

Una propuesta de estrategia metodológica para estimular el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación-Universidad Tecnológica ECOTEC

A proposal for a methodological strategy to stimulate the assertive communicative style in students of the Faculty of Marketing and Communication-Technological University-ECOTEC

Yeimer Prieto-López
Unidad Educativa Bilingüe Torremar | Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UEES)
Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
yprieto@torremar.edu.ec

Beatriz Annabell Loor-Ávila
Universidad Tecnológica ECOTEC - Ecuador
bloora@ecotec.edu.ec

doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.912

RESUMEN

El trabajo de investigación que se presenta titulado tiene como objetivo principal elaborar estrategia metodológica para estimular el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación, responde al proceso de introducción y generalización de una de las prioridades de las universidades en la actualidad relacionado los estilos comunicativos, con la comunicación y su importancia para la calidad en el proceso de enseñanza y aprendizaje, así como aspiramos que se vea evidenciado en la formación del profesional desde el punto de vista investigativo y académico en los estudiantes de la Universidad Tecnológica Ecotec. Constituye además línea investigativa de los autores en el pregrado y sistematizado en el postgrado, congresos, publicaciones y en revistas de impacto nacionales e internacionales.

En este trabajo investigativo se atienden las limitaciones en el comportamiento comunicativo de los estudiantes en la materia de metodología de investigación, quienes en ocasiones muestran actitudes inadecuadas en el trato y comportamiento en el proceso áulico, pasividad o apatía, en las actividades individuales y grupales que se desarrollan como parte del proceso docente educativo, lo que afecta el desarrollo del estilo comunicativo asertivo y por ende el rendimiento académico e investigativo de los discentes en la materia. Para resolver esta problemática se ofrecen actividades de preparación al estudiante, tareas y actividades docentes, que favorecen el estilo comunicativo asertivo. La aplicación del método criterio de los expertos y especialistas, así como el empleo de un enfoque metodológico, posibilitó reconocer la pertinencia de la propuesta para su implementación en la práctica educativa de la Facultad de Marketing y Comunicación, especialmente en la integración de las áreas de humanística y comunicación. Como posibles resultados se espera que la Estrategia Metodológica incida directamente en el comportamiento asertivo de los estudiantes en las clases, que logren una mayor producción académica, así como una mejor dinámica dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje.

Palabras clave: estilo comunicativo, comunicación asertiva, comunicación interpersonal, estrategia metodológica

Cómo citar este artículo:

APA:

Prieto-López, Y., & Loor-Ávila, B., (2021). Una propuesta de estrategia metodológica para estimular el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación-Universidad Tecnológica ECOTEC. 593 Digital Publisher CEIT, 6(6-1), 605-619. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.6-1.912>

Descargar para Mendeley y Zotero

ABSTRACT

The research work that is presented is entitled: a methodological strategy proposal to favor the assertive communicative style in the students of the Faculty of Marketing and Communication and responds to the process of introduction and generalization of one of the priorities of the universities in the current affairs related to communication and its importance for quality in the teaching and learning process in the professional, research and academic training of students at the Ecotec Technological University. It also constitutes an investigative line of the authors of the present investigation in the undergraduate and postgraduate degrees.

In this study, the limitations in the communicative behavior of the students in the subject of research methodology are addressed, who sometimes show inappropriate attitudes in the treatment and behavior in the classroom process, passivity or apathy, in the individual and group activities that are developed as part of the educational teaching process, which affects the development of the assertive communicative style and therefore the academic and investigative performance of the students in the matter. To solve this problem, preparation activities are offered to the student, teaching tasks and teaching activities, which favor the assertive communicative style. The application of the criterion method of the experts and specialists, made it possible to recognize the relevance of the proposal for its implementation in the educational practice of the Faculty of Marketing and Communication, especially in the integration of the areas of humanistic and communication. As possible expected results that the proposal directly affects the assertive behavior of the students in the classes, that they achieve a greater academic production, as well as a better dynamics of the teaching and learning process of the students in Research Methodology.

Key words: communicative style, assertive communication, interpersonal communication, methodological strategy

Introducción

En la actualidad de las Ciencias Pedagógicas y Psicológicas, la comunicación es portadora de un carácter formativo, educativo y profiláctico como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje, puesto que los sujetos que en ella intervienen tienen la posibilidad de transmitirse todo su mundo psicológico, valorar, cognitivo y afectivo. Este intercambio propicia una interacción exitosa con otras personas, cuestiones que van en beneficio del desarrollo y perfeccionamiento de la personalidad, se trata, entonces, de la comunicación educativa, como una variante de la comunicación interpersonal.

En el contexto universitario, desde las diferentes materias o asignaturas, deben investigarse las vías y los procedimientos metodológicos para educar y formar al estudiante, en el buen decir, a ser positivos en la comunicación con los otros, a ser asertivos, flexibles y amables en el trato. Ecuador, particularmente, ha de hacerse fuerte en enseñar los modos o estilos de comunicación que conduzcan a la preservación del lenguaje, y salvarla como identidad nacional, como arma académica e investigativa esencial para defender los derechos y criterios y más en la actualidad donde nos enfrentamos a diferentes modelos educativos, ya sean estos híbridos, virtuales o presenciales. En ello radica la importancia de la comunicación educativa.

