

## COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE DOCENTES QUE IMPARTEN LA UA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA IES.

### COMMUNICATION AND MANAGEMENT OF TEACHERS WHO TEACH THE UA THEORIES OF COMMUNICATION OF A HIGHER EDUCATION INSTITUTION.

Yolanda López Lara<sup>1</sup>  
Sergio Manuel de la Fuente Valdez<sup>2</sup>

#### RESUMEN

El estudio que se presenta tiene como objetivo general Determinar las áreas de oportunidad en la formación de los profesores que imparten la unidad de aprendizaje (UA), referente a la epistemología de la Comunicación en el programa académico de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y cuya premisa considera: La carencia de contenidos epistemológicos de las ciencias de la comunicación contribuyen a una deficiente formación académica en los estudiantes de la licenciatura de la misma nomenclatura. Es un estudio que se realiza bajo el método científico en su modalidad cuantitativa-cualitativa, es un estudio con un alcance descriptivo, cuyo diseño metodológico corresponde a un estudio de caso intrínseco, es una investigación no experimental transeccional descriptiva. Las técnicas de recolección de datos fueron la revisión de documentos institucionales, fuentes impresas y electrónicas que aportaron información al proyecto, además un instrumento de diseño propio que mide la opinión de los sujetos seleccionados.

**Palabras clave:** epistemología, fundamentos teóricos, teorías de la comunicación, perspectivas teóricas.

**Fecha de recepción:** 26 de marzo, 2019.

**Fecha de aceptación:** 08 de abril, 2019.

---

<sup>1</sup> Coordinadora de Intercambio Académico, FCC, Universidad Autónoma de Nuevo León, [yolanda.lopezlr@uanl.edu.mx](mailto:yolanda.lopezlr@uanl.edu.mx)

<sup>2</sup> Coordinador de la Carrera de Periodismo Multimedia, FCC, Universidad Autónoma de Nuevo León, [sermanfuen@yahoo.com](mailto:sermanfuen@yahoo.com)

## ABSTRACT.

The general objective of this study is to determine the areas of opportunity in the training of the professors who teach the learning unit (UA), referring to the epistemology of Communication in the academic program of the Degree in Communication Sciences and whose premise considers: The lack of epistemological content of the communication sciences contribute to a deficient academic formation in the undergraduate students of the same nomenclature. It is a study that is carried out under the scientific method in its quantitative-qualitative modality, it is a study with a descriptive scope, whose methodological design corresponds to an intrinsic case study, it is a non-experimental descriptive transectional investigation. The techniques of data collection were the review of institutional documents, printed and electronic sources that provided information to the project, as well as an instrument of own design that measures the opinion of the selected subjects.

**keywords:** epistemology, theoretical foundations, communication theories, theoretical perspectives.

## INTRODUCCIÓN

En la Universidad Autónoma de Nuevo León, específicamente en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, ubicada en el campus de Mederos, en el área citadina de la ciudad de Monterrey, N.L. Dependencia que brinda servicios de oferta académica de tres licenciaturas: Lic. en Ciencias de la Comunicación, Mercadotecnia y Gestión de Imagen y Periodismo Multimedia, se ha detectado áreas de oportunidad en los profesores que imparten la unidad de aprendizaje Teorías de la Comunicación, por tal motivo se decidió realizar un diagnóstico de la situación que prevalece, y conocer la percepción que los estudiantes tienen al respecto y obtener elementos que faciliten la toma de decisiones para hacer propuestas de estrategias que optimicen el desempeño y la formación del profesor en el aula. Tal parece que los estudiantes de los semestres del 6º. Al 10º, no le confieren importancia a las diferentes teorías y autores que proponen diferentes fundamentos, no conocen el alcance y aplicación de las mismas, además no las consideran importantes para el desempeño operativo de su carrera en el ámbito laboral. Mencionan que solamente se les imparte en el primer semestre y esos datos ya se les olvidaron, y comentan que muchos de sus profesores que les imparten la asignatura, no conoce el contenido suficientemente. Cuando es necesario que los alumnos desarrollen algún protocolo de investigación, se sienten atrapados en la indecisión, por no saber que sustento gnoseológico utilizar para su estudio.

Planteamiento:

Se consideró conveniente realizar una investigación que proporcione respuesta a la problemática que se presenta con los estudiantes de la carrera de LCC, sobre el área de oportunidad relacionada con la deficiente formación académica que, según la percepción de los alumnos, tienen por causa de los docentes que imparten la UA, sobre los fundamentos teóricos de la disciplina de Comunicación.

