

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



PROYECTO VISION 2003, UANL (CEN  
FCC): FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL,  
FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES, RESPECTO  
A EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA

T E S I S

PRESENTADA POR

SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ

COMO REQUISITO PARCIAL, PARA OBTENER  
EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION

MONTERREY, NUEVO LEON      DICIEMBRE DE 2002

TM

Z5630

FCC

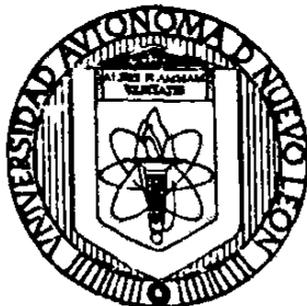
2002

.F9



1020148825

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**



**PROYECTO VISION 2006, UANL (EN  
FCC): FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL,  
FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES RESPECTO  
A EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA**

**T E S I S**

**PRESENTADA POR**

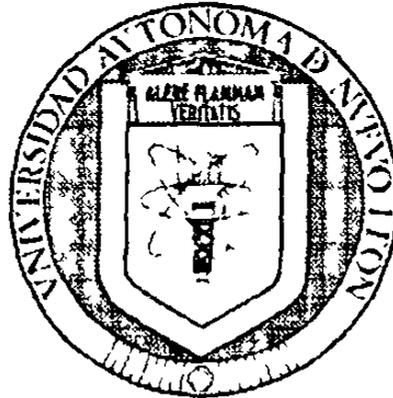
**SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ**

**COMO REQUISITO PARCIAL, PARA OBTENER  
EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION**

**MONTERREY, NUEVO LEON    DICIEMBRE DE 2002**

---

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



PROYECTO VISION 2006, UANL (EN FCC) FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES, RESPECTO A  
EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA

TESIS

PRESENTADA POR

SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

MONTERREY NUEVO LEON DICIEMBRE DE 2002

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PROYECTO VISION 2006, UANL. ( EN FCC ) FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES, RESPECTO A  
EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA

Aprobacion de la Tesis

Guadalupe Victoria Reyes Ph D

---

ASFORA

---

PRESIDENTE

---

SECRETARIO

---

VOCAL

MC Rosa Margarita Bernal Arrieta

SUBDIRECTORA DE INVESTIGACION Y ESTUDIOS DE POSGRADO

## AGRADECIMIENTOS

A través de este conducto, expreso un sincero agradecimiento a las personas o instituciones que de una forma u otra, colaboraron para la realización de esta investigación

A la MC , Ana Maria del Carmen Marquez Rodriguez, directora de la Facultad de Ciencias de a Comunicacion , por las facilidades para la aplicacion de la encuesta, asi como por su apoyo institucional y sus expresiones de entusiasmo, para desarrollar el presente trabajo

A la MC , Rosa Margarita Bernal Arrieta, Subdirectora de Estudios de Posgrado e Investigacion, de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion , por su comprension , sus atenciones y sugerencias oportunas

A la MC, Julieta Flores Michel, primera asesora ( de noviembre 2001 , a abril 2002 )

A Guadalupe Victorica Reyes Ph D , segunda asesora de esta Tesis (a partir del 07 de mayo 2002 )

Al Ing Jose Mendez Rangel Coordinador del Centro de Capacitacion y Servicios en Informatica de la U ANI , por las facilidades proporcionadas

A Monica Menchaca Maciel por su asesoria codificacion y captura de informacion en el paquete SPSS Centro de Informat ca de la U ANI

A Juan Carlos Alvarado Vargas por su asesoria tecnica computacional y captura constante de informacion en los programas Word Excel y del Paquete Estadístico SPSS

A la Lic Alicia I artigue de Salazar , directora del Centro de Apoyo y Servicios Educativos (CASA) , de la UANL, por su valiosa informacion sobre los antecedentes del Proyecto, antes de su publicacion

Al Dr Juan Antonio Garcia Salas , uno de los asesores del Rector , de la UANL, por los materiales bibliograficos proporcionados

A la Lic Yolanda Lopez Lara, por sus sugerencias y recomendaciones, en el ambito de la Comunicacion y el Desarrollo Organizacional

A los compañeros maestros MC Francisco Javier Zambrano Grijalva , MAE Ricardo Santos Cure Torres Herrera , MC Virginia Garza Cruz , Lic Jesus R Guerra Chavero , MC , Jesus Morales Leon y Lic Daniel Alcocer Cruz , por sus valiosas aportaciones y sugerencias

A los alumnos Juan Pablo Mora Roman , Carlos Alberto Garza Charles , Alejandro Elizondo Gonzalez y Nicolas Alvarez Posada, por su colaboracion en la entrega y recepcion de la encuesta , a los maestros, en los tres turnos

## DEDICATORIA

Al ser omnipotente , quien todo lo ve y juzga , dandonos fuerzas , alientos y deseos perennes , para sobrellevar las variadas adversidades de la vida Dios

A quien desde el reino de los cielos contempla y vigila a sus hijos y fue un gran ejemplo de sabiduria , trabajo , responsabilidad y honestidad Mi padre ( + )

A la casi nonagenaria mujer, nacida en lo mas abrupto de la occidental , bella y alta serrania ryonense, casi en los limites con Coahuila , quien ha sabido forjar el espiritu de sus 9 hijos y luchado contra las adversidades propias de su edad y ha resistido las 4 intervenciones quirurgicas intestinales , en los ultimos 3 años Mi Madre

