



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

SISTEMA UNIVERSIDAD ABIERTA Y EDUCACIÓN

A DISTANCIA



KUCHKABAL, SABERES COMPARTIDOS.
**LA REVISTA ELECTRÓNICA COMO HERRAMIENTA
PARA EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS
PROFESIONALES DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE
LA EDUCACIÓN Y DISCIPLINAS AFINES.**

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA

PRESENTA

HEIDI ARGÜELLO DÍAZ

ASESORA

MTRA. ADRIANA LORENA GONZÁLEZ BOSCO



Ciudad de México, septiembre 2017.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatoria y Agradecimientos

A mis padres José Argüello y Cecilia Díaz, a mis hermanos Heimdal y Heiner Argüello Díaz por confiar en mí y en que lograría mi objetivo. Por las palabras de aliento y las demostraciones de cariño.

A quien está hoy conmigo y me ha demostrado cariño, comprensión, empatía, solidaridad y compromiso, gracias César Acuña.

A Lorena González Boscó, mi profesora, mi asesora de trabajo de grado, mi amiga, por cuidar de mí y apoyarme en todos sentidos, por alentarme a seguir y concluir este ciclo; por impulsar la revista *Kuchkabal* y brindarnos a mí y al equipo las herramientas necesarias para llegar hasta donde hemos llegado.

A mi amiga Alejandra Vanegas Díaz quien siempre ha creído en mí y ha compartido su conocimiento y entusiasmo en los trabajos en equipo y los proyectos que me son significativos como es la Revista *Kuchkabal, saberes compartidos*.

A mi amiga Carmen Vargas Flores por la confianza depositada, por el apoyo incondicional en la revista y otros proyectos personales; por siempre tener una sonrisa por malo que sea el tiempo.

A la profesora Andrea Ugalde Velasco quien supo impulsarme en momentos difíciles y por hacerme reconocer lo mejor de mí.

A mis amigas y amigos, en especial a aquellas que hicieron de mi paso por la Universidad un espacio para cultivar la verdadera amistad, que me dieron ánimos y me apoyaron para cumplir con mis tareas y aprobar las materias: Soledad Arce Morales, Angélica Rodea Díaz, Esmeralda Garrido Percino.

A mi manada, Lobos Negros porque de ellos aprendo cada día y con su ejemplo me impulsan a seguir adelante y concluir cada etapa con determinación y entusiasmo.

A mis profesoras y profesores de la carrera quienes compartieron sus conocimientos y algunas charlas amenas conmigo.

A la gran persona que ya no está pero que siempre me impulsó a creer en mí y seguir creciendo: Gracias Ricardo Álvarez García, Descansa en Paz. Nunca te olvidaré amigo querido.

Por último a mí misma por entregar lo mejor de mí en cada tarea, en cada ensayo, por llegar hasta el final y lograr esta meta personal.

Índice

Introducción	6
Capítulo 1. Competencias profesionales y Comunicación Educativa	10
1.1. Definición y clasificación de competencias	11
1.2. Características de las competencias	21
1.3. Competencias para futuros profesionales de la educación	23
1.4. Educación y Comunicación	33
1.4.1. El proceso de comunicación	33
1.4.2. Comunicación educativa	37
1.5. La prensa como recurso educativo.	39
1.5.1. La prensa y el mundo digital	42
Capítulo 2. La revista electrónica. Periodismo y comunidades de aprendizaje.	44
2.1. El Periodismo	45
2.2. El periodismo especializado	45
2.3. La Comunidad de Aprendizaje. Elemento clave del trabajo periodístico	47
2.4. Características del trabajo periodístico	53
2.4.1. Géneros periodísticos	54
2.4.2. El texto periodístico	57
2.4.3. Lenguaje periodístico	57
2.5. La Prensa y sus tipos de publicaciones	60
2.6. Las TIC como herramienta para publicaciones digitales	61
2.7. Proceso de producción de una publicación digital	62
2.8. La revista electrónica y sus características	64