Objetivo General:

- ✓ Determinar las áreas de oportunidad que se presentan en los profesores que imparten la UA Teorías de la Comunicación.

Objetivos específicos:

- ✓ Determinar si los docentes conocen los fundamentos gnoseológicos de Teorías de la Comunicación.

- ✓ Indagar la importancia que el docente le brinda a los contenidos de la UA de Teorías de la Comunicación
- ✓ Describir los tipos de enfoques teóricos que el alumno reconoce haber aprendido en la UA de Teorías de la Comunicación.

## **JUSTIFICACIÓN**

Cuando se presenta una deficiencia en la formación de los profesores que imparten una unidad de aprendizaje que le da sustento a toda un área de conocimiento como el de Ciencias de la Comunicación, se enciende una alarma para detectar oportunamente la problemática y presentar una o varias opciones fundamentadas en un estudio científico que aporte evidencia contundente no solo de la percepción de los estudiantes, sino también de los docentes. En esta investigación, como primera instancia se tomará en cuenta la opinión de los alumnos y en una segunda fase, se medirá a los profesores, para obtener los criterios de los dos públicos involucrados, y de esa manera, obtener conclusiones integrales que faciliten la propuesta para fortalecer el área de oportunidad. El beneficio que aporta la investigación es que se contará con datos que los estudiantes viven en sus aulas y que muchas veces lo comentan en voz baja. De esta manera, se contará con la tendencia desde su propia óptica que enriquecerá la visión administrativa y académica para fortalecer las áreas de oportunidad en este rubro. El motivo apremia porque son alumnos que están a mitad y/o a finales de terminar su preparación académica y es de suma importancia cubrir las áreas de oportunidad que mencionan los estudiantes

### Limitaciones de la investigación

El estudio a realizar está limitado en cuanto a la aplicación del instrumento solamente a los estudiantes de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación que conforman la matrícula de los semestres del sexto al décimo de la licenciatura formando parte de la muestra estudiada y delimitada por el perímetro geográfico que circunscribe a la Dependencia físicamente.

### Consecuencias de la investigación

Se pretende que, al realizar el estudio, las consecuencias que traerá serán beneficiosas, porque se obtendrán resultados que anteriormente no se contaba con ellos, y serán provechosos para tomarlos en cuenta para futuros estudios relacionados con el tema.

## **FUNDAMENTOS TEÓRICOS**

Cuando se analiza un problema que atañe a una organización y a sus miembros, es importante tomar en cuenta la visión de la Teoría General de los Sistemas, que el biólogo Ludwig Von Bertalanffy propuso en las décadas de 1950 y 1960, es un enfoque interdisciplinario que buscaba guiar la interacción y el desarrollo ordenado de las ciencias. Posteriormente, sus fundamentos fueron tomados para el estudio de las organizaciones, para estudiarlas no solo desde dentro sino desde su entorno, su contexto, Se le estudió como un sistema, conformado por subsistemas interrelacionados dinámicamente entre sí, uno de los elementos sustanciales es la comunicación, que mantiene los flujos de mensajes actualizados y en constante actualización, La principal aportación del enfoque sistemático es el concepto de la organización como un sistema abierto en constante interacción con su entorno.

La Universidad es un sistema organizacional que se desempeña como tal y la Facultad, es uno de sus subsistemas, que también está conformada por subsistemas, como el técnico que abarca las tareas que serán desempeñadas, la tecnología, el territorio y el tiempo. El subsistema social, que incluye las personas, sus características físicas, psicológicas y las relaciones entre los individuos encargados de ejecutar la tarea y las exigencias de la organización, incluye los subsistemas de metas y valores, el financiero, y el administrativo, que al interrelacionarse interdependientemente uno de otros, forma un desempeño holístico. (Chiavenato, 2009:78).

### Comunicación

La comunicación es un proceso fundamental en cualquier organización, y en una institución de educación superior, logra un lugar preponderante. Cuando se desea saber que es Comunicación se puede definir que es la transferencia y la comprensión de significados, es un proceso dinámico que facilita la interacción. En las organizaciones se genera la comunicación interpersonal, entre dos o más personas, y la organizacional que contiene todos los patrones, redes y sistemas de comunicación. Los flujos de comunicación formal permean a toda la pirámide organizacional los mensajes inherentes a las actividades que se desempeñan y están sustentados en base a la estructura organizacional. La comunicación actúa como un controlador del comportamiento del empleado de muchas maneras, la empresa por lo regular cuenta con jerarquías de autoridad y procedimientos formales que los empleados deben observar. Por último, los individuos como los grupos de áreas administrativas necesitan información para que se desarrollen los objetivos y metas planeadas y la comunicación, proporciona esa información por medio de los flujos formales (Robbins y Coulter, 2010:315).

### Gestión del Desempeño Docente

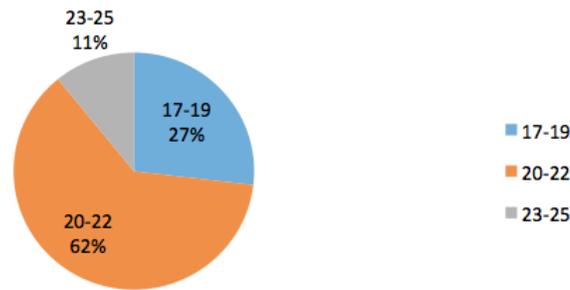
Cuando se refiere a la gestión del desempeño, suele llamársele logro de la tarea, a partir del término tarea, como la actividad requerida de a un trabajador, propuesto por Frederick W. Taylor en la teoría clásica de la administración. La gestión del desempeño es el proceso de definir, medir, valorar. Retroalimentar y mejorar el desempeño. En una institución educativa, el profesor lleva a la práctica los programas académicos, cuyo contenido plantea estrategias y/o técnicas didácticas que facilitan la transmisión de significados inherentes a la unidad de aprendizaje. El dominio, experiencia y éxito de su desempeño, está basado en la formación académica y conocimiento sobre los fundamentos de la disciplina que se cultiva. La retroalimentación, es parte del modelo de comunicación, que le permite al docente, conocer las opiniones de sus interlocutores y medir sus procesos académicos como áreas de oportunidad o como fortalezas (Nelson & Quick, 2013:98)

## METODOLOGÍA

El estudio incursiona en su desarrollo en el método científico, en su modalidad cuantitativa-cualitativa, dando formación a los diseños mixtos de evaluación. La investigación presenta en su desarrollo dos momentos: el primero que se inicia con una fase exploratoria, facilitando la aproximación al objeto de estudio para conocer los elementos generales del mismo. Posteriormente se ubica en un alcance descriptivo, porque busca determinar el comportamiento de los hallazgos y vincularlos con el proyecto general, conociendo las causas intervinientes para proponer soluciones descriptivas a posteriori (Lara, 2011). La premisa considera: La carencia de contenidos epistemológicos de las ciencias de la comunicación contribuye a una deficiente formación académica en los estudiantes de la licenciatura de la misma nomenclatura. El diseño de la investigación es no experimental transeccional descriptivo, porque el ejercicio no implica la manipulación deliberada de la variable independiente; sólo se recolectaron datos acerca de las dimensiones de comunicación y la gestión del desempeño, en el ambiente natural del fenómeno y es transeccional, porque los datos se recolectan en un solo corte, para después analizar los resultados (Hernández, Fernández y Baptista, 2014:88, 152,175)

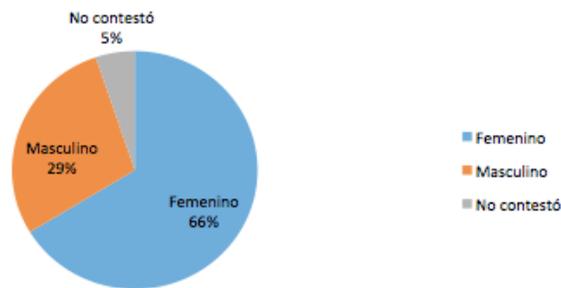
La población por medir comprende únicamente los alumnos de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación del semestre 6º. 7º. 8º. 9º. y 10º. Cuyo universo es de 175 estudiantes, de los cuales se tomó una muestra probabilística aleatoria simple, (Bernal, 2006:164) que sugiere medir a 121 sujetos, pero se decidió realizarla al total de la población que constituye el universo de interés para enriquecer la recolección de datos. La muestra tiene un porcentaje de error del 5%, con un margen de confianza del 95%. Respecto a los Instrumentos de recolección de datos, se recurrió a la revisión de documentos institucionales, y otras fuentes primarias impresas y electrónicas que aportaron información al proyecto y a los investigadores para abordar la información a mayor profundidad y amplitud. También se aplicó un instrumento de diseño propio que explora la percepción y opinión de los sujetos medidos, donde se plantea en cada ítem una afirmación que mide la actitud y percepción a través de las escalas de Likert (Hernández, et all 2014:238).

## RESULTADOS



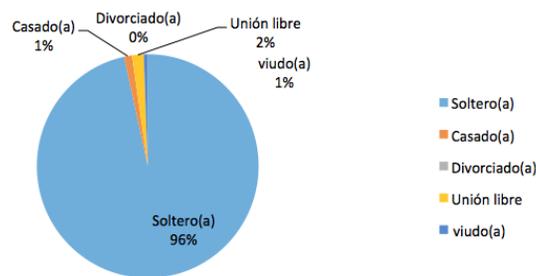
Gráfica No. 1. Datos Poblacionales: Edad

El 27%, de los encuestados se encuentran en el rango de 17 a 19 años de edad, el 62%, entre los 20 y 22 años y el 11% entre los 23 y 25 años de edad. Por lo tanto, se observa que la mayoría de los sujetos pertenecen a semestres superiores, cercanos a terminar la carrera.



Gráfica No. 2. Datos Poblacionales: Sexo

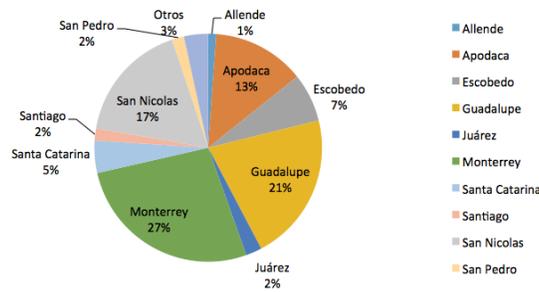
El 66%, de la muestra corresponde al género femenino y el 29%, al masculino, y el 5% no proporcionó datos; se puede confirmar que los porcentajes son congruentes con la conformación de la matrícula general de la Facultad, cuyo porcentaje del género femenino es mayor en la comunidad estudiantil.



Gráfica No. 3. Datos poblacionales: Estado Civil

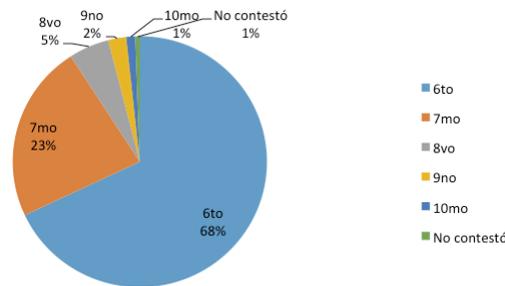
El 96% de los estudiantes medidos son solteros. En cuanto a los casados se trata solo del 1%, no hay divorciados, y quienes viven en unión libre representan el 2%, se registró el 1%, como viudo(a). Según los datos obtenidos, la mayor cantidad de los estudiantes medidos son solteros, estado civil propio que les ayuda en gran medida para que terminen sus estudios para ejercer una carrera.

## COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE DOCENTES QUE IMPARTEN LA UA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA IES.



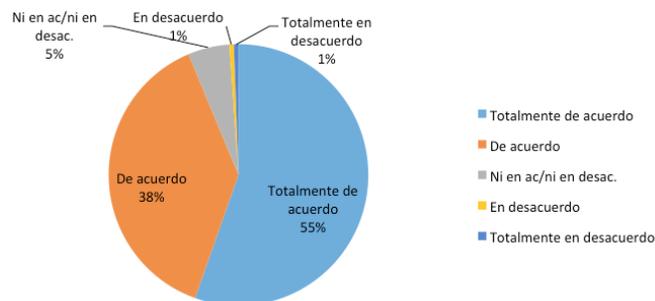
**Gráfica No. 4. Datos poblacionales: Municipio (domicilio)**

El 1% de los encuestados vive en el municipio de Allende, el 13% en Apodaca, el 7%, en Escobedo, el 21%, en Guadalupe, el 2%, en Juárez, el 27%, en Monterrey, el 5%, en Santa Catarina, el 2%, en Santiago, el 17%, San Nicolás, el 2% en San Pedro, y el 3%, en otros municipios fuera de las opciones. En resumen, se puede mencionar que la mayoría de los sujetos medidos viven en el municipio de Monterrey, siguiendo en orden descendente los municipios de Guadalupe, San Nicolás de los Garza, Santiago, Nuevo León.



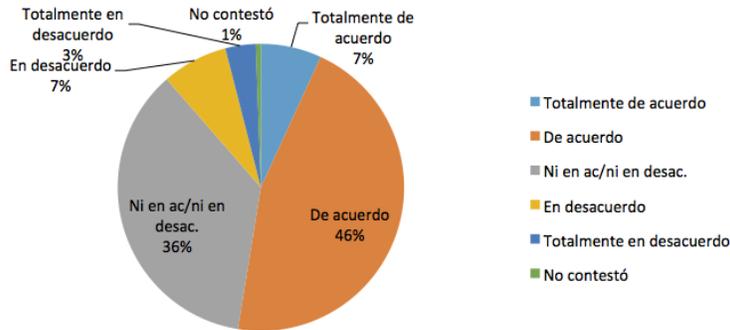
**Gráfica No. 5. Datos académicos: Semestre (grado de estudios)**

Otra de las variables tomadas en cuenta fue el grado de estudios que tienen los estudiantes. El 68% de quienes respondieron la encuesta sobre Teorías de la Comunicación, cursan actualmente el sexto semestre de la carrera. En un segundo lugar, los alumnos de séptimo 23%, el 5%, de octavo, el 2%, de noveno y el 1%, de décimo, mientras el 1%, no contestó.



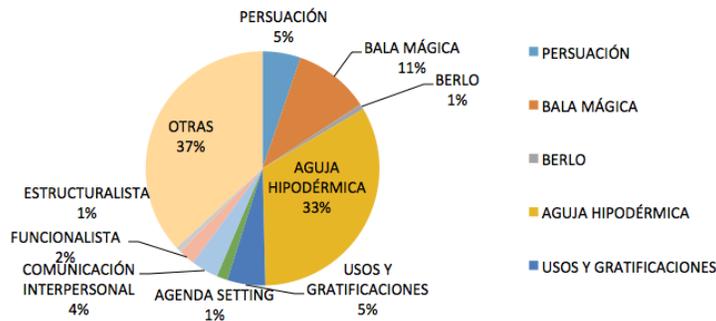
**Gráfica No. 6: Ítem No.1 ¿Consideras que el conocimiento de las Teorías de la Comunicación es importante?**

El 55% de los alumnos respondió estar totalmente de acuerdo acerca de la importancia de esta unidad de aprendizaje. Un 38%, estuvieron de acuerdo, y el 5% señalaron no estar Ni en Acuerdo Ni en desacuerdo sobre el tema. Un alumno señaló estar En Desacuerdo, y otro más 1%, se manifestó totalmente en desacuerdo. Según la opinión de los estudiantes el 93% está de acuerdo en grado positivo, le confieren importancia al conocimiento de esta unidad de aprendizaje.



**Gráfica No. 7: Ítem No. 2 ¿Conoces los fundamentos de las teorías de la comunicación?**

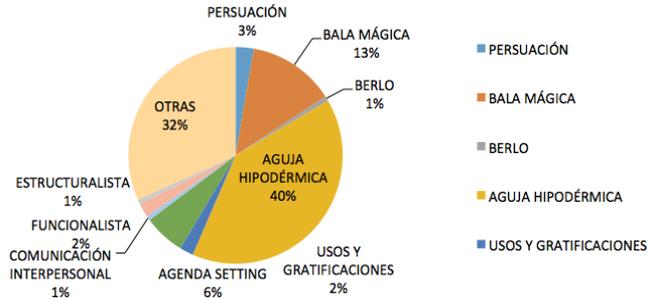
En cuanto al conocimiento de las Teorías de la Comunicación, los alumnos encuestados en un 46%, señalaron estar de acuerdo; 63 estudiantes se pronunciaron por estar ni en acuerdo ni en desacuerdo, el 8%, en desacuerdo y Totalmente de Acuerdo solo el 7%. En el extremo de la encuesta, el 3%, señalaron estar totalmente en desacuerdo en cuanto a su conocimiento de las Teorías de la Comunicaron, y el 1% no contestó. Se presenta una gran controversia, porque el 46% están de acuerdo en que conocen los fundamentos y un 36% ni en cuerdo ni en desacuerdo, no muestra interés, le da lo mismo, y se queda en el limbo de saber o no saber,



**Gráfica No. 8: Ítem No. 3 ¿Qué teoría de la Comunicación aplicas con mayor frecuencia en tus proyectos de investigación?**

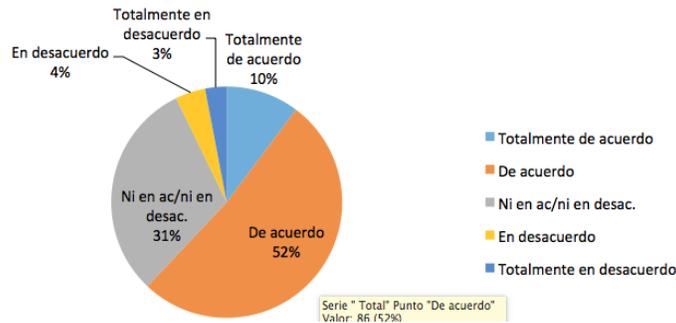
Los alumnos contestaron de modo abierto y con sus propias palabras, por lo que se recibieron un total de 133 respuestas distintas. Número a partir del cual se tomarán los porcentajes. El 5%, aplicó la teoría de la Persuasión, el 11%, la bala mágica, el 1%, las teorías de Berlo, el 33%, la Aguja Hipodérmica, el 5%, utiliza la teoría de la Agenda Setting, el 4%, comunicación interpersonal, la teoría funcionalista 2%, el 1%, estructuralismo y el 37%, otras no consideradas dentro de la muestra. La teoría de la Aguja Hipodérmica fue la más señalada, en segundo sitio, está la conocida como Bala Mágica.

## COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE DOCENTES QUE IMPARTEN LA UA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA IES.



Gráfica No. 9, Ítem No. 4 ¿Qué teorías te impactaron más en base a sus fundamentos?

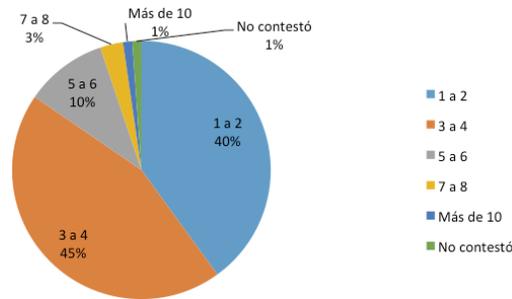
En esta pregunta, los alumnos contestaron de modo abierto y con sus propias palabras, por lo que se recibieron un total de 145 respuestas distintas. Número a partir del cual se tomarán los porcentajes. Los estudiantes encuestados destacan que la teoría que más les impacto en relación a sus fundamentos es nuevamente la de la Aguja Hipodérmica, haciendo mención de la misma con el 40%. En segundo sitio se encuentra la teoría de a Bala Mágica 13%. Agenda Setting 6%. Le sigue la teoría de la Persuasión con 3%. Con un 2%, la Teoría Funcionalista, también con el 2%, la de Usos y Gratificaciones. Las Teorías de Berlo, Estructuralista y de Comunicación Interpersonal quedaron en el mismo rango, comparten el 1% con una mención. Se recibieron otras 46 respuestas variadas que se agruparon bajo el rubro de “Otras”, el 32%.



Gráfica No. 10, Ítem No. 5 ¿Conoces cuál es la función de las Teorías de la Comunicación?

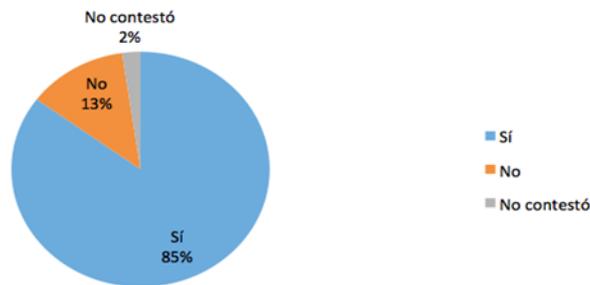
Los estudiantes evaluaron su conocimiento en relación la función de las Teorías, eligiendo entre 5 opciones que van desde Totalmente de Acuerdo, hasta Totalmente en Desacuerdo. El 52% de los estudiantes, consideraron estar de acuerdo en cuanto a su conocimiento de la función de las Teorías de la Comunicación. El 31% señalaron no estar ni en acuerdo ni en desacuerdo. El 10%, respondió totalmente de acuerdo. En el otro extremo, 7 señalaron estar en desacuerdo; y el 3%, destacaron estar totalmente en desacuerdo. Se puede observar que las opiniones están divididas, mientras un 62% está a favor en que conocen cual es la función de las teorías, el otro extremo con tendencia negativa contempla un 48%.

## COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE DOCENTES QUE IMPARTEN LA UA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA IES.



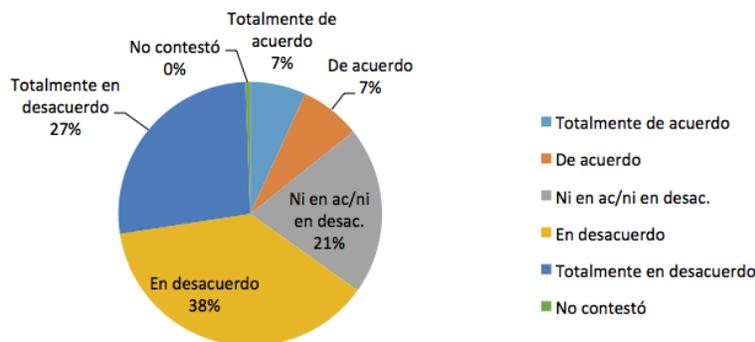
Gráfica No. 11, Ítem No. 6 ¿Cuántas Teorías de la Comunicación conoces?

En este apartado se evaluó la cantidad de teorías de la comunicación que los alumnos de 6° a 10° semestre de la Facultad de Comunicación conocen; el 45% contestaron que de 3 a 4. Muy cerca, con un 40% se encuentra el rubro de 1 a 2. Solo el 10% dijeron conocer entre 5 y 6 teorías, mientras que el 3%, eligieron la opción de 7 a 8. En el rango de más de 10 teorías, se obtuvo un porcentaje de 1%, es decir 2 alumnos, y el mismo resultado se dio entre aquellos que no contestaron esta pregunta. Por lo tanto, el promedio se encuentra en que el 45% conocen de 3 a 4 y el 40% de 1 a 2, cantidades que evidencian un conocimiento pobre sobre las teorías.



Gráfica No. 12, Ítem No. 7 ¿Recuerdas que es una Teoría de la Comunicación?

El 85%, de los encuestados señaló recordar lo que es una teoría de la Comunicación, mientras el 13%, mencionaron que no, y un 2%, no contestaron la pregunta. El resultado es halagador, porque su tendencia es positiva en alto grado.



Gráfica No. 13, Ítem No. 8 ¿Consideras que es una materia de poca importancia?

## COMUNICACIÓN Y GESTIÓN DE DOCENTES QUE IMPARTEN LA UA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE UNA IES.

Cuestionados sobre si consideraban las Teorías de Comunicación una materia de poca importancia, el 38%, señaló que estaba en desacuerdo con esta afirmación, un 27%, seleccionó la opción totalmente en desacuerdo. Un total de 21%, de los encuestados señaló no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras el 7%, estuvo de acuerdo con la información, y el 7%, de los estudiantes, seleccionaron la opción totalmente de acuerdo. Un sujeto, no contestó la pregunta. Por lo tanto, el 65%, señalan la tendencia positiva en que, si es una materia de importancia, contra un 35% tuvieron una respuesta negativa. Habrá que utilizar una técnica cualitativa para conocer con detalle las opiniones no positivas.



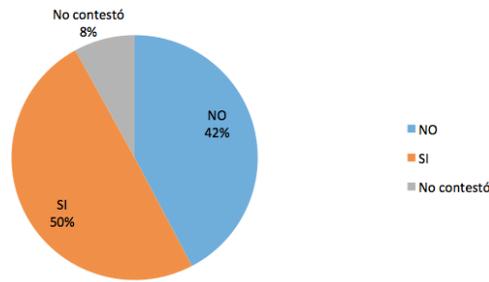
Gráfica No. 14, Ítem No. 9 las siguientes corrientes sociológicas y teorías, ¿cuáles recuerdas?

Al ser ésta una pregunta con opción a múltiples respuestas se recibió en total 239, número a partir de cual se realizarán los porcentajes correspondientes. La Teoría de las Relaciones Sociales es la más reconocida por los encuestados, fue seleccionada con el 27%; muy de cerca se encuentra la Teoría Marxista con 26%. En tercer sitio está la Teoría Funcionalista con un 21%. La Teoría Estructuralista es señalada con un 17% y finalmente la Teoría Política Económica de los Medios fue seleccionada en 22 ocasiones, el equivalente al 9%.



Gráfica No. 15, Ítem No. 10 ¿Qué técnicas utiliza el profesor en el aula para impartir la clase?

En esta pregunta, los encuestados podrían seleccionar más de una respuesta, por lo cual se tiene un universo de 217, a partir de las cuales se realizarán los porcentajes. A decir de los alumnos, la técnica más utilizada por sus maestros de Teorías de la Comunicación es la Exposición oral con diapositivas, opción que obtuvo el 44%, de las respuestas. Le sigue la formación de equipos con 21%, y la técnica Estudio de caso con un 18%, Un 15%, la organización de dinámicas creativas y solo el 2%, refirieron el uso de tutoriales de Youtube.



Gráfica No. 16, Ítem No. 11 ¿El profesor motiva a investigar sobre alguna teoría específica?

Al respecto de esta pregunta el 42% refirió negativamente, mientras 50% optó por la afirmativa. El 8% de los alumnos no contestaron la pregunta. Se denota controversia en los resultados, hay opiniones extremas, una parte de los profesores no motivan a investigar. Habrá que buscar respuestas con técnicas cualitativas para determinar cuál es la razón para no hacerlo.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La población medida fluctúa entre los 20 y 22 años, el género femenino tuvo mayor presencia al dar su respuesta, la mayoría de los sujetos medidos son solteros; los municipios donde mayormente residen es el municipio de Monterrey, Guadalupe, San Nicolás y Apodaca respectivamente. Los estudiantes del 6º. Fueron los que mayormente participaron en emitir su respuesta al instrumento.

Respecto al primer objetivo, los estudiantes consideran que las Teorías de la Comunicación impartidas por sus profesores son importantes, pero solo la mitad de la muestra conoce los fundamentos, quedando en evidencia que existe una gran carencia de conocimiento de ellas en la formación de los alumnos.

En el segundo objetivo se registró el interés que los estudiantes tiene por aprender los contenidos de la UA, pero no saben cómo se aplica, sus profesores no les explican suficientemente los aportes científicos que las teorías les brindan y para qué sirven. Cuando llega el momento de utilizarla en otros semestres, comentan que no se acuerdan de que tratan. Definen que conocen de 3 a 4 teorías de comunicación, por lo tanto, es un rango demasiado deficiente y pobre en cuanto a conceptos y fundamentación teórica. En relación al tercer objetivo, las teorías más frecuentemente usada por los alumnos según sus opiniones es la “guja hipodérmica”, “la bala mágica”, “la Agenda Setting”... todas ellas corresponden a las primeras teorías que de alguna manera trataban de explicar los efectos de los medios masivos en los públicos, pero las teorías más cercanas a la actualidad no las dominan, por este motivo considero que los fundamentos impartidos por sus profesores y el propio interés de los estudiantes por documentarse en internet o en cualquier otra fuente no es considerada una buena práctica y por lo tanto es conveniente que los docentes y alumnos trabajen en equipo para lograr los objetivos del programa académico, como beneficio para ambas partes, se recomienda que los docentes actualicen sus métodos didácticos para que el estudiante se interese en la clase y lo que ésta le aporta en beneficio académico.

Como la mitad de la población medida se encuentra en la tendencia negativa de no conocer la epistemología de la Comunicación, este hecho permea que el docente no está suficientemente capacitado para gestionar su desempeño docente en este rubro. Se recomienda realizar un diagnóstico de detección de necesidades de capacitación, para que se le prepare y actualice, en beneficio de ellos mismos, los estudiantes y la dependencia misma.

## BIBLIOGRAFÍA

Bernal, C. (2006). Metodología de la Investigación. México: Pearson.

Chiavenato, I. (2009). Comportamiento Organizacional. La dinámica del éxito en las organizaciones. México: Mc Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., Baptista L. (2014) Metodología de la Investigación. México: Mc Graw Hill.

Lara, E. (2011). Fundamentos de investigación. México: Alfaomega

Nelson, D., Campbell Quick, J. (2013). Comportamiento Organizacional. México: Cengage Learning.

Robbins., Coulter, M. (2009). Administración. México: Pearson

Plan de Desarrollo 2020 UANL (s/f). San Nicolás de los Garza: UANL.