En este sentido asumimos lo aportado por Kaplún, M. (1990) y citado por Caballero (2010), al referir que la comunicación educativa no resulta de la mera asociación de “dos personalidades” sino de la imbricación de múltiples flujos comunicacionales, (...) el educando intercambiando no sólo con el docente sino sobre todo con los otros educandos, cercanos o distantes, y con su entorno social. Construirá pues, (...) una educación socio-interaccionista. (p.21)

Considerando lo anteriormente aportado por los autores mencionados es importante partir del proceso comunicativo en las aulas para poder estimular la comunicación asertiva en

los estudiantes mediante un estilo asertivo que promueva en los estudiantes un diálogo constante y permanente en las clases de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación.

Para Ortiz (2010) y citado por Prieto (2018), la esencia de la formación comunicativa de los estudiantes está en desarrollar en ellos la asertividad como un estilo comunicativo asertivo, alejados tanto de la agresividad como de la pasividad. Para ello, propone un método educativo y su sistema de procedimientos metodológicos, sin embargo, su introducción y generalización, a partir de actividades concretas en el contexto universitario, no ha ocurrido con toda la profundidad y sistematicidad que se requiere para erradicar o, al menos, evitar las manifestaciones comunicativas inadecuadas que aún persisten en el proceso de enseñanza y aprendizaje de la Facultad de Marketing y Comunicación.

Educación de la personalidad en el correcto uso de la lengua y en una adecuada comunicación favorece las relaciones interpersonales entre los estudiantes y entre estos y los docentes, ayuda a formar hábitos de camaradería, de educación formal y cortesía, cuestiones que se desarrollan paulatinamente como rasgos de la personalidad, y se forman, por tanto, estudiantes respetuosos, con un comportamiento educativo acorde con la sociedad ecuatoriana y que se refleje en la producción de los estudiantes académica e investigativa.

Sin embargo, a pesar de los nobles intentos de la educación, todavía existen comportamientos opuestos al que se describe, por lo que se determina como tema de investigación: una propuesta de Estrategia Metodológica de actividades para favorecer el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación-Ecotec, particularmente en las materias de Metodología de Investigación, así como Diseño de Proyectos de Investigación.

A partir de las experiencias alcanzadas en las clases en el contexto universitario, la

aplicación de la observación directa al desarrollo de actividades docentes e investigativas, el intercambio con estudiantes, profesores, directivos, se ha podido constatar que existen manifestaciones inadecuadas en relación con el estilo de comunicación que se emplea en la relación profesor-estudiante y estudiante-estudiante.

Los estudiantes

Evidencian formas inadecuadas de relaciones interpersonales.

Descuidan su vocabulario, al emplear frases y palabras vulgares e inadecuadas.

No se contextualizan al momento como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje de la materia Metodología de Investigación.

Pocas veces llegan al acuerdo o consenso entre ellos y con el profesor para planificar y realizar actividades investigativas, ejemplo para la aprobación de los temas de investigación en grupos, para las exposiciones grupales, lo que demuestra la no aplicación de un adecuado estilo asertivo.

Manifiestan agresividad en el trato o palabras incorrectas, sin acudir a la crítica oportuna y respetuosa para defender sus puntos de vista.

Los docentes

Generalmente manifiestan una actitud pasiva ante el comportamiento comunicativo de los estudiantes (descritos arriba) y en algunos casos, igualmente se muestran pocos empáticos con los estudiantes.

No siempre propician adecuadas relaciones profesor-estudiante o estudiante-estudiante como influencia educativa positiva en los discentes para mejorar el comportamiento comunicativo de estos.

En algunos casos, se carece de la preparación científico-metodológica-pedagógica y didáctica necesaria para derivar acciones

educativas, en el marco del proceso pedagógico, conducentes a la formación de un estilo comunicativo en los alumnos que se alejen de la poca asertividad, tanto como de la pasividad en algunas ocasiones.

Las insuficiencias manifestadas en estudiantes y profesores permiten plantear el siguiente el problema científico: ¿Cómo estimular el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación desde las clases de Metodología de Investigación en la Universidad Tecnológica Ecotec?

Esta problemática debe resolverse a partir del estudio de los presupuestos teóricos de la comunicación educativa, concretamente, de la asertividad como estilo comunicativo; así como con la aportación de la Estrategia Metodológica, por constituir esta última la finalidad de la investigación, o sea, formar estudiantes con un estilo comunicativo asertivo. Se considera necesario, el despliegue de acciones pedagógicas que permitan transformar la realidad educativa del contexto universitario, en función de transformar el comportamiento comunicativo de los estudiantes. Por ello, se delimita como objeto de investigación: la comunicación educativa, y se concretará en la atención educativa al estilo comunicativo asertivo, como campo de acción.

Revisión de la Literatura

Fundamentos teórico-metodológicos de la comunicación asertiva, como parte de la comunicación educativa

Resulta necesario iniciar los fundamentos teóricos con una breve referencia al concepto o categoría esencial del objeto de la investigación: comunicación; es una palabra de origen latino, *communicare*, que quiere decir compartir o hacer común. Se considera una categoría polisemántica, en tanto su utilización no es exclusiva de una ciencia social en particular, al tener connotaciones propias de la ciencia social de que se trate.

Consideramos valioso en la investigación

que la condición humana está asociada indisolublemente a la comunicación como forma de relación entre los hombres. Al explicar su origen F. Engels (edición de 1975) relaciona el trabajo y la necesidad de comunicación al plantear: “el desarrollo del trabajo al multiplicar los casos de ayuda mutua y de actividad conjunta, para cada individuo, tenía que contribuir forzosamente a agrupar aún más los miembros de la sociedad. En resumen, los hombres llegaron a un punto en que tuvieron necesidad de decirse los unos a los otros”. (p. 273)

Aunque no es posible hallar unanimidad en definiciones conceptuales, se encuentran referencias comunes que permiten distinguir ideas esenciales en la comprensión de la categoría comunicación. Del estudio realizado, se toman algunas que han sido útiles en este sentido.