A mis hermanos Armando Luis , Candido ( + ) , Amaro Joel , Humberto Antonio , Juan Israel , Maria del Socorro y Ramon Gonzalo ( + ) , por su apoyo y comprension , ante muchas circunstancias familiares , asi como por sus buenos deseos

A Martha Elva Cazares Morales , mi balsamo mitigador , con quien comparto alegrias y congojas , triunfos y derrotas , a traves de mas de 20 anos

A mis ahijados David, Esmeralda y Rene de quienes he recibido aprecio , apoyo, estimacion y muestras de solidaridad , en los momentos mas dificiles

## RESUMEN

Sergio Manuel de la Fuente Valdez Fecha de obtención del grado: diciembre, 2002.  
Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Título del Estudio: "Proyecto Visión 2006, UANL, ( en FCC ) : Flujos Comunicativos,  
Desarrollo Organizacional, Formación , Actualización y Convergencias en los  
Docentes, respecto a expectativas de la Rectoría"  
Número de Páginas : 291 Candidato para el grado de Maestría en Ciencias  
de la Comunicación.

Área de Estudio: Ciencias de la Comunicación.

**Propósito y Método de Estudio:** Los objetivos consisten en identificar los medios o canales de información y sus flujos, mediante los cuales los docentes tuvieron conocimiento del Proyecto Visión 2006, cómo llegó ésta temporalmente, su cumplimiento, así como su Actualización y Formación. Conocer el nivel de convergencia , entre las expectativas de Rectoría y el punto de vista de los maestros. 70 de ellos fueron encuestados de un total de 125, agrupados por conglomerados , en categorías, seleccionados en el paquete estadístico STATS: Maestros de tiempo completo y exclusivo (2), Maestros de tiempo completo ( 28 ), Maestros de medio tiempo ( 12 ), Maestros por horas ( 7 ), Maestros por contrato ( 21 ).

Los contenidos de la encuesta incluyen: datos demográficos, tipos de comunicación en la organización (UANL, FCC), empleo de las nuevas tecnologías de comunicación, dominio y uso del inglés, así como planteamientos para que expresen su grado de acuerdo o desacuerdo , respecto al perfil académico , objetivos y metas del proyecto, así como políticas y estrategias educativas, las expectativas de la sociedad, canalizadas a través de la Rectoría.

Las preguntas de investigación están relacionadas con los principales canales de información y sus flujos. ¿ Cómo llegó ésta ? . ¿Cuáles son las tecnologías más empleadas y el nivel de dominio del inglés?. ¿Cómo es el grado de convergencia entre las expectativas y las ideas?. La hipótesis correlacional plantea la relación existente , entre el conocimiento del Proyecto , el nivel académico, la actualización y las razones de la motivación .

**Contribuciones y Conclusiones:** Los resultados obtenidos proporcionan una panorámica general, sobre el conocimiento y los avances del Proyecto, en el área académica. Pocos docentes se enteraron de su existencia, a través de los canales de comunicación, escritos administrativos institucionales y los medios informales. Se empleó más, la comunicación interpersonal ( cara a cara ). Los maestros consideraron que la información llegó a tiempo y los flujos fueron buenos. Se presenta un modelo de planeación y comunicación organizacional ( Investigación-Acción ), de la UANL .

Las tecnologías de la información, se utilizan en un 75%, pero el dominio y uso del inglés, en las tareas docentes, es bajo. Más del 90%, están en total y parcial acuerdo, con las políticas y estrategias educativas, esperadas por la sociedad.

FIRMA DE LA ASESORA :

Guadalupe Victorica Reyes Ph. D

## TABLA DE CONTENIDO

Capítulo	Página
<b>I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	<b>1</b>
Introducción	1
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Objetivos de la Investigación	5
1.3. Preguntas de Investigación	6
1.4. Justificación	8
1.5. Criterios que Evalúan la Investigación	8
1.5.1 Conveniencia	8
1.5.2 Implicaciones Prácticas	9
1.5.3 Valor Teórico	9
1.6. Limitaciones y Delimitaciones de la Investigación	9
1.7 Viabilidad de la Investigación	11
1.8 Definición de Términos	11
<b>II. MARCO TEÓRICO O REVISIÓN DE LA LITERATURA</b>	<b>15</b>
2.1. La Universidad y su Contexto Socio-Histórico	16
2.1.1. Sus Inicios en Europa y Transformaciones	16
2.1.2. Ideas de la Universidad	18
2.1.3. La Universidad como Comunidad, como Institución y como Organización	21
2.1.4. La Universidad y el Status Social	24
2.1.5. Modelos de Organización de las Universidades	25
2.1.6. Sociedad y Escuela	27

2.1.7 La Educación en el Complejo Social . . . . .	28
2.1.8 Educar para el Futuro . . . . .	30
2.2 La Globalización y su Contexto Múltiple . . . . .	31
2.2.1 La Globalización, el Tratado de Libre Comercio y los Retos de la Universidad . . . . .	34
2.2.2 La Sociedad del Conocimiento . . . . .	35
2.2.3 La Educación Superior, en el Contexto Globalizador . . . . .	39
2.2.4 La Educación Superior Aspectos Políticos, Económicos y Sociales . . . . .	41
2.2.5 Tendencias Mundiales en la Educación Superior y la UANL . . . . .	42
2.2.6 La Educación Superior y la Política Gubernamental. . . . .	44
2.2.7 México: Condiciones de la Educación Pública Superior y Vinculación con la Economía . . . . .	44
2.3 Caso de Estudio: La Universidad Autónoma de Nuevo León y su Entorno Social . . . . .	45
2.3.1. Semblanza Histórica . . . . .	45
2.3.2. Naturaleza y Fines . . . . .	49
2.3.3. Misión de la Universidad . . . . .	51
2.3.4. Organigrama de la Universidad Autónoma de Nuevo León . . . . .	53
2.3.5. La Rectoría . . . . .	56
2.3.6. La Secretaría de Planeación y Desarrollo . . . . .	57
2.3.7. Programas Estratégicos . . . . .	60
2.3.7.1 Educación para la Vida . . . . .	60
2.3.8 La UANL: sus Profesores, Dependencias y Campus . . . . .	65
2.3.9. La Educación Superior y la Oferta Educativa, de la UANL . . . . .	67
2.3.9.1 Educación Media Superior . . . . .	67
2.3.9.2 Nivel de Educación Superior . . . . .	68
2.3.9.3 Técnico Superior y Profesional Asociado . . . . .	68
2.3.9.4 Posgrado . . . . .	68
2.4 Caso de Estudio: La Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	71
2.4.1 Organigrama de la Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	71

2.4.2 Misión . . . . .	72
2.4.3 Objetivos . . . . .	72
2.4.4 La Reforma Académica . . . . .	73
2.4.5 El Perfil General del Egresado . . . . .	73
2.4.6 Perfil del Profesional Asociado . . . . .	74
2.4.7 La Oferta Educativa. . . . .	74
2.4.8 Programas de Posgrado . . . . .	75
2.4.8.1 Objetivo General . . . . .	75
2.4.8.2 Objetivo Particular . . . . .	76
2.4.8.3 Materia Fundamental . . . . .	76
2.4.8.4 Materias Complementarias . . . . .	76
2.4.8.5 Maestría en Ciencias de la Comunicación . . . . .	77
2.4.8.6 La Universidad Autónoma de Nuevo León y la Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	78
2.5 Proyecto Visión 2006, de la UANL y su contexto Socio-histórico . . . . .	78
2.5.1. Antecedentes . . . . .	78
2.5.2. Compromiso Institucional de la Rectoría . . . . .	79
2.5.3. Características del Proyecto Visión 2006, de la UANL . . . . .	81
2.5.4. Metodología y Planeación . . . . .	82
2.5.5. Visión UANL, 2006 . . . . .	83
2.5.6. Misión, Valores y Atributos . . . . .	84
2.5.7 Perfil del Docente . . . . .	87
2.5.8. Perfil del Egresado . . . . .	89
2.5.9. Planes y Programas de la UANL. . . . .	91
2.6 La Comunicación . . . . .	91
2.6.1 Funciones de la Comunicación . . . . .	91
2.6.2 Barreras para la Comunicación Eficaz . . . . .	92
2.6.3 Teorías de la Comunicación Interpersonal . . . . .	95
2.6.3.1 La Personalidad, como Factor de Susceptibilidad y Persuasión . . . . .	95
2.6.3.2 Teoría de la Disonancia Cognoscitiva . . . . .	98

2.6.4 Modelos de Comunicación . . . . .	99
2.6.4.1 Modelo de Shannon y Weaver . . . . .	99
2.6.4.2 Modelo Jerárquico de Influencias en el Contenido . . . . .	100
2.7 La Comunicación Masiva . . . . .	101
2.7.1 Teorías de la Comunicación Social y Masiva . . . . .	101
2.7.1.1 Teoría Funcionalista . . . . .	101
2.7.1.2 Teorías de la Sociedad de Masas . . . . .	103
2.7.1.3 Teoría de los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas . . . . .	104
2.7.2. Modelos empleados en la Comunicación de Masas. . . . .	105
2.7.2.1 Aportación de De Fleur . . . . .	105
2.7.2.2 Modelo Circular de Osgood y Schramm . . . . .	106
2.7.2.3 Modelo de Riley y Riley . . . . .	106
2.7.2.4 Modelo Sociológico de las Mediaciones en la Comunicación de Masas . . . . .	107
2.8 Comunicación Organizacional . . . . .	108
2.8.1 La Comunicación en las Organizaciones . . . . .	108
2.8.1.1 Ventajas y Cultura de la Comunicación Organizacional . . . . .	110
2.8.1.2 La Comunicación, como Proceso en la Creación de la Cultura Organizacional . . . . .	112
2.8.2 La Comunicación Organizacional, en las Instituciones Educativas . . . . .	113
2.8.3 La Comunicación Organizacional, en las Escuelas de Comunicación . . . . .	114
2.8.4 Tipos de Comunicación Organizacional . . . . .	114
2.8.4.1 Comunicación Ascendente . . . . .	114
2.8.4.2 La Comunicación Descendente . . . . .	115
2.8.4.3 Comunicación Horizontal . . . . .	116
2.8.5 Redes de Mensajes . . . . .	116
2.8.5.1 Formales . . . . .	117
2.8.5.2 Informales . . . . .	117
2.8.6 Modelo de investigación-Acción ( Kurt Lewin ) . . . . .	118

2 9 Relaciones Publicas v Comunicacion	118
2 9 1 La Comunicacion como Catalizador de las Relaciones Institucionales	122
2 9 2 La Comunicacion Institucional con los Medios de Comunicación Colectiva	123
2 9 3 Los Publicos Externos y el Sistema de Comunicacion Institucional	123
2 9 4 Los Publicos Internos y Sistemas de Comunicacion Institucional	124
2 9 4 1 Comunicacion Interna	125
2 9 4 1 1 Los Gabinetes de Comunicacion	127
2 9 4 1 2 Medios o Canales de Comunicacion Interna	131
2 9 4 1 3 Eleccion de los Canales de Comunicacion sus Caracteristicas	132
2 9 4 1 4 Flujos Descendentes	132
2 9 4 1 5 Flujos Ascendentes	133
2 10 La Organizacion	133
2 10 1 Conceptualizacion de la Organizacion	133
2 10 2 Tipos de organizacion	135
2 10 3 La Organizacion como Institucion	136
2 10 4 Teoria de los Sistemas	137
2 10 5 La Organizacion como Sistema	140
2 10 5 1 La Apertura de la Organizacion	141
2 10 5 2 El entorno Relevante de la Organizacion	142
2 10 6 Objetivos de las Organizaciones	143
2 10 6 1 Economicos	143
2 10 6 2 Sociales	144
2 10 7 Funciones de las Organizaciones	144
2 10 8 Teorias Organizacionales	147
2 10 8 1 Teoria Clasica	147
2 10 8 2 Teoria Humanistica	149
2 10 8 3 Teorias N y N	15

---

2 11 Desarrollo Organizacional	152
2 11 1 Conceptualizacion de Desarrollo Organizacional	152
2 12 Flujos de la Informacion y la Comunicacion	154
2 12 1 Flujos de la Informacion y Comunicacion, en la Universidad Autonoma de Nuevo Leon (Diagrama)	156
2 12 2 Flujos de la Informacion y Comunicacion en la Facultad de Ciencias de la Comunicacion (Diagrama)	158
2 13 Modelo de Comunicacion Organizacional	159
2 13 1 Modelo de Investigacion-Accion, en la UANL	159
2 14 Motivacion	165
2 14 1 La Motivacion dentro de la Organizacion	165
2 14 2 Los Motivos	167
2 14 3 Tipologia de la Motivacion	167
2 14 4 Incentivos, un Medio para Despertar la Motivacion	168
2 14 5 Teorias de la Motivacion	170
2 14 5 1 Jerarquia de Necesidades Teoria de Maslow	170
2 14 5 2 Teoria de Hartmann y de la Disparidad	172
2 14 5 3 Teoria Bifactorial de F Herzberg	172
2 14 6 Modelos de la Motivacion	173
2 14 6 1 Modelo Integrativo de la Motivacion	173
2 14 6 2 Modelo de Erc	174
Notas bibliograficas del capitulo	175
III METODOLOGIA . . . . .	181
3 1 Tipo de Investigacion	181
3 2 Universo y Tipo de Muestra	182
3 3 Muestra de la Investigacion	182
3 4 Instrumento de Medicion	184
3 5 Preguntas de Investigacion	184
3 6 Conceptualizacion y Operacionalizacion de la Hipotesis de Trabajo	185
Notas bibliograficas del capitulo	190

---

IV ANALISIS DE RESULTADOS . . . . .	191
4 1 Analisis de Datos Descriptivos	191
a) Caracteristicas Demograficas de la Muestra	191
b) Analisis de Preguntas de Investigacion	193
c) Analisis Descriptivo Secundario	221
4 2 Analisis Descriptivo de la Hipotesis	224
4 3 Analisis de la Hipotesis	225
a) Datos Bivariados	225
V DISCU SION DE RESULTADOS	232
VI CONCLUSIONES	239
VII RECOMENDACIONES	246
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS . . . . .	254
APENDICES	260
APENDICE A OFERTA EDUCATIVA DE POSGRADO, UANI	260
APENDICE B RELACION DE MATERIAS PARA LICENCIATURA Y PROFESIONAL ASOCIADO	265
APENDICE C RELACION DE MATERIAS DE POSGRADO	269
APENDICE D MODELO DE ENCUESTA APLICADA	270
APENDICE E RELACION DE VARIABLES CON SUS PREGUNTAS	288
APENDICE F RELACION DE HIPOTESIS CON SUS PREGUNTAS	299
RESUMEN AUTOBIOGRAFICO	2

## LISTA DE TABLAS

Tabla		Pagina
1	Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria ( Periodicos y revistas )	193
2	Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria (Escritos Administrativos y Comunicacion Interpersonal)	194
3	Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria ( Medios Informales )	194
4	Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Facultad de ciencias de la Comunicacion ( Canales Formales )	196
5	Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion ( Comunicacion Interpersonal formal )	196
6	Canales o Formas de Comunicacion, por los que se Entero , por parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion ( Canales Informales )	197
7	Flujos Comunicativos, a Traves de los Cuales se Entero del Provento Vision 2006 en la Facultad de Ciencias de la Comunicacion	199
8	Nuevas Tecnologias de la Informacion y Comunicacion Utilizadas por los Maestros	200
9	Programas de Computo que Conocen y Utilizan en sus Labores Docentes	200
10	Equipo de Computo que Tienen en su casa para su uso Personal	201

Actualizacion Docente	223
26 Razones de la Motivacion, por las que Usted se ha Estado Preparando y Actualizando	225
27 Tabla Cruzada entre el Nivel Academico de los Docentes y Numero de Eventos a los que Asistieron, durante los Últimos dos años	226
28 Tabla Cruzada entre el Conocimiento de la Existencia del Proyecto y el Numero de Eventos a los cuales Asistieron, durante los Ultimos dos años	227
29 Tabla Cruzada entre el Conocimiento del Proyecto y Nivel Academico de Posgrado de los Docentes	228
30 Tabla Cruzada entre el Conocimiento del Proyecto y Razones por las que se Motivaron los Docentes	229
31 Tabla Cruzada entre el Nivel Academico de Posgrado de los Docentes y las Razones por las que se Motivaron	230
32 Tabla Cruzada entre las Razones por las que se Motivaron los Maestros y Numero de Eventos a los cuales Asistieron, durante los Ultimos dos años	231

TM

Z5630

FCC

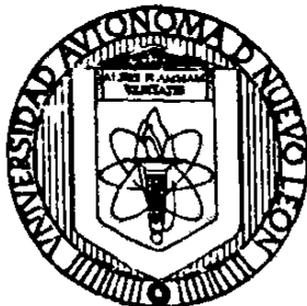
2002

.F9



1020148825

**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**



**PROYECTO VISION 2006, UANL (EN  
FCC): FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL,  
FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES RESPECTO  
A EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA**

**T E S I S**

**PRESENTADA POR**

**SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ**

**COMO REQUISITO PARCIAL, PARA OBTENER  
EL GRADO DE MAESTRO EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION**

**MONTERREY, NUEVO LEON    DICIEMBRE DE 2002**

---

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



PROYECTO VISION 2006, UANL ( EN FCC ) FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, FORMACION , ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES, RESPECTO A  
EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA

TESIS

PRESENTADA POR

SERGIO MANUEL DE LA FUENTE VALDEZ

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL GRADO DE  
MAESTRO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

MONTERREY NUEVO LEON DICIEMBRE DEL 2002

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PROYECTO VISION 2006, UANL. ( EN FCC ) FLUJOS COMUNICATIVOS,  
DESARROLLO ORGANIZACIONAL, FORMACION, ACTUALIZACION  
Y CONVERGENCIAS EN LOS DOCENTES, RESPECTO A  
EXPECTATIVAS DE LA RECTORIA

Aprobacion de la Tesis

Guadalupe Victoria Reyes Ph D

---

ASFORA

---

PRESIDENTE

---

SECRETARIO

---

VOCAL

MC Rosa Margarita Bernal Arrieta

SUBDIRECTORA DE INVESTIGACION Y ESTUDIOS DE POSGRADO

## AGRADECIMIENTOS

A traves de este conducto, expreso un sincero agradecimiento a las personas o instituciones que de una forma u otra, colaboraron para la realizacion de esta investigacion

A la MC , Ana Maria del Carmen Marquez Rodriguez, directora de la Facultad de Ciencias de a Comunicacion , por las facilidades para la aplicacion de la encuesta, asi como por su apoyo institucional y sus expresiones de entusiasmo, para desarrollar el presente trabajo

A la MC , Rosa Margarita Bernal Armeta, Subdirectora de Estudios de Posgrado e Investigacion, de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion , por su comprension , sus atenciones y sugerencias oportunas

A la MC, Julieta Flores Michel, primera asesora ( de noviembre 2001 , a abril 2002 )

A Guadalupe Victorica Reyes Ph D , segunda asesora de esta Tesis (a partir del 07 de mayo 2002 )

Al Ing Jose Mendez Rangel Coordinador del Centro de Capacitacion y Servicios en Informatica de la U ANI , por las facilidades proporcionadas

A Monica Menchaca Maciel por su asesoria codificacion y captura de informacion en el paquete SPSS Centro de Informat ca de la U ANI

A Juan Carlos Alvarado Vargas por su asesoria tecnica computacional y captura constante de informacion en los programas Word Excel y del Paquete Estadístico SPSS

A la Lic Alicia I artigue de Salazar , directora del Centro de Apoyo y Servicios Educativos (CASA) , de la UANL, por su valiosa informacion sobre los antecedentes del Proyecto, antes de su publicacion

Al Dr Juan Antonio Garcia Salas , uno de los asesores del Rector , de la UANL, por los materiales bibliograficos proporcionados

A la Lic Yolanda Lopez Lara, por sus sugerencias y recomendaciones, en el ambito de la Comunicacion y el Desarrollo Organizacional

A los compañeros maestros MC Francisco Javier Zambrano Grijalva , MAE Ricardo Santos Cure Torres Herrera , MC Virginia Garza Cruz , Lic Jesus R Guerra Chavero , MC , Jesus Morales Leon y Lic Daniel Alcocer Cruz , por sus valiosas aportaciones y sugerencias

A los alumnos Juan Pablo Mora Roman , Carlos Alberto Garza Charles , Alejandro Elizondo Gonzalez y Nicolas Alvarez Posada, por su colaboracion en la entrega y recepcion de la encuesta , a los maestros, en los tres turnos

## DEDICATORIA

Al ser omnipotente , quien todo lo ve y juzga , dandonos fuerzas , alientos y deseos perennes , para sobrellevar las variadas adversidades de la vida Dios

A quien desde el reino de los cielos contempla y vigila a sus hijos y fue un gran ejemplo de sabiduria , trabajo , responsabilidad y honestidad Mi padre ( + )

A la casi nonagenaria mujer, nacida en lo mas abrupto de la occidental , bella y alta serrania ryonense, casi en los limites con Coahuila , quien ha sabido forjar el espiritu de sus 9 hijos y luchado contra las adversidades propias de su edad y ha resistido las 4 intervenciones quirurgicas intestinales , en los ultimos 3 años Mi Madre

A mis hermanos Armando Luis , Candido ( + ) , Amaro Joel , Humberto Antonio , Juan Israel , Maria del Socorro y Ramon Gonzalo ( + ) , por su apoyo y comprension , ante muchas circunstancias familiares , asi como por sus buenos deseos

A Martha Elva Cazares Morales , mi balsamo mitigador , con quien comparto alegrias y congojas , triunfos y derrotas , a traves de mas de 20 anos

A mis ahijados David, Esmeralda y Rene de quienes he recibido aprecio , apoyo, estimacion y muestras de solidaridad , en los momentos mas dificiles

## RESUMEN

Sergio Manuel de la Fuente Valdez Fecha de obtención del grado: diciembre, 2002.  
Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Ciencias de la Comunicación  
Título del Estudio: "Proyecto Visión 2006, UANL, ( en FCC ) : Flujos Comunicativos,  
Desarrollo Organizacional, Formación , Actualización y Convergencias en los  
Docentes, respecto a expectativas de la Rectoría"  
Número de Páginas : 291 Candidato para el grado de Maestría en Ciencias  
de la Comunicación.

Área de Estudio: Ciencias de la Comunicación.

**Propósito y Método de Estudio:** Los objetivos consisten en identificar los medios o canales de información y sus flujos, mediante los cuales los docentes tuvieron conocimiento del Proyecto Visión 2006, cómo llegó ésta temporalmente, su cumplimiento, así como su Actualización y Formación. Conocer el nivel de convergencia , entre las expectativas de Rectoría y el punto de vista de los maestros. 70 de ellos fueron encuestados de un total de 125, agrupados por conglomerados , en categorías, seleccionados en el paquete estadístico STATS: Maestros de tiempo completo y exclusivo (2), Maestros de tiempo completo ( 28 ), Maestros de medio tiempo ( 12 ), Maestros por horas ( 7 ), Maestros por contrato ( 21 ).

Los contenidos de la encuesta incluyen: datos demográficos, tipos de comunicación en la organización (UANL, FCC), empleo de las nuevas tecnologías de comunicación, dominio y uso del inglés, así como planteamientos para que expresen su grado de acuerdo o desacuerdo , respecto al perfil académico , objetivos y metas del proyecto, así como políticas y estrategias educativas, las expectativas de la sociedad, canalizadas a través de la Rectoría.

Las preguntas de investigación están relacionadas con los principales canales de información y sus flujos. ¿ Cómo llegó ésta ? . ¿Cuáles son las tecnologías más empleadas y el nivel de dominio del inglés?. ¿Cómo es el grado de convergencia entre las expectativas y las ideas?. La hipótesis correlacional plantea la relación existente , entre el conocimiento del Proyecto , el nivel académico, la actualización y las razones de la motivación .

**Contribuciones y Conclusiones:** Los resultados obtenidos proporcionan una panorámica general, sobre el conocimiento y los avances del Proyecto, en el área académica. Pocos docentes se enteraron de su existencia, a través de los canales de comunicación, escritos administrativos institucionales y los medios informales. Se empleó más, la comunicación interpersonal ( cara a cara ). Los maestros consideraron que la información llegó a tiempo y los flujos fueron buenos. Se presenta un modelo de planeación y comunicación organizacional ( Investigación-Acción ), de la UANL .

Las tecnologías de la información, se utilizan en un 75%, pero el dominio y uso del inglés, en las tareas docentes, es bajo. Más del 90%, están en total y parcial acuerdo, con las políticas y estrategias educativas, esperadas por la sociedad.

FIRMA DE LA ASESORA :

Guadalupe Victorica Reyes Ph. D

## TABLA DE CONTENIDO

Capítulo	Página
<b>I. NATURALEZA Y DIMENSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.</b>	<b>1</b>
Introducción	1
1.1. Planteamiento del Problema	2
1.2. Objetivos de la Investigación	5
1.3. Preguntas de Investigación	6
1.4. Justificación	8
1.5. Criterios que Evalúan la Investigación	8
1.5.1 Conveniencia	8
1.5.2 Implicaciones Prácticas	9
1.5.3 Valor Teórico	9
1.6. Limitaciones y Delimitaciones de la Investigación	9
1.7 Viabilidad de la Investigación	11
1.8 Definición de Términos	11
<b>II. MARCO TEÓRICO O REVISIÓN DE LA LITERATURA</b>	<b>15</b>
2.1. La Universidad y su Contexto Socio-Histórico	16
2.1.1. Sus Inicios en Europa y Transformaciones	16
2.1.2. Ideas de la Universidad	18
2.1.3. La Universidad como Comunidad, como Institución y como Organización	21
2.1.4. La Universidad y el Status Social	24
2.1.5. Modelos de Organización de las Universidades	25
2.1.6. Sociedad y Escuela	27

2.1.7 La Educación en el Complejo Social . . . . .	28
2.1.8 Educar para el Futuro . . . . .	30
2.2 La Globalización y su Contexto Múltiple . . . . .	31
2.2.1 La Globalización, el Tratado de Libre Comercio y los Retos de la Universidad . . . . .	34
2.2.2 La Sociedad del Conocimiento . . . . .	35
2.2.3 La Educación Superior, en el Contexto Globalizador . . . . .	39
2.2.4 La Educación Superior Aspectos Políticos, Económicos y Sociales . . . . .	41
2.2.5 Tendencias Mundiales en la Educación Superior y la UANL . . . . .	42
2.2.6 La Educación Superior y la Política Gubernamental. . . . .	44
2.2.7 México: Condiciones de la Educación Pública Superior y Vinculación con la Economía . . . . .	44
2.3 Caso de Estudio: La Universidad Autónoma de Nuevo León y su Entorno Social . . . . .	45
2.3.1. Semblanza Histórica . . . . .	45
2.3.2. Naturaleza y Fines . . . . .	49
2.3.3. Misión de la Universidad . . . . .	51
2.3.4. Organigrama de la Universidad Autónoma de Nuevo León . . . . .	53
2.3.5. La Rectoría . . . . .	56
2.3.6. La Secretaría de Planeación y Desarrollo . . . . .	57
2.3.7. Programas Estratégicos . . . . .	60
2.3.7.1 Educación para la Vida . . . . .	60
2.3.8 La UANL: sus Profesores, Dependencias y Campus . . . . .	65
2.3.9. La Educación Superior y la Oferta Educativa, de la UANL . . . . .	67
2.3.9.1 Educación Media Superior . . . . .	67
2.3.9.2 Nivel de Educación Superior . . . . .	68
2.3.9.3 Técnico Superior y Profesional Asociado . . . . .	68
2.3.9.4 Posgrado . . . . .	68
2.4 Caso de Estudio: La Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	71
2.4.1 Organigrama de la Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	71

2.4.2 Misión . . . . .	72
2.4.3 Objetivos . . . . .	72
2.4.4 La Reforma Académica . . . . .	73
2.4.5 El Perfil General del Egresado . . . . .	73
2.4.6 Perfil del Profesional Asociado . . . . .	74
2.4.7 La Oferta Educativa. . . . .	74
2.4.8 Programas de Posgrado . . . . .	75
2.4.8.1 Objetivo General . . . . .	75
2.4.8.2 Objetivo Particular . . . . .	76
2.4.8.3 Materia Fundamental . . . . .	76
2.4.8.4 Materias Complementarias . . . . .	76
2.4.8.5 Maestría en Ciencias de la Comunicación . . . . .	77
2.4.8.6 La Universidad Autónoma de Nuevo León y la Facultad de Ciencias de la Comunicación . . . . .	78
2.5 Proyecto Visión 2006, de la UANL y su contexto Socio-histórico . . . . .	78
2.5.1. Antecedentes . . . . .	78
2.5.2. Compromiso Institucional de la Rectoría . . . . .	79
2.5.3. Características del Proyecto Visión 2006, de la UANL . . . . .	81
2.5.4. Metodología y Planeación . . . . .	82
2.5.5. Visión UANL, 2006 . . . . .	83
2.5.6. Misión, Valores y Atributos . . . . .	84
2.5.7 Perfil del Docente . . . . .	87
2.5.8. Perfil del Egresado . . . . .	89
2.5.9. Planes y Programas de la UANL. . . . .	91
2.6 La Comunicación . . . . .	91
2.6.1 Funciones de la Comunicación . . . . .	91
2.6.2 Barreras para la Comunicación Eficaz . . . . .	92
2.6.3 Teorías de la Comunicación Interpersonal . . . . .	95
2.6.3.1 La Personalidad, como Factor de Susceptibilidad y Persuasión . . . . .	95
2.6.3.2 Teoría de la Disonancia Cognoscitiva . . . . .	98

2.6.4 Modelos de Comunicación . . . . .	99
2.6.4.1 Modelo de Shannon y Weaver . . . . .	99
2.6.4.2 Modelo Jerárquico de Influencias en el Contenido . . . . .	100
2.7 La Comunicación Masiva . . . . .	101
2.7.1 Teorías de la Comunicación Social y Masiva . . . . .	101
2.7.1.1 Teoría Funcionalista . . . . .	101
2.7.1.2 Teorías de la Sociedad de Masas . . . . .	103
2.7.1.3 Teoría de los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas . . . . .	104
2.7.2. Modelos empleados en la Comunicación de Masas. . . . .	105
2.7.2.1 Aportación de De Fleur . . . . .	105
2.7.2.2 Modelo Circular de Osgood y Schramm . . . . .	106
2.7.2.3 Modelo de Riley y Riley . . . . .	106
2.7.2.4 Modelo Sociológico de las Mediaciones en la Comunicación de Masas . . . . .	107
2.8 Comunicación Organizacional . . . . .	108
2.8.1 La Comunicación en las Organizaciones . . . . .	108
2.8.1.1 Ventajas y Cultura de la Comunicación Organizacional . . . . .	110
2.8.1.2 La Comunicación, como Proceso en la Creación de la Cultura Organizacional . . . . .	112
2.8.2 La Comunicación Organizacional, en las Instituciones Educativas . . . . .	113
2.8.3 La Comunicación Organizacional, en las Escuelas de Comunicación . . . . .	114
2.8.4 Tipos de Comunicación Organizacional . . . . .	114
2.8.4.1 Comunicación Ascendente . . . . .	114
2.8.4.2 La Comunicación Descendente . . . . .	115
2.8.4.3 Comunicación Horizontal . . . . .	116
2.8.5 Redes de Mensajes . . . . .	116
2.8.5.1 Formales . . . . .	117
2.8.5.2 Informales . . . . .	117
2.8.6 Modelo de investigación-Acción ( Kurt Lewin ) . . . . .	118

2 9 Relaciones Publicas v Comunicacion	118
2 9 1 La Comunicacion como Catalizador de las Relaciones Institucionales	122
2 9 2 La Comunicacion Institucional con los Medios de Comunicación Colectiva	123
2 9 3 Los Publicos Externos y el Sistema de Comunicacion Institucional	123
2 9 4 Los Publicos Internos y Sistemas de Comunicacion Institucional	124
2 9 4 1 Comunicacion Interna	125
2 9 4 1 1 Los Gabinetes de Comunicacion	127
2 9 4 1 2 Medios o Canales de Comunicacion Interna	131
2 9 4 1 3 Eleccion de los Canales de Comunicacion sus Caracteristicas	132
2 9 4 1 4 Flujos Descendentes	132
2 9 4 1 5 Flujos Ascendentes	133
2 10 La Organizacion	133
2 10 1 Conceptualizacion de la Organizacion	133
2 10 2 Tipos de organizacion	135
2 10 3 La Organizacion como Institucion	136
2 10 4 Teoria de los Sistemas	137
2 10 5 La Organizacion como Sistema	140
2 10 5 1 La Apertura de la Organizacion	141
2 10 5 2 El entorno Relevante de la Organizacion	142
2 10 6 Objetivos de las Organizaciones	143
2 10 6 1 Economicos	143
2 10 6 2 Sociales	144
2 10 7 Funciones de las Organizaciones	144
2 10 8 Teorias Organizacionales	147
2 10 8 1 Teoria Clasica	147
2 10 8 2 Teoria Humanistica	149
2 10 8 3 Teorias N y N	15

---

2 11 Desarrollo Organizacional	152
2 11 1 Conceptualizacion de Desarrollo Organizacional	152
2 12 Flujos de la Informacion y la Comunicacion	154
2 12 1 Flujos de la Informacion y Comunicacion, en la Universidad Autonoma de Nuevo Leon (Diagrama)	156
2 12 2 Flujos de la Informacion y Comunicacion en la Facultad de Ciencias de la Comunicacion (Diagrama)	158
2 13 Modelo de Comunicacion Organizacional	159
2 13 1 Modelo de Investigacion-Accion, en la UANL	159
2 14 Motivacion	165
2 14 1 La Motivacion dentro de la Organizacion	165
2 14 2 Los Motivos	167
2 14 3 Tipologia de la Motivacion	167
2 14 4 Incentivos, un Medio para Despertar la Motivacion	168
2 14 5 Teorias de la Motivacion	170
2 14 5 1 Jerarquia de Necesidades Teoria de Maslow	170
2 14 5 2 Teoria de Hartmann y de la Disparidad	172
2 14 5 3 Teoria Bifactorial de F Herzberg	172
2 14 6 Modelos de la Motivacion	173
2 14 6 1 Modelo Integrativo de la Motivacion	173
2 14 6 2 Modelo de Erc	174
Notas bibliograficas del capitulo	175
III METODOLOGIA . . . . .	181
3 1 Tipo de Investigacion	181
3 2 Universo y Tipo de Muestra	182
3 3 Muestra de la Investigacion	182
3 4 Instrumento de Medicion	184
3 5 Preguntas de Investigacion	184
3 6 Conceptualizacion y Operacionalizacion de la Hipotesis de Trabajo	185
Notas bibliograficas del capitulo	190

---

IV ANALISIS DE RESULTADOS . . . . .	191
4 1 Analisis de Datos Descriptivos	191
a) Caracteristicas Demograficas de la Muestra	191
b) Analisis de Preguntas de Investigacion	193
c) Analisis Descriptivo Secundario	221
4 2 Analisis Descriptivo de la Hipotesis	224
4 3 Analisis de la Hipotesis	225
a) Datos Bivariados	225
V DISCU SION DE RESULTADOS	232
VI CONCLUSIONES	239
VII RECOMENDACIONES	246
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS . . . . .	254
APENDICES	260
APENDICE A OFERTA EDUCATIVA DE POSGRADO, UANI	260
APENDICE B RELACION DE MATERIAS PARA LICENCIATURA Y PROFESIONAL ASOCIADO	265
APENDICE C RELACION DE MATERIAS DE POSGRADO	269
APENDICE D MODELO DE ENCUESTA APLICADA	270
APENDICE E RELACION DE VARIABLES CON SUS PREGUNTAS	288
APENDICE F RELACION DE HIPOTESIS CON SUS PREGUNTAS	299
RESUMEN AUTOBIOGRAFICO	2

## LISTA DE TABLAS

Tabla	Pagina
1 Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria ( Periodicos y revistas )	193
2 Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria (Escritos Administrativos y Comunicacion Interpersonal)	194
3 Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Rectoria ( Medios Informales )	194
4 Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Facultad de ciencias de la Comunicacion ( Canales Formales )	196
5 Medios de Comunicacion, por los que Recibio la Informacion por Parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion ( Comunicacion Interpersonal formal )	196
6 Canales o Formas de Comunicacion, por los que se Entero , por parte de la Facultad de Ciencias de la Comunicacion ( Canales Informales )	197
7 Flujos Comunicativos, a Traves de los Cuales se Entero del Provento Vision 2006 en la Facultad de Ciencias de la Comunicacion	199
8 Nuevas Tecnologias de la Informacion y Comunicacion Utilizadas por los Maestros	200
9 Programas de Computo que Conocen y Utilizan en sus Labores Docentes	200
10 Equipo de Computo que Tienen en su casa para su uso Personal	201

Actualizacion Docente	223
26 Razones de la Motivacion, por las que Usted se ha Estado Preparando y Actualizando	225
27 Tabla Cruzada entre el Nivel Academico de los Docentes y Numero de Eventos a los que Asistieron, durante los Últimos dos años	226
28 Tabla Cruzada entre el Conocimiento de la Existencia del Proyecto y el Numero de Eventos a los cuales Asistieron, durante los Ultimos dos años	227
29 Tabla Cruzada entre el Conocimiento del Proyecto y Nivel Academico de Posgrado de los Docentes	228
30 Tabla Cruzada entre el Conocimiento del Proyecto y Razones por las que se Motivaron los Docentes	229
31 Tabla Cruzada entre el Nivel Academico de Posgrado de los Docentes y las Razones por las que se Motivaron	230
32 Tabla Cruzada entre las Razones por las que se Motivaron los Maestros y Numero de Eventos a los cuales Asistieron, durante los Ultimos dos años	231