2.9.	Estructura organizacional de una revista	66
2.10.	Diseño editorial de una revista electrónica	69
2.11.	La revista electrónica, un recurso didáctico de útil aplicación.	70
	Capítulo 3. La revista electrónica <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>.	73
3.1.	Surgimiento de un proyecto educativo	73
3.2.	Comunidad de aprendizaje Kuchkabal	75
	3.2.1. Etapas de la implementación de una comunidad de aprendizaje	76
3.3.	Producción de la revista electrónica: <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>	78
3.4.	Desarrollo de competencias profesionales	95
3.5.	Alcance de la revista <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>	98
	Conclusiones	102
	Lista de referencias	108
	Bibliografía	116
	Anexos	117
	Anexo I. Criterios de publicación	118
	Anexo II. Imagen de separadores (material publicitario).	120
	Anexo III. Portadas de la revista <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>	122
	Anexo IV. Material evento “Metreada” Kuchkabal 2016.	129
	Anexo V. Convocatoria curso en línea Introducción a los géneros periodísticos.	132

Lista de tablas

Tabla 1. Competencias digitales Modelo RocaSalvatella	28
Tabla 2. Competencias desarrolladas por la Comunidad de Aprendizaje Kuchkabal	97
Tabla 3. Colaboradores (Facultades, Universidades y Escuelas)	99
Tabla 4. Datos estadísticos de números publicados durante el primer año	100
Tabla 5. Datos estadísticos de números publicados durante el segundo año	101

Lista de figuras

Figura 1. Modelo de comunicación de David K. Berlo	35
Figura 2. Modelo transaccional de comunicación de Barnlund	36
Figura 3. Ventajas de las Comunidades de Aprendizaje	50
Figura 4. Proceso de producción de <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>	78
Figura 5. Organigrama de <i>Kuchkabal, saberes compartidos</i>	81

Introducción

En un mundo dinámico, complejo y en constante cambio, el ámbito laboral se enfoca en la productividad y la competitividad, donde “para salir adelante es necesario saber cosas y saber hacer cosas, adaptarse a los cambios del mundo e incluso anticiparse a las necesidades de los procesos productivos” (Cañedo, A.P. y Meza. M, 2014, p. 9).

Sin embargo, es bien sabido que existe una incompatibilidad entre las competencias de los estudiantes y el mercado laboral, que se agrava aún más si a competencias digitales nos referimos, y no hablemos de aquellas que destacan al individuo en su medio, como es el caso de la toma de decisiones o el pensamiento crítico.

Por lo general la mayoría de las personas son contratadas con base en las competencias que poseen; es decir, los conocimientos, aptitudes y actitudes que una vez adquiridas en el espacio áulico se transfieren fuera del mismo, y que además son verificables o medibles. Queda claro que la educación no se limita al aula, es un factor contundente que incide en todos los ámbitos y problemáticas de nuestra sociedad.

La reinención del sujeto en el contexto en el que se desenvuelve le permite mantenerse dentro del intrincado camino de la vida laboral e incluso superarlo; empero, es necesario enfocar el esfuerzo en el desarrollo de habilidades que vayan de acuerdo a las necesidades de la época en que vivimos.

Es así como la realidad del campo laboral en nuestro país urge a realizar nuevas plataformas para el desarrollo de habilidades específicas para los futuros profesionistas de la educación. No olvidemos que en especial los estudiantes que siguen el camino de la educación, en cualquiera de sus disciplinas, tienen un compromiso mayúsculo con la sociedad y consigo mismos. Su responsabilidad es innegable si comprendemos que comparten saberes y conocimientos a las presentes y futuras generaciones.

El alumno debe convertirse en un profesional competente en su ámbito de estudio; y como aprendiz en edad adulta le debe caracterizar la autonomía del aprendizaje. La pasividad no debe formar parte de su personalidad, y es que no sólo debe aprender conocimientos, sino debe ser competente personal, profesional y socialmente, de modo tal que se adapte a nuevas situaciones y problemáticas, a un mundo en constante cambio o evolución y qué mejor marco de acción que el ámbito educativo a nivel profesional.

Es importante resaltar que las competencias del estudiante en ciencias de la educación y disciplinas afines dependerán del área en que se desempeñe; sin embargo, resulta beneficioso ampliar el abanico desde una perspectiva multidisciplinar. Las tareas que pueden realizar devienen entre la didáctica y el currículo; la planeación y la evaluación; la orientación y la asesoría; así como la innovación y el desarrollo de la tecnología.

El uso de las herramientas digitales de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) facilitan el aprendizaje colaborativo basado en la resolución de problemas, lo que propicia el desarrollo de competencias no sólo profesionales, sino también personales y por ende sociales, puesto que internet ya es un medio social e interviene en la vida social e individual.

Por ende, los docentes deben comprender el alcance de las TIC en la actualidad y su potencial como herramienta de aprendizaje para el presente y futuro desarrollo de la educación. Así mismo tanto los docentes como las instituciones educativas deben reconocer la importancia e impulsar proyectos que propicien la colaboración de los estudiantes de ciencias de la educación y disciplinas afines, como parte del currículum o bien de manera extra curricular, a modo de adquirir o desarrollar competencias necesarias para su quehacer profesional.

Ante este panorama, en el Colegio de Pedagogía de la Facultad de Filosofía y Letras surgió un proyecto que llevaría a la práctica estas premisas, mediante el desarrollo de una publicación de corte periodístico utilizado como recurso formativo: una revista en contexto digital.

La participación en la revista electrónica *Kuchkabal, saberes compartidos*, desarrollada con una perspectiva de divulgación de información educativa atiende a la necesidad de acortar la brecha entre las competencias adquiridas dentro del aula y las necesarias en el campo laboral.

Por tanto, el propósito de esta tesina es exponer cómo el hecho de que los estudiantes de Ciencias de la Educación y disciplinas afines se involucren en un proyecto basado en el trabajo colaborativo como es la revista *Kuchkabal, saberes compartidos*, favorece el desarrollo y/o potencia las competencias personales, profesionales y sociales, preparándolos para enfrentarse a la vida real del mundo laboral, un ámbito ávido de personal competente para ocupar los escasos puestos disponibles.

Pero ¿qué tipo de competencias se desarrollan de aquellas que son requeridas en el campo profesional? ¿Qué alcances y limitaciones puede tener este proyecto? ¿Qué retos debe superar un proyecto de este tipo para que pueda replicarse y funcione como una herramienta consolidada de desarrollo de competencias para estudiantes en futuras generaciones?

La presente tesina se estructura en tres capítulos. El primero, contextualiza la situación actual de los futuros profesionistas de la educación, en cuanto a su posición en el ámbito laboral. Se identifican las competencias requeridas a nivel internacional tanto profesionales, como personales y sociales, sus características y ventajas. Se describe la relación entre Educación y Comunicación, lo que define el trabajo periodístico y cómo es que éste ha hecho uso de los medios electrónicos.

El segundo capítulo aborda los aspectos del periodismo, el periodismo especializado y un elemento clave para el desempeño de las funciones editoriales, que es el trabajo dentro de una comunidad de aprendizaje. Así mismo se especifican los elementos del diseño editorial y cómo se lleva a cabo una producción periodística en ambientes digitales.

El tercer y último capítulo se enfoca en desarrollar el proceso evolutivo de esta herramienta de desarrollo profesional, desde el planteamiento del proyecto hasta la producción y difusión de la revista electrónica *Kuchkabal, saberes compartidos*. Se especifican las competencias adquiridas por la comunidad de aprendizaje durante su paso por el proyecto y además, se destaca el trabajo realizado a lo largo de casi dos años de publicación bimestral ininterrumpida.

Esta revista como recurso didáctico que promueve el desarrollo de competencias personales, profesionales y sociales en estudiantes de Ciencias de la Educación y disciplinas afines es perfectible y por ende es preciso estudiar más a fondo el proyecto bajo la perspectiva de nuevas variables; aunque el objetivo siempre será buscar la mejora de la formación curricular para adaptarla a la realidad en el campo laboral que viven cada día los egresados de carreras alineadas a la educación.

Capítulo 1. Competencias y Comunicación Educativa

Las competencias profesionales son altamente valoradas por los empleadores y desde hace algunas décadas las instituciones, empresas u organizaciones con necesidad de mano de obra observaron la necesidad de relacionar el sistema educativo y el productivo.

Así surgió el modelo educativo basado en competencias, que consiste en obtener evidencias del desempeño de un estudiante, de modo tal, que pueda hacer frente a los retos que se le presenten en la actividad académica y laboral.

Este modelo busca atender a la necesidad de que la enseñanza y el aprendizaje tomen sentido para quien aprende y también para quien enseña, bajo un enfoque que combina destrezas, conocimiento, aptitudes y actitudes. Coll (2007) precisa que las competencias no se adquieren a partir de situaciones abstractas sino que se valen de problematizaciones concretas, y que el aprendiz competente es quien conoce y regula sus propios procesos de aprendizaje.

Por otro lado, Ortega (citada en García, 2014) enfatiza el hecho del que el estudiante debe saber manejar sus conocimientos o saberes a la par de sus emociones, sentimientos y actividades; siendo capaz de reconocer, interpretar y aceptar los sentimientos y emociones de otros.

Un modelo educativo como este implica una transformación individual y se refleja en la elaboración de ideas y transmisión de las mismas con resultados valiosos en el ámbito laboral.

Hoy en día, conseguir un puesto pareciera estar condicionado a que el candidato cuente con determinados conocimientos, habilidades o destrezas, aptitudes y actitudes que lo diferencien y potencien por encima de los demás; es decir, con competencias bien definidas que logren crear sinergia con los procesos y objetivos dentro de la empresa u organización.

Es muy cierto que dentro del aula pueden adquirirse algunas de esas competencias; sin embargo, es mediante la participación en actividades de emprendimiento y/o a través de proyectos innovadores o de representación social, que se potencian y se transfieren a la vida laboral, de modo que contribuyan al enriquecimiento cualitativo de la persona y eso se refleje en una mejora laboral o bien en la adquisición de uno de los puestos ofertados.

Por tanto, si los estudiantes cuentan con plataformas que impulsen su desarrollo y sirvan para acentuar sus habilidades tendrán mayores oportunidades de asegurar su futura contratación y permanencia dentro del mercado laboral, puesto que los empleadores contarán con personal formado en la disciplina requerida, tanto de manera curricular como en la práctica. No habrá motivo para no contratar a un recién egresado por no contar con las competencias necesarias para el desempeño de sus labores de acuerdo con los perfiles de trabajo de cada organización.

1.1. Definición y clasificación de competencias

En la década de los ochenta se comenzaron a gestar inquietudes en la educación y la formación profesional sobre las competencias y la necesidad de vincular la educación con el mercado laboral, solicitud que las empresas resaltaron derivado de la revolución del mercado internacional. Una década después se comenzó con mayor formalidad la discusión de las competencias a partir de su conceptualización hacia un desarrollo dentro de las instituciones educativas a todo nivel, desde la educación infantil hasta la superior.

En la actualidad, todo aquél que busque un empleo necesita mejorar sus conocimientos, aptitudes y actitudes; es decir, desarrollar competencias para alcanzar el éxito en el campo laboral; por ello el aprendizaje permanente es esencial.

Para el mercado laboral las competencias son un factor que influye en la innovación, la productividad y la competitividad respecto a sus competidores, ya sea a nivel nacional e internacional, por lo que mantener actualizadas las competencias específicas y generales de sus empleados es una necesidad, sobre todo si consideramos el constante y veloz cambio y desarrollo de la tecnología. El posible ocupante de un puesto debe ser flexible para afrontar los retos de cara a la globalización y al nuevo mundo digital.

Definamos primeramente lo que son las competencias. La UNESCO (citada en Argudín, 2005) refiere que son “el conjunto de comportamientos socioafectivos y habilidades cognoscitivas, psicológicas, sensoriales y motoras que permiten llevar a cabo adecuadamente un desempeño, una función, una actividad o una tarea.” (p.12)

Para Perrenoud (2008^a, p.3) “una competencia permite hacer frente regular y adecuadamente, a un conjunto o familia de tareas y de situaciones” tomando en cuenta conocimientos, procedimientos, métodos, técnicas y otras competencias más específicas. De igual modo la competencia es “una capacidad de actuar de manera eficaz, en un tipo definido de situación, capacidad que se apoya en conocimientos, pero no se reduce a ellos.” (Perrenoud, 2008b, p. 7)

Díaz Barriga (2005) menciona que la educación por competencias prioriza las ideas de eficiencia, calidad, excelencia y competitividad, asociado con modelos de certificación y evaluación de calidad educativa o profesional, así como la homologación entre planes de estudio.

El concepto de competencia implica la noción del saber, saber hacer y saber ser, que combinados, coordinados e integrados, favorecen el mejoramiento del desempeño del estudiante tanto en el ámbito escolar como en la vida profesional, es decir lo hacen “capaz”. El saber se refiere a los conocimientos generales y específicos; el saber hacer a las destrezas técnicas y procedimentales; y el saber ser al desarrollo de actitudes adecuadas antes los escenarios que se presenten en la realidad académica o laboral.

Ahora bien, a decir de Delors (1996) son cuatro los pilares de la educación, a saber:

Aprender a conocer. Para el autor es el medio y el fin de la vida humana, pues consiste en aprender a comprender el mundo, desarrollar capacidades profesionales y de comunicación con los demás, por el placer de comprender, conocer y descubrir.

Este pilar comprende el aprender a aprender con el ejercicio de la atención, la memoria y el pensamiento.

Aprender a hacer. Es prácticamente indisoluble del aprender a conocer, pero el hacer se vincula a la cuestión profesional, más no se trata de la mera calificación para realizar una tarea material, sino que se habla de competencias, pues a las tareas físicas se les añade lo intelectual.

Aprender a vivir juntos, aprender a vivir con los demás. Uno de los principales objetivos de la educación. Se trata de la enseñanza de la no-violencia, lo que requiere primero del descubrimiento del otro, valorando la diversidad humana y tomando conciencia de las semejanzas e interdependencia entre las personas, no sin antes descubrirse a sí mismo; segundo, tender a objetivos comunes, que implica trabajar en conjunto en proyectos motivadores, que permitan desaparecer las diferencias y valorar los puntos de convergencia.

Aprender a ser. Para Delors (1996) “todos los seres humanos deben estar en condiciones, en particular gracias a la educación recibida en su juventud, de dotarse de un pensamiento autónomo y crítico y de elaborar un juicio propio.” (p. 106).

La función esencial de la educación es brindar libertad de pensamiento, palabra, emoción e imaginación a cada ser humano, para alcanzar su plenitud y ser los principales artífices de su destino, en beneficio no sólo de él mismo, sino que se refleje en la sociedad en la que vive y convive.

De acuerdo con la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2012) citado en (OCDE, 2017, p.3) las competencias son el “conjunto de conocimientos, habilidades y destrezas que pueden aprenderse, permiten a los individuos realizar una actividad o tarea de manera adecuada y sistemática, y que pueden adquirirse y ampliarse a través del aprendizaje.”

Por su parte, el Consejo Nacional de Normalización y Certificación de Competencias Laborales (CONOCER) (citado en Centro de Investigación y Documentación sobre problemas de la Economía, el Empleo y las Cualificaciones Profesionales, CIDEDEC, 2000, p.20) refiere el concepto de competencia como la:

“Capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, y no solamente de conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes; éstas son necesarias pero no suficientes por sí mismas para un desempeño efectivo.”

Pero ¿qué implica trabajar bajo competencias? Sin duda la movilización de conocimientos, que no son simples objetivos o la realización de una acción con un solo resultado; más bien “son desafíos de primer orden en la formación” (Perrenoud, 2008b, p. 41) por lo que pueden responder a contextos sociales o laborales, actuando sobre la realidad.

En el campo laboral las situaciones de trabajo derivadas de las funciones de cada puesto conllevan al individuo a movilizar, de acuerdo a sus propias capacidades, tanto sus recursos internos (conocimientos o saberes, saber-hacer, actitudes), como los externos (interlocutores, relaciones personales, instituciones, cosas, lo que sirva para la resolución de los problemas). “La pedagogía de las competencias implica que el conocimiento, si se quiere que un día pueda ser movilizado, se perciba menos como un producto, que como un proceso, como una construcción personal progresiva” (Denyer, Furnémont, Poulin y Valoubbeeck, 2007, p. 117).

La demanda en el mercado laboral de sujetos formados con determinadas características que les permitan enfrentar nuevos retos impulsaron el surgimiento de reformas en los modelos curriculares enmarcados en políticas educativas que surgen del contexto de la globalización, el comercio internacional, la búsqueda de certificación y la homologación de programas educativos (Victorino y Medina, 2008). Fue así como surgió el Proyecto Tuning¹ en Europa, que más tarde sería adoptado en México en el año 2000, con el objetivo de desarrollar un espacio educativo en común basado en las competencias que cada individuo debe desarrollar para desenvolverse en cualquier institución del país, incluso a nivel mundial, con la misma calidad educativa que cualquier otro.

¹ Proyecto fruto de los objetivos de la Declaración de Bolonia, en el que algunas instituciones de educación superior decidieron fijar puntos de referencia, convergencia y comprensión mutua respecto de sus programas de titulación. En América Latina se adopta del año 2004 al 2007 y del 2011 al 2013.

El Proyecto Tuning (2016) define las competencias como la combinación dinámica de atributos con respecto al conocimiento y sus aplicaciones, habilidades, aptitudes y responsabilidades, que describen el nivel o grado de suficiencia con que una persona sea capaz de desempeñarlos como producto final de un proceso educativo. Una de sus líneas de acción son las competencias genéricas y las específicas; las primeras, identifican los atributos compartidos que pueden generarse en la titulación, son considerados importantes por la sociedad y son comunes a todas o casi todas las titulaciones; las segundas se relacionan con cada área temática y se les conoce también como destrezas y competencias relacionadas con las disciplinas académicas.

He aquí una primera clasificación de competencias: genéricas y específicas. Pulido (2008) considera competencia genérica o transversal a aquella que es común a todos los perfiles profesionales o disciplinas, y competencia específica la que determina un espacio profesional concreto.

Se consideran competencias genéricas aquellos atributos generales de los sujetos que pueden manifestarse en su desempeño en diferentes contextos, y competencias específicas, las que se relacionan con un área de conocimiento específica, dentro de un campo de formación en particular. (Victorino y Medina, 2008)

De acuerdo con el proyecto Tuning en América Latina 2011-2013 *Innovación Educativa y Social*, las competencias genéricas se subdividen en tres grupos:

a) Instrumentales: Herramientas para el desarrollo eficaz de una profesión que se clasifican, a su vez, en Cognoscitivas (capacidad de comprender y manipular ideas y pensamientos); Metodológicas (capacidad organizativa, estrategias, toma de decisiones y resolución de problemas); Tecnológicas y Lingüísticas.

1. Capacidad de análisis y síntesis
2. Capacidad de organización y planificación
3. Conocimiento general básico
4. Profundización en el conocimiento básico de la profesión
5. Comunicación oral y escrita en el idioma propio
6. Conocimiento de una o más lenguas extranjeras
7. Habilidades básicas informáticas
8. Conocimientos de informática relativos al ámbito de estudio
9. Habilidades de gestión de la información (capacidad para recuperar y analizar información de diversas fuentes)
10. Resolución de problemas
11. Toma de decisiones

b) Interpersonales: Se refieren a la interacción social y cooperación del titulado con su ámbito social: capacidad de exteriorizar los propios sentimientos, habilidad crítica y autocrítica.

12. Trabajo en equipo
13. Trabajo en un equipo de carácter interdisciplinar
14. Capacidad para trabajar en un contexto internacional

15. Capacidad para comunicarse con expertos de otros campos
 16. Habilidades en las relaciones interpersonales
 17. Razonamiento crítico
 18. Compromiso ético
 19. Capacidad de crítica y auto-crítica
 20. Apreciación de la diversidad y multiculturalidad
- c) Sistémicas: Capacidades o habilidades de visión y análisis de realidades totales y multidimensionales: corresponden a los sistemas como un todo.
21. Capacidad para aplicar el conocimiento en la práctica
 22. Capacidad de aprendizaje (adquirir experiencia)
 23. Aprendizaje autónomo
 24. Adaptación a nuevas situaciones
 25. Liderazgo
 26. Conocimiento de otras culturas y costumbres
 27. Iniciativa y espíritu emprendedor
 28. Motivación por la calidad
 29. Sensibilidad hacia temas medioambientales
 30. Habilidades de investigación
 31. Capacidad para generar nuevas ideas (creatividad)
 32. Diseño y gestión de proyectos

Las competencias pueden clasificarse también en personales, sociales y profesionales:

Competencias personales. Son aquellos recursos con que cuenta la persona para auto-organizarse y controlarse a sí mismo. A decir de Goleman (citado en Monsalve, 2013, pp. 47 y 48) se trata de los factores que condicionan y determinan la forma de relacionarnos con nosotros mismos y la clasifica en tres grandes grupos:

- Conciencia de uno mismo
 - Conciencia emocional
 - Valoración adecuado de uno mismo
 - Confianza en uno mismo
- Autorregulación
 - Autocontrol
 - Confiabilidad
 - Integridad
 - Adaptación
 - Innovación
- Motivación
 - Motivación por el logro
 - Compromiso
 - Iniciativa
 - Optimismo

Competencias sociales. De acuerdo con el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte español (2017) se relacionan con la habilidad y capacidad de utilizar los conocimientos y actitudes para el bienestar personal y colectivo, por lo que exige interpretar fenómenos y problemas sociales, además de entender cómo procurarse un estado de salud física y mental óptimo para uno mismo, al tiempo que para la familia y la sociedad. Se trata de comprender y analizar críticamente los códigos de conducta y la aceptación de los mismos.

Además, requiere de la capacidad de comunicarse de forma constructiva en los diferentes entornos sociales y culturales, ser tolerantes, expresar y comprender puntos de vista diferentes, negociar generando empatía. Y también implica demostrar actitudes y valores como la colaboración, seguridad en uno mismo, integridad y honestidad.

Por su parte, Monsalve (2013) considera a las competencias sociales como las “capacidades imprescindibles para desempeñar un puesto de trabajo con un mínimo de calidad y excelencia.” (p. 46)

Competencias profesionales. De acuerdo con el CIDEA (2000, p.19) su conceptualización tiene muchos enfoques; sin embargo se ha llegado a un consenso en torno a cuatro conceptos que las sustentan:

- Posibilitan el dar forma a un conjunto de capacidades informales y procedimentales.
- Ligadas al desempeño profesional, por tanto no es independiente.
- Se vinculan a un contexto determinado, una situación concreta que atiende a la transversalidad.
- Integran diferentes tipos de capacidades, estructuradas y construidas que constituyen un capital de recursos disponibles combinables entre sí.

1.2. Características de las competencias

La implementación del esquema de competencias se ha impulsado fuertemente en los últimos años, derivado de las ventajas tangibles para la educación por lo que es importante destacar algunas de las características que Garagorri (2010, pp. 49-50) les confiere:

Carácter integrador. Incluyen diversos elementos de forma integrada. Es preