Una buena comunicación ayudará al estudiante a definir sus metas y aprovechar las oportunidades de mercado que se presenten ya que todos tenemos competidores y es necesario posicionar un producto y/o servicio. La comunicación mantiene abiertos los canales, se requiere de observación, aplicación de entrevistas, indagar contactos, para definir el mercado y estos contactos son necesarios para comunicar, clarificar, confrontar, conciliar sobre algunos puntos de vista. También agregaron que la comunicación es necesaria en el emprendedor, ya que su desempeño independientemente de lo que emprenda, requiere de ésta como una de sus competencias. Esta es primordial porque es la base de cualquier estrategia de mercadeo que desee implementar y es imprescindible porque a través de una estrategia comunicacional, se logra el éxito de una empresa.

#### 3. Comunicación en los negocios

Trazar una política de comunicación para organizar y dirigir todos los esfuerzos en pro de un mayor y mejor conocimiento de las pequeñas y medianas empresas (PYMES), por sus diferentes públicos, es fundamental. Entre los públicos objetivos que una entidad tiene, debemos destacar: sus clientes, sus recursos humanos, sus accionistas, su consejo de administración y sus proveedores. Saber lo que deseamos transmitir y conocer lo que opinan y piensan estos públicos, debe ser una de las prioridades a marcar en cualquier estrategia empresarial.

Cuando se realiza un plan comercial se establece un canal de ida y vuelta de la información, por el que fluye la comunicación, donde se analiza la aceptación de los productos o servicios y la opinión que de ellos tiene el cliente. Este *feedback* o retroalimentación permite conocer mejor las necesidades del mercado y poder desarrollar elementos diferenciadores en

relación a nuestra competencia. La comunicación permite realizar esta misma aproximación y establecer una retroalimentación con todos los públicos a los que se dirigen las organizaciones.

## Formación Universitaria

Acerca de la formación universitaria, los entrevistados comentaron que la competencia comunicativa es básica para que pueda haber innovación y mejora continua en los procesos de la empresa, esta competencia es innata en los individuos. Cuando se compite de manera interna, se da un mejor desempeño profesional, sin embargo la competencia externa es buena para el crecimiento personal, profesional y empresarial.

Asimismo mencionaron que la competencia comunicativa trae como consecuencia el desarrollo de habilidades emprendedoras en el sujeto, una amplia visión analítica; la capacidad de innovación se activa y la mejora continua se da día a día como parte de la filosofía empresarial. Bajo la perspectiva de un trabajo integral, a medida que el desarrollo se dé y la mejora continua se ponga en práctica, requerirá de un buen esquema comunicacional para darlo a conocer. Comentaron que la competencia comunicativa se relaciona con los procesos sociales y la capacidad de innovación con los procesos cognitivos, mientras que la comunicación centrada en la escucha puede aportar datos para generar ideas nuevas, de tal suerte que este proceso es un continuo en el proyecto.

### 4.1 Formación del espíritu emprendedor

La opinión de los entrevistados con respecto a la Formación Universitaria que recibe actualmente el profesional con espíritu emprendedor, depende de la situación del estudiante, en qué Institución educativa estudia y cuáles son los objetivos académicos de la carrera profesional. El espíritu universitario está cada vez más exento de valores reales para emprender transformaciones sociales con verdadero espíritu emprendedor. Un entrevistado comentó que la formación universitaria emprendedora del estudiante si se aplica en los planes de estudio, está integrada en el programa de formación de emprendedores, aunque como se comentó anteriormente, es una asignatura optativa, en donde el estudiante la puede llevar de acuerdo a sus expectativas.

## Conclusión

El objetivo de este estudio es proponer bases teórico- metodológicas para fundamentar el fortalecimiento y desarrollo de las competencias profesionales, específicamente las competencias comunicativas en el programa de formación de emprendedores de la Universidad Autónoma de Nuevo León, por lo que es importante mencionar que las competencias profesionales<sup>5</sup> contribuyen a que el estudiante universitario adquiera una formación integral, requiriendo herramientas básicas (conocimientos, habilidades, aptitudes, actitudes, valores y destrezas) para la realización de sus proyectos, a través de las cuales descubrirá espacios de oportunidad que le permitan tener un desempeño profesional exitoso.

Para lograr esto en la formación de emprendedores se requiere que la tarea del docente, como objeto de formación, sea educar comunicativamente; además, hacer énfasis en la importancia de las competencias comunicativas. El apoyo institucional que puede y debe proporcionar la universidad a los estudiantes que posean inquietudes emprendedoras. Se engloba aquí acciones diversas como el asesoramiento, información y, sobre todo, la facilitación de relaciones al estudiante para conseguir los contactos necesarios en la materialización de su proyecto.

<sup>5</sup> Ibarra (1998) Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y refleja los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad



Dada las exigencias de la globalización, el campo laboral está demandando nuevas competencias que permitan que el estudiante tenga un desarrollo integral tanto académica como profesionalmente; de ahí la importancia de las competencias comunicativas para el desarrollo de un espíritu emprendedor.

Pero para ello es importante comprender cuál es el significado de competencias y más en este ámbito de una cultura del conocimiento que es donde se forman los profesionistas. Aunque siempre se han aplicado éstas, pero sin el conocimiento del término actual, ya que el estudiante siempre ha aplicado sus habilidades, aptitudes, actitudes, valores, entre otros, dentro del aula universitaria; mismos que pertenecen a estas competencias que el profesionista requiere para un mundo globalizado. Aunque este concepto parecería ser un concepto de modo, es algo que siempre ha estado presente desde que existe el proceso enseñanza-aprendizaje. Es más, el concepto de competencias significa saberes, es un adjetivo de competente que indica apto, adecuado, de tal forma que se hace referencia a la capacitación; misma que se requiere permanentemente en el ámbito universitario, en donde preparamos al estudiante de manera integral, cubriendo con ello la demanda laboral; el término competencia surge en el mundo del trabajo y se convierte en el vínculo existente entre la educación y el empleo, entre la formación y el ámbito laboral de los profesionistas.

Existe una competencia catalogada como competencia comunicativa donde supone que es un proceso complejo de preparación en los profesionales que se les posibilite la apropiación de conocimientos y formación de habilidades que le permitan insertarse activamente en relaciones de comunicación. La importancia de la formación de estas competencias adquiere un matiz significativo en los modos de socialización y por lo tanto, media en la manera en que los individuos se desarrollan profesionalmente en redes de sociabilidad, para la competencia profesional. Pero no se debe ver entonces a la comunicación como una competencia social, sino más bien, como un factor mediador determinante en el desarrollo profesional en el contexto de las nuevas organizaciones de trabajo.

En este mismo tenor, la Universidad Autónoma de Nuevo León, enfrenta retos que implican la permanencia, la calidad, la innovación, la competitividad y la internacionalización: Tal como se menciona en la Visión UANL 2012, donde expresa la aspiración institucional de fortalecer una Universidad de clase internacional, acorde con las expectativas de la sociedad del tercer milenio. Asimismo, tanto sus objetivos como sus programas van encaminados a perfeccionar y desarrollar en ellos las competencias para ejercer la acción del nuevo modelo educativo de formación integral.

Como resultado de todo esto, las Licenciaturas de las diversas Facultades, de la UANL, se encuentran trabajando en la Reforma Curricular (actividad que corresponde a los programas sintéticos y analíticos basados en competencias) formando políticas institucionales para coadyuvar la formación profesional del estudiante. Los contenidos de estos hacen énfasis en las necesidades que requiere el estudiante para una mejor preparación profesional, logrando así un excelente desempeño competitivo en cualquier ámbito.

Ante todo ello, se visualiza en la investigación elementos puntuales para su concientización hacia la formación universitaria, en la cual el desempeño profesional es dependiente de la competencia, dado que el estudiante con formación integral, tiene mayor competitividad no sólo en el ámbito profesional sino también en el personal y social.

Para ello existen algunas de las propuestas en esta nueva concepción; en este sentido, el área curricular, formación general universitaria propicia el desarrollo de competencias generales, necesaria para un desempeño profesional que responda con calidad a las demandas de una sociedad global, donde los egresados de la UANL, continúen con una formación integral. Se puede mencionar como ejemplo, la elaboración del libro de texto: *Emprendedor competitivo: líder innovador*; aunque estos esfuerzos son propuestos desde las políticas públicas educativas, aún no se han implementado del todo.

Como se puede notar el elemento de comunicación en estas competencias, está presente en todo momento, dado que es imprescindible en cualquier tipo de organización tal como

encontramos en la investigación, tanto los empleadores como los docentes tienen claros los objetivos de la necesidad de que los emprendedores requieren herramientas comunicativas para un mejor desempeño profesional. Por otra parte, el emprendedor necesita de estas competencias comunicativas para consolidarse en su campo laboral. En este aspecto el estudiante con espíritu emprendedor debe poseer las competencias comunicativas que implican tener una relación social, logrando así, alcanzar sus metas personales y profesionales a partir de sus habilidades comunicativas.

Otro aspecto fundamental, es la comunicación organizacional<sup>6</sup>, sobre todo aquella a través de la cual los docentes reciben capacitación que les permita además de impartir pedagógicamente la asignatura, desarrollarse profesionalmente. La formación permanente del talento docente, es indispensable para brindar una mejor práctica a los estudiantes. El profesor es ante todo una persona y al igual que los estudiantes, también requiere de una formación integral<sup>7</sup>

La pertinencia comunicativa no solamente la encontramos en las necesidades de este enfoque integral del estudiante, sino también, en los elementos básicos de competencias en el programa de Formación de Emprendedores; esto es, tener una competencia (el saber) asociado con el conocimiento, está vinculado directamente con la competencia del saber estar o saber ser, la cual tiene objetivos encaminados hacia elementos de la comunicación, tales como relaciones interpersonales, grupales, institucionales y sociales.

Los emprendedores universitarios necesitan conocer herramientas básicas (competencias profesionales) para dar inicio a sus proyectos, deben poseer la capacidad para detectar nichos de oportunidad, así como también, tener una perspectiva analítica y estar receptivos a todo lo que se les presente.

Las competencias comunicativas son elementales porque a través de ellas se da la interrelación entre los sujetos, logrando una interacción entre los miembros participativos, alcanzando los objetivos. Un emprendedor que conozca las competencias profesionales y reconozca la importancia de la comunicación puede llegar a desarrollar las siguientes características: El trabajo colaborativo, la creatividad, el ingenio, la innovación, el liderazgo, para concretar los proyectos.

En las competencias profesionales, las competencias comunicativas están relacionadas con los valores, con el medio ambiente. Es importante darle seguridad al joven estudiante. Entre todos los Campus, se están formando jóvenes líderes, para ello se cuenta con el World Trade Center, en donde los estudiantes incuban sus proyectos emprendedores.

Otra propuesta es que la unidad de aprendizaje Emprendedor Competitivo: Líder innovador (antes Formación de Emprendedores), sea obligatoria en todas las Facultades de la Universidad Autónoma de Nuevo León.

## Recomendaciones

1. La capacitación debe ser continua a los docentes responsables de impartir la unidad de aprendizaje de Emprendedor Competitivo: Líder innovador.
2. Que no exista movilidad docente en la impartición de esta unidad de aprendizaje.
3. Los docentes que imparten esta unidad, respeten el programa sintético y analítico de la misma.
4. Los docentes que imparten la asignatura, utilicen el libro de texto, elaborado especialmente para ese fin y conminen a los estudiantes a adquirirlo.

<sup>6</sup> Es el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones a fin de mejorar la interrelación entre sus miembros y entre éstos y el público externo. Trelles (2001).

<sup>7</sup> Según Correa (1997). El proyecto de formación permanente integral, debe articular los intereses, expectativas, temores y necesidades del docente, ésta debe convertirse en un espacio de autoconstrucción de la identidad y dignidad humana. A través de ella, el docente podrá valorar lo que sabe, lo que puede, lo que siente y espera hacer con sus alumnos, compañeros y directivos.

No se debe ver a la comunicación como una competencia “social” entre otras competencias o agregándose a las competencias profesionales; hay que verla como un factor mediador determinante en el desarrollo profesional en el contexto de las nuevas organizaciones del trabajo.

## Bibliografía

- Alvarez, C. y Moreno, C.A. (2002). *Formación basada en competencias emprendedoras para la modernización del estado*. En: VII Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y la Administración Pública, Lisboa, Portugal
- Aparicio, F. y González, R. (1994). *La calidad de la enseñanza superior y otros temas universitarios*. Universidad Politécnica de Madrid, Instituto de Ciencias de la Educación. 236 p.
- Barros, O. Varas, S. y Holgado, A. (2003). *Estado e impacto de las TIC en empresas Chilenas*. Doc. CEGES N° 45, Universidad de Chile.”
- Berrocoso, J. V., Domínguez, F. I. R., & Sánchez, M. R. F. (2012). Modelos de evaluación por competencias a través de un sistema de gestión de aprendizaje. Experiencias en la formación inicial del profesorado. *Revista iberoamericana de educación*, (60).
- Castilla C. A, Garza C R, Sáenz B. L, Sepúlveda G. L. (2009) *Emprendedor competitivo: Líder innovador*. México, Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Castillo, L.C.G.C., Lira, A. G., & González, M. C. I. (2014). *El Enfoque de Competencias para formar Emprendedores: Evaluación del modelo de la Universidad Autónoma de Yucatán, México (The role of competence focusing in entrepreneur shaping: Evaluating the University of Yucatan (Mexico) model)*. *Tec Empresarial*.
- Chávez, Z. (2010) *Elaboración de proyectos de investigación cuantitativa y cualitativa*. 5ª. Edición.
- Ibañez, J (1979) *Más allá de la sociología. El grupo de discusión: Técnica y crítica*. Madrid: siglo XXI
- Russi en Galindo (1998) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Ed. Addison Wesley. México.
- Tárres, M. L. (2001). *Observar, escuchar y comprobar sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. Ed. Porrúa. México.
- Trelles Irene (2006) *La comunicación como proceso esencial para la construcción de la nueva universidad*. Ponencia presentada en evento Internacional Universidad 2006, febrero del 2006.
- Trelles Irene (2006) *La comunicación institucional y la organizaciones educacionales*. Publicado en la Revista Educación. Revista del Ministerio de Educación de Cuba. Junio de 2006.

## Biografía

MES. Lucinda Sepúlveda García, Maestría en Enseñanza Superior y Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social. Ha sido Directora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, UANL, (2011-2014). Responsable del Cuerpo Académico ante PROMEP “UANL-CA-267. Líneas de investigación: Comunicación, Educación, Uso de las Tecnologías y el Desarrollo Social. Miembro del Comité Académico de Liderazgo, Innovación y Emprendimiento y coordinadora de la UA. Formación de Emprendedores de (FGU), UANL. Es coautora de libros con enfoque en Comunicación. Docente-investigadora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. [ly.sepulveda@hotmail.com](mailto:ly.sepulveda@hotmail.com)

Dra. Janet García González, Graduada en dos licenciaturas: Ciencias de la Comunicación y en Educación; Maestra y Doctora en Comunicación. Líneas de investigación: Educación comunicativa, Tecnologías de la Información y Comunicación. Actualmente es investigador – docente de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. [janetgarcia71@yahoo.com.mx](mailto:janetgarcia71@yahoo.com.mx).