Según Feroso (1982) y citado por Fernández (2020) “Las características de la comunicación son (...) la relación entre dos o más personas, la participación mutua, el encuentro o contacto, la donación, la referencia al ser sí mismo” (p. 273).

Para González (1989) el proceso de comunicación es una vía esencial del desarrollo de la personalidad, que tiene su especificidad con relación a la actividad objetual concreta, tanto por sus características como por la forma en que el hombre se incluye en calidad de sujeto en uno u otro proceso. La significación de la comunicación depende de los sujetos implicados en ella; a su vez, las características de los sujetos determinan el proceso de comunicación (p.159).

Por su parte Lomov (1989) y citado por Prieto (2021) en el Congreso Internacional de la Universidad Tecnológica Ecotec plantea que:

La comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto (p.6).

Tomando en consideración lo aportado por Lomov y debido a la experiencia en el ámbito de la educación, consideramos que es importante y valioso en las clases de Metodología de Investigación el constante intercambio con los estudiantes, tanto del profesor con los estudiantes, así como estudiantes-estudiantes, siempre recomendando el empleo de un estilo comunicativo asertivo que les brinde a los estudiantes confianza, respecto y por ende que los alumnos logren una mayor producción académica y científica.

Para Ortiz (2000) y citado por Prieto (2021) desde el punto de vista pedagógico, la comunicación es portadora de un carácter formativo, puesto que los sujetos que en ella intervienen tienen la posibilidad de transmitirse todo su mundo psicológico, valoral, cognitivo y afectivo. Este intercambio propicia una interacción exitosa con otras personas, cuestiones que van en beneficio del desarrollo y perfeccionamiento de la personalidad, en este caso se alude a la comunicación educativa.

A partir del desarrollo que han tenido los estudios realizados en las dos últimas décadas en torno a la relación comunicación- educación emerge la comunicación educativa como un área específica de las Ciencias de la Educación y cuya elaboración teórica metodológica no es aún una construcción acabada. Es este un proceso que debe ser abordado en esta investigación.

Asumimos en la presente investigación que el término comunicación educativa no ha sido empleado solamente en relación con la educación escolarizada, sino que está vinculado a diferentes áreas de la práctica social. Por ejemplo, en el área política-ideológica, en la práctica de los medios de difusión masiva y en el área pedagógica, que es la que interesa abordar, esta última referida por algunos autores como comunicación pedagógica.

A continuación, se exponen consideraciones teóricas acerca de la comunicación educativa. Leontiev (1979) le concede singular importancia al sistema de influencias educativas que debe recibir el

alumno desde el colectivo pedagógico, la familia y la sociedad, para que se forme en ellos la motivación comunicativa desde lo individual y lo social. Es decir, un proceso comunicativo que se revele desde lo interno del estudiante, hasta sus manifestaciones externas.

Kaplún (1990) y citado por Caballero (2010) explica que *“la comunicación educativa no resulta de la mera asociación de “dos personalidades” sino de la imbricación de múltiples flujos comunicacionales, (...) el educando intercambiando no sólo con el docente sino sobre todo con los otros educandos, cercanos o distantes, y con su entorno social, (...) una educación socio – interaccionista”*. (s/p). Anuncia cómo la comunicación educativa es estimuladora de la iniciativa y la creatividad de los estudiantes, en la que se promueven su autoconocimiento y la adquisición y enriquecimiento del lenguaje, así como el desarrollo de habilidades comunicativas.

En otro orden, Fernández (2000) y citado por Ortiz (2020) consideran que existe una comunicación educativa en los casos en que los vínculos establecidos entre las personas que se comunican y el intercambio de mensajes logrado tienen, al menos para alguno de los participantes en la situación, una finalidad de desarrollo, de lograr el crecimiento personal. Es por ello que constituye una forma de comunicación característica no sólo de contextos docentes (por ejemplo, la relación profesor - alumno), sino propia de ámbitos en que puede estar presente la intencionalidad de educar (por ejemplo, en la familia, en el trabajo comunitario, en el trabajo con los medios masivos de difusión, en programas culturales).

Ortiz y Mariño (2003) y citado por Prieto (2010) consideran que la comunicación educativa (también la llaman comunicación pedagógica), es una variante peculiar de la comunicación interpersonal que establece el profesor con los estudiantes, padres y otras personas, así como los estudiantes entre sí. Este tipo de comunicación posee potencialidades formativas y desarrolladoras en la personalidad de profesores y estudiantes, útiles para la continuidad del proceso pedagógico, condicionantes de la

actividad conjunta. Es desde este punto de vista que se asume en este trabajo investigativo.

Desde los presupuestos anteriores puede explicarse que la comunicación es un proceso no solo innato, sino que se enseña, se educa y se forma y desarrolla, mediante las influencias educativas que puedan ejercerse en los sujetos durante la actividad conjunta en las clases de Metodología de Investigación para estimular en los estudiantes un estilo asertivo y dinámico. Así se educan las conductas comunicativas, el comportamiento comunicativo, los estilos comunicativos, en relación con sus diferentes polos y los diferentes mecanismos de la comunicación.

Para ello el profesor, durante el proceso pedagógico que dirige, debe conocer, y enseñar a sus estudiantes a reconocer las distinciones entre los polos positivo, contradictorio y negativo de la comunicación; entre los estilos comunicativos democrático, permisivo y autocrático; y entre las manifestaciones asertivas y no asertivas (pasividad/asertividad/agresividad). Es así como puede formarse y desarrollarse un estilo de comunicación en los estudiantes que limite con lo positivo, lo asertivo y lo democrático como ideal de comunicación con un estilo asertivo entre los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación.

Un acercamiento a la asertividad como estilo comunicativo

Es importante, iniciar este acercamiento con los denominados estilos de comunicación. González Rey (1983) y citado por Prieto (2020) hace referencia a la tipología de los estilos de comunicación según el contenido y la forma. En cuanto a la forma, explica los que están en relación con la extroversión y la introversión, o sea, desde una forma espontánea y flexible, a una manifestación rígida y reservada. En cuanto al contenido los estilos pueden estar dirigidos a la rigidez o flexibilidad, la dominancia o la dependencia, la comprensión mutua y la participación activa.

González Maura (2001) y citado por

Caballero (2020) plantean que la personalidad se expresa mediante la comunicación, y la caracterizan las manifestaciones individuales que tienen las personas al comunicarse con los demás. El estilo de comunicación es la forma en que la personalidad se orienta al organizar, dirigir y participar en la comunicación con los demás.

Son muy valiosos los aportes de los anteriores investigadores particularmente las manifestaciones individuales que tienen los estudiantes en los diferentes grupos, significando una importante contribución en la presente investigación.

Kraftchenko (2007) y citado por Ortiz (2016) abordan los estilos de la comunicación educativa se refiere a los estilos de dirección del profesor en el proceso pedagógico. Estos estilos son el democrático, el autoritario y el liberal. En el caso específico de esta investigación, se retoma el estilo democrático, el cual tiene una evidente correspondencia con el estilo flexible, según su contenido.

Se asumen los presupuestos de Kraftchenko, quien analiza como características del estilo democrático las siguientes:

Tener en cuenta las particularidades individuales y la experiencia personal del alumno, sus necesidades y actividad.

Trabajar con el grupo como un todo, sin abandonar el enfoque personal en el tratamiento con los estudiantes.

No ser estereotipado ni en la conducta ni en los juicios.

No ser selectivo en los contactos ni subjetivo en las valoraciones.

No ser agresivo en las relaciones (p.68).

Según lo anteriormente expuesto, las características del estilo democrático apuntan a la manifestación asertiva de los sujetos.

Es necesario, por tanto, referirse a la asertividad como un elemento decisorio en

el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación. Para Hidalgo y Abarca (1991) “La asertividad es un subconjunto de habilidades conductuales sociales que funcionan para maximizar la probabilidad de obtener ciertos objetivos sociales, especialmente en situaciones que implican un cierto riesgo social (rechazo, riesgo, peligro de consecuencias negativas)” (p.68). Se apunta a un comportamiento abierto, de convivencia cómoda, de flexibilidad ante la aceptación, así como ante el rechazo, la crítica o la autocrítica, cuestiones que traslucen la posibilidad de eliminar las entropías en el acto comunicativo.

En esta investigación se asumen las consideraciones de Caballero (2010) quien aborda como rasgos de la asertividad.

Saber pedir, saber negarse, negociar y ser flexible para poder conseguir lo que se quiere, respetando los derechos del otro y expresando los sentimientos de forma clara. Es hacer y recibir cumplidos, y hacer y aceptar quejas.

No constituye una característica de la personalidad, por tanto, el comportamiento comunicativo asertivo puede variar en dependencia de la situación comunicativa en las que se manifieste el sujeto. Significa que el comportamiento del sujeto puede ser asertivo en mayor o menor medida.

En síntesis, la referida autora caracteriza la asertividad como un estilo comunicativo que tiene una connotada relación con el estilo flexible (según el contenido) y el estilo democrático por la forma de dirigir la comunicación. En tal sentido se considera que ser asertivo puede aprenderse y enseñarse a partir del sistema de influencias educativas sobre el sujeto (p. 34).

Es importante, considerar que en la etapa de la juventud (grupo etario de los estudiantes universitarios en la mayoría) la asertividad se aprecie más que como una habilidad conductual o social, como un estilo de comunicación; pues las características de este grupo etario están sustentadas en los cambios de la actividad vital, la

cual se complejiza, además de que se materializa una posición de proyección de futuro, que necesita respuestas a las diferentes influencias sociales, externas y a nuevas significaciones. Entonces, siendo la asertividad un estilo de comunicación, este puede conducir a los jóvenes a perfeccionar su comportamiento social.

En relación con el comportamiento social de los sujetos debe tenerse en cuenta la relación de sus estilos comunicativos con los polos o tendencias de la comunicación individual, es decir con lo positivo, lo negativo y lo contradictorio. Si se trata de lograr un estilo asertivo en el joven, la lógica indica que el sistema de influencias educativas debe encaminarse al logro del polo positivo de la comunicación.

La tendencia positiva en la comunicación indica la capacidad del sujeto para expresar sentimientos con claridad, con una manifestación firme, directa, con una disposición para el intercambio social, franco, abierto, espontáneo y creativo. Está dirigida a la postura relajada, pero de respeto y libre de tensiones en las relaciones interpersonales. La orientación hacia lo positivo en el acto comunicativo permite elevar la autoestima y defender los derechos.

Sobre esta base Caballero (2010) ha logrado describir cómo ocurre el proceso de formación de un estilo comunicativo asertivo en los jóvenes como parte del contexto universitario. Para ello tiene en cuenta, además, las relaciones que se dan entre el estilo comunicativo democrático y la tendencia positiva de los estilos de comunicación.

Estas relaciones dependen en buena medida del estilo comunicativo y la actitud comunicativa que asuman estudiantes y profesores de preuniversitario en cada uno de sus roles. La tendencia positiva de los estilos de comunicación favorece el desempeño de un estilo comunicativo democrático, en tanto que, sobre la base de las percepciones de un trato relajado pero firme, la inexistencia de tensiones y la disposición para el intercambio, propicie la formación de una comunicación positiva y activa en los jóvenes, sin controversias, ni menoscabo

en el comportamiento comunicativo de los estudiantes en su medio social.

Ortiz (2010) y citado por Prieto (2019) insiste que la asertividad no pasa a ser una característica permanente de los jóvenes en el contexto universitario, se trata de que la labor educativa en este nivel educacional se encamine a formar en los jóvenes un estilo comunicativo asertivo, conducente a la armonía y la empatía en el medio social en que estos se desenvuelven. De este modo, la formación del estilo comunicativo asertivo se define como:

Un proceso pedagógico que tiene como fin potenciar el desarrollo de valores sociales compartidos en los estudiantes de preuniversitario, tales como la autodeterminación, la confianza en sí mismo y el respeto a los demás, los cuales se multiplican mediante la interactividad educativa. Este se expresa mediante la flexibilidad y la tendencia positiva de la comunicación, de forma tal que se prepare al joven para la vida en sociedad (p. 64).

Para llevar a cabo tal finalidad formativa se elaboró un método pedagógico de estimulación de la comunicación asertiva, el cual se define como:

La vía de lograr un proceso formativo dirigido a promover en los jóvenes una actitud positiva ante la vida, que les permita la adecuada percepción, información e interacción en el medio social en que tiene lugar su actividad comunicativa, a incentivar una comunicación que se aleje de la agresividad y la pasividad durante el desarrollo de la actividad. Este se extiende desde el sistema de influencias educativas hasta el comportamiento comunicativo de los estudiantes de preuniversitario en los diferentes contextos de formación. (p.73)

Este método implica a los agentes del proceso pedagógico y exige el adecuado desarrollo del sistema de influencias educativas en el joven. Para ello se consigna un sistema de procedimientos metodológicos adecuadamente estructurados y con un conjunto de acciones o tareas formativas específicas que viabilizan

la formación de la asertividad como estilo comunicativo en los jóvenes del nivel preuniversitario.

Sin embargo, a pesar de estas contribuciones, su generalización e introducción en la práctica educativa aún es insuficiente, pues en los estudiantes persisten manifestaciones y conductas comunicativas inadecuadas.

Marco teórico

Resultado y discusión

Propuesta de la investigación partiendo de una adaptación a la Estrategia propuesta por uno de los investigadores en el artículo de Prieto y Ochoa (2017), en la Revista Luz-Universidad de Holguín:

Enseñar estrategias de aprendizaje a los estudiantes para lograr un estilo asertivo, es garantizar el aprendizaje eficaz y fomentar su independencia, es enseñarle a aprender a aprender desde las diferentes materias, pero en este caso específico en Metodología de Investigación. Una actividad necesaria en la mayoría de los aprendizajes educativos es que el estudiante estudie el conocimiento de estrategias de aprendizaje por parte del mismo influye directamente en que sepa, pueda y quiera estudiar.

Saber: el estudio es un trabajo que debe hacer el estudiante, y puede realizarse por métodos que faciliten su eficacia. Esto es lo que pretenden las estrategias de aprendizaje: que se llegue a alcanzar el máximo rendimiento con menor esfuerzo y más satisfacción personal, así como una mayor producción científica y académica de los estudiantes y por ende mayor desarrollo de las competencias investigativas y comunicativas.

Poder: para poder estudiar se requiere un mínimo de capacidad o inteligencia. Está demostrado que esta capacidad de producción académica y científica aumenta cuando se explota adecuadamente y cuando prevalece por el docente en las clases un estilo asertivo. Y esto se consigue con las estrategias de aprendizaje.

Querer: ¿es posible mantener la motivación del estudiante por mucho tiempo cuando el esfuerzo resulta insuficiente? El uso de buenas estrategias, de un estilo comunicativo asertivo, garantiza que el estudiante conozca el esfuerzo que requiere una tarea o una investigación y que utilice los recursos para realizarla. Consigue buenos resultados y esto produce que esté más motivado para enfrentar nuevos retos siempre partiendo de este estilo asertivo en las relaciones que se dan profesor-estudiante y estudiante-estudiante.

Los estudios sobre capacidad de aprendizaje comienzan a finales del siglo XIX, con los estudios de la inteligencia humana, que en las últimas décadas se ha convertido en un punto de gran polémica entre los profesionales dedicados a la investigación educativa y vinculado con la utilización oportuna dentro del proceso de enseñanza y aprendizaje de un estilo comunicativo asertivo.

Los resultados obtenidos con estas investigaciones demuestran una relación entre la inteligencia y la capacidad de aprendizaje, así como la capacidad para producir más científicamente, por eso, como parte de la Estrategia Metodológica se propone el uso en las clases de un estilo comunicativo asertivo profesor-estudiante y estudiante-estudiante. Que ha llevado a muchos de estos investigadores a identificarlas como un mismo objeto de estudio y a otros, aunque las distinguen, a considerar la inteligencia como uno de los aspectos esenciales de esta capacidad, que está demostrado científicamente con el empleo de un estilo asertivo adecuado influye en el comportamiento de los estudiantes.

Partiendo de los criterios obtenidos y la literatura especializada hemos organizado una estrategia para estimular con el empleo en las clases de Metodología de Investigación, de la Facultad de Marketing y Comunicación de un estilo comunicativo asertivo y que influya en el aprendizaje desarrollador, crítico y visible de los estudiantes de la Universidad Ecotec en la asignatura de Metodología, elaborada sobre la base de:

La capacidad de aprendizaje se considera una capacidad general de la personalidad que, modelada desde la didáctica y con un enfoque asertivo e dinámico, se constituye en la unidad de análisis del proceso de enseñanza y aprendizaje. Esta da cuenta en el sujeto de su potencial de aprendizaje en la realización de las tareas y repercute en la producción científica y académica de los estudiantes, mejora la asertividad del profesor-estudiante, así como también estudiante-estudiante.

Los indicadores para medir la capacidad de aprendizaje, la producción científica y académica de los estudiantes a partir de un estilo comunicativo asertivo en el proceso de enseñanza y aprendizaje, son los siguientes:

Grado de desarrollo de la actividad cognoscitiva.

Grado de desarrollo de la actividad afectiva.

Grado de desarrollo de las cualidades intelectuales en el proceso de aprendizaje.

Grado de desarrollo del proceso de comunicación con un enfoque asertivo.

Nivel de significación, sentido y funcionalidad del aprendizaje.

Nivel de significación y creación de necesidades básicas en el aprendizaje. (Moncada, 2018, p.56)

El diagnóstico de la capacidad de aprendizaje se concibe como un eslabón del proceso de enseñanza-aprendizaje dirigido a constatar, interpretar, pronosticar y hacer consciente al estudiante con un estilo comunicativo asertivo de los recursos con que cuenta para su aprendizaje e incrementar su producción científica y académica, en función de promover las necesidades educativas y potencialidades para un aprendizaje desarrollador si empleamos un estilo comunicativo asertivo.

El aprendizaje desarrollador debe ser estimulado mediante el uso de un estilo

comunicativo asertivo en las clases, al ser un proceso social de enriquecimiento individual y grupal dado en el significado y el sentido que se constituye por el sujeto, en los espacios de interacción y relaciones que se establecen en la realidad social con un estilo comunicativo, como se recomienda por los investigadores de la presente investigación. Se distingue de otros aprendizajes pues en el sujeto se produce y que deben ser considerados para el uso en las clases de Metodología de Investigación de un estilo comunicativo asertivo en el proceso de enseñanza y aprendizaje:

Un ascenso a niveles de intelectualidad cualitativamente superiores, sobre la base de la unidad de lo cognitivo y afectivo, de ahí su carácter integrador. En este aspecto recomendamos una mayor interacción con los estudiantes donde se efectuó un adecuado proceso de interacción y prevalezca un estilo comunicativo asertivo.

Un comportamiento social que tiene en su base elementos éticos en consonancia con el modelo de hombre, instituido desde un proyecto social, es decir, que se distingue por la coherencia entre sentir-pensar-hacer, así como por su carácter independiente, productivo, asertivo y creativo.

La capacidad para la interacción social positiva, que se sustenta en la participación y el protagonismo de los sujetos en la comunicación, este es un aspecto que debe ser constantemente estimulado para lograr un estilo comunicativo asertivo en los estudiantes mediante las clases de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación.

Sentimientos de confianza y seguridad; es decir, confianza en sus posibilidades para hacer, para aprender, que significa tener en cuenta al menos tres elementos esenciales: el valor del resultado, la expectativa del resultado (cree en lo que hace), y la expectativa de autoeficacia (confía en cómo lo hace), lo que propicia que sea personalizado y comprometido.

Al proponerse diagnosticar la capacidad de aprendizaje de los estudiantes de la Facultad

de Marketing y Comunicación en relación con la adquisición y desarrollo de la habilidad interpretar se toman como referencia los indicadores referidos anteriormente establecidos por Moncada (2004) y citados por Prieto (2017) en la Revista Luz, Universidad de Holguín. Estos indicadores se le van revelando al estudiante para que los utilice en el análisis de sí mismo, ellos movilizan el pensamiento, el aprendizaje, de ahí que devengan como herramientas para ellos, lo que les permitirá lograr que lo que aprendan se constituya en sentido, que sea significativo en el proceso de enseñanza y aprendizaje, cuando se logra por parte del docente un estilo comunicativo asertivo, al tener criterios evaluativos de las actividades cognoscitivas, académicas e investigativas, al extraer elementos comparativos, al ejemplificar, identificar, al conocer la importancia de escuchar y ser escuchado, etc.

Las estrategias de aprendizaje deben enseñarse en el seno de cada asignatura con los mismos contenidos y actividades que se realizan en el aula, pero siempre considerando y aplicando un estilo comunicativo asertivo. Su enseñanza se relaciona con las actividades que el docente plantea en el aula, con los métodos usados, con los recursos que utiliza y con la modalidad de discurso que usa para interactuar con sus estudiantes, se puede decir, que la esencia de la enseñanza de estrategia de aprendizaje consiste en: pensar en voz alta en clase y hacer explícitos los procesos que han llevado a aprender o resolver una tarea y que se vea reflejado en la producción científica ya académica de los estudiantes en las clases de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación.

El método más usual para estimular la enseñanza directa de las estrategias didácticas mediante el uso de un estilo comunicativo asertivo, es el moldeamiento seguido de una práctica de investigación guiada del profesor con los estudiantes y estudiante-estudiante también.

En el moldeamiento se entiende que se va más allá de la imitación porque es donde el docente aplica las diferentes estrategias didácticas asertivas que permitan una mayor producción

de los estudiantes en las clases. Se trata de que el control y dirección, que en un principio son ejercidos por el docente, sean asumidos por el estudiante de forma protagónica y activa donde los discentes se sientan en un ambiente de confianza y puedan expresar libremente sus consideraciones. El medio utilizado para conseguir esto es la verbalización.

Metodología empleada

Como métodos de investigación se consideraron los de carácter teórico y empírico como se describen a continuación:

Del nivel teórico

Análisis-síntesis: con énfasis en la determinación de los principales fundamentos teóricos y metodológicos que sustentan la investigación, así como para el procesamiento de la información la y la caracterización de la comunicación educativa y de la asertividad como estilo comunicativo, así como en la elaboración de las conclusiones. **Abstracto a lo concreto:** para la realización de las abstracciones necesarias durante el proceso de elaboración de la propuesta de actividades direccionadas a los estudiantes con un estilo comunicativo asertivo. **Modelación:** para la elaboración de la propuesta de actividades.

Del nivel empírico

Observación participante: para identificar el ambiente comunicativo en que se desarrollan las actividades académicas e investigativas. **Entrevista grupal en profundidad a los docentes:** para comprobar el nivel de preparación científico-metodológica que poseen para favorecer del estilo comunicativo asertivo de los estudiantes, así como evaluar el estado de las relaciones con el grupo. **Encuesta a estudiantes:** para identificar los estilos comunicativos de los estudiantes y el estado de las relaciones entre estos y los profesores. **Criterio de expertos o consulta a especialistas:** para verificar la efectividad o valor de la propuesta para la práctica educativa.

Estrategia metodológica para estimular el estilo comunicativo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación, misma que contiene los siguientes pasos aportados por los investigadores

El docente enseña la forma adecuada de ejecutar la estrategia didáctica con un estilo comunicativo asertivo. En esta fase él marca qué hacer, selecciona las técnicas más adecuadas y evalúa los resultados en cuanto a la producción científica y académica de los estudiantes en las clases de Metodología de Investigación. Lo puede hacer a través de explicitar una guía concreta, ejemplificar cómo utilizar la estrategia a través de un modelo o exponer en voz alta las decisiones que deben tomarse para la aplicación y elaboración de un excelente Proyecto de Investigación.

El estudiante aplica la estrategia enseñada por el docente con la supervisión de este: en esta fase el docente se fija en el trabajo que realiza el estudiante y puede ir guiándole, así como hacer el proceso de retroalimentación oportuno que permita ir conduciendo la elaboración exitosa de la investigación. Ir haciendo preguntas al estudiante sobre el trabajo es una buena técnica o buena práctica investigativa, (¿qué has hecho primero?, ¿qué has hecho después?, ¿qué pasos has llevado a cabo?, ¿por qué has hecho eso?, etc.)

Se practicará la estrategia en temas y contextos distintos tales como la aprobación de los temas de investigación, el planteamiento del problema científico, la elaboración de los objetivos en la investigación: el estudiante debe enfrentarse a tareas que requieran reflexión y toma de decisiones para ir asumiendo el control estratégico.

Una vez consolidada la ejecución de la estrategia didáctica con un estilo comunicativo asertivo, se debe comprender en qué circunstancias se puede utilizar y en cuáles no es recomendable su utilización.

Aquí, el docente, comienza a responsabilizar a sus estudiantes, de las

decisiones que deben tomarse al extender la estrategia a distintas áreas.

En este caso, el docente puede, para aprovechar a los estudiantes más aventajados, facilitar la práctica en pequeños grupos heterogéneos; y debe ofrecer retroalimentación continuamente respecto a los problemas que vayan surgiendo.

Se facilitará que el estudiante generalice la estrategia a otros temas y tareas de mayor complejidad estudiante, con la mínima ayuda del docente. Se van retirando las ayudas, y promoviendo que el estudiante practique la estrategia de forma autónoma en entornos de aprendizaje tan reales como sea posible.

Figura 1

Gráfico de la propuesta



La estrategia metodológica para la estimulación de la comunicación asertiva incluye tres momentos fundamentales:

Planificación.

Ejecución.

Control.

Etapas de planificación

En la fase de planificación se incluye el diagnóstico y la sensibilización de los estudiantes

acerca de la estimulación del estilo comunicativo asertivo, además de la caracterización inicial.

La elaboración de la caracterización de los estudiantes se apoya en:

Entrevistas individuales para valorar sus posibilidades de comunicación, métodos de estudio, sus orientaciones motivacionales y sentimientos acerca de la profesión, así como los aspectos que pueden influir en la producción académica y científica con un estilo comunicativo asertivo.

Entrevistas grupales: este constituyó un momento de participación del grupo en la definición de metas y de vías y procedimientos para alcanzarlas.

Como parte de este proceso se identificaron las necesidades de aprendizaje y comunicación de los estudiantes, el nivel de motivación hacia la asignatura Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación, y muy particularmente hacia la adquisición y desarrollo de la habilidad de la asignatura que es interpretar. Se pudo constatar que existe la necesidad de interpretar los resultados de los datos seleccionados en un problema de la Educación Superior, hay insatisfacción con el nivel alcanzado en esta habilidad, por tanto, el nivel de motivación es bajo.

Evidencias del trabajo con el empleo de un estilo comunicativo asertivo

Figura 2

Estilo asertivo & producción científica y académica en Metodología



Figura 3

Estilo de Relaciones Interpersonales con un estilo comunicativo asertivo





Permitir que los estudiantes adquieran las aptitudes y actitudes necesarias para desarrollar de forma afectiva y efectiva los retos de la vida profesional y personal, entre sus habilidades, sociales e interpersonales, incluidas las de comunicación con un estilo asertivo, rechazo, agresividad y empatía; habilidades cognitivas, como la toma de decisiones, pensamiento crítico y autoevaluación en el desarrollo de la producción científica, habilidades necesarias para el manejo de la incertidumbre, todo esto conlleva al desarrollo de la comunicación asertiva y una estimulación del proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes desde las materias de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Síntesis.

Conclusiones

El desarrollo de la práctica docente ha permitido la identificación de un problema del proceso pedagógico en la educación universitaria, relativo a las dificultades en el comportamiento comunicativo de los jóvenes. Ello ha estado afectando el logro de los objetivos de este nivel educativo, así como incide en algunas ocasiones en la producción científica y académica, por lo que es importante el empleo de un estilo comunicativo asertivo.

El estudio teórico realizado refiere el proceso de comunicación educativa, los presupuestos de la comunicación asertiva, los estilos de comunicación y sus posibilidades de atención educativa, a partir de las potencialidades que ofrecen los objetivos de formación en el contexto educativo y particularmente desde las materias de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación. Tales

aspectos propician nuevas prácticas educativas para la formación de la asertividad como estilo comunicativo de los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación.

El diagnóstico del comportamiento comunicativo y académico de los estudiantes en la materia de Metodología de Investigación, mediante el empleo de métodos como la encuesta en la escala de Likert, la entrevista, la composición, así como el criterio de expertos, entre otros, permitió identificar dificultades en las formas del comportamiento asertivo, la no asertividad, la agresividad o pasividad, así como tendencias negativas en la comunicación estudiante-estudiantes, estudiantes-profesor. Asimismo, pudo constatar que los docentes aún no cuentan con las herramientas didácticas, metodológicas y de trabajo educativo para atender suficientemente este proceso dentro y fuera del proceso pedagógico.

En función de ofrecer una vía de solución a las dificultades diagnosticadas se elabora una propuesta de actividades para favorecer el estilo comunicativo asertivo en los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación, desde las materias de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación. Se presentan tres tipos de actividades que incluyen las de preparación al estudiante, tareas docentes con talleres, guías de lectura, guías de observaciones, conferencias, elaboración de artículos científicos, elaboración del marco teórico referencial en las investigaciones. Cada una de ellas con su estructura, sus objetivos, sus formas de evaluación o control, así como orientaciones al profesor, que contribuyen a la preparación del docente para este fin, además de revelar las posibilidades de generalización de las actividades y sobre todas las cosas generar un espíritu asertivo en los estudiantes y profesores.

La pertinencia de la propuesta es corroborada a través de la consulta a especialistas y expertos. Estos evaluaron positivamente cada uno de los indicadores ofrecidos para valorar la propuesta de Estrategia Metodológica direccionada a la estimulación de un estilo comunicativo asertivo. Sobresale la evaluación

de muy adecuado en todos los indicadores, con determinadas sugerencias que permitieron rediseñar la propuesta y las actividades diseñadas para la producción de los estudiantes con un estilo asertivo y comunicativo. Los aspectos o comentarios de los especialistas, sumado a lo anterior, dan fe de la pertinencia de la propuesta para lograr transformaciones positivas en el comportamiento comunicativo de los estudiantes de la Facultad de Marketing y Comunicación desde las materias de Metodología de Investigación y Diseño de Proyectos de Investigación, acercándolos paulatinamente al estilo asertivo aspirado como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje.

Referencias bibliográficas

- Báster, E. (1992). La comunicación educativa, ¿le corresponde sólo al profesor? Instituto Central de Ciencias Pedagógicas, Ministerio de Educación.
- Caballero, E. (2010). La estimulación de los componentes sociopsicológicos de la comunicación (Tesis doctoral). Universidad de Holguín.
- Comunicación asertiva. (Consultado 20 de Octubre de 2016).
- Educación en la asertividad. (Consultado 20 de Octubre de 2016). Disponible en [HTTP://RROCHERENFERMERO.BLOGSPOT.ES/IMG/LAASERTIVIDAD.DOC](http://RROCHERENFERMERO.BLOGSPOT.ES/IMG/LAASERTIVIDAD.DOC)
- Engels, F. (Ed. 1975). El papel del trabajo en la transformación del mono en hombre. Editorial Progreso, Moscú.
- Denia Ochoa-Mendoza Yeimer Prieto-López 70 Luz. Año XVI. (1), pp.64-76, enero-marzo, 2017.
- Fernández, A. M. (2010). La persuasión: ¿arte o habilidad? Centro Iberoamericano para la Formación de Pedagogos y la Orientación Educativa. CIFPOE. ISP “Enrique José Varona”.
- Moncada Sánchez, P. C. (2018). Modelo didáctico del diagnóstico de la capacidad de aprendizaje en el primer ciclo de la Enseñanza Primaria. (Tesis doctoral). Centro de Estudios de Educación Superior: Manuel F. Gran. Santiago de Cuba.
- Ortiz, E. (2020). Comunicación Educativa. Universidad de Holguín (Material digitalizado).
- Ortiz, E. y Mariño, A. M. (2003). Problemas contemporáneos de la didáctica de la educación superior. Universidad de Holguín. (Material digitalizado)
- Ortiz Torres E. Comprensión teórica general de la comunicación. En: Comunicación pedagógica. Libros en Red. 1999[citado 15 jul 2016].
- Prieto, Y. (2010). La estimulación de la comunicación educativa en el proceso formativo del escolar primario. (Tesis doctoral). Universidad de Holguín.
- Sierra Caballero, F. (2020). Introducción a la Teoría de la Comunicación Educativa. España: MAD, S.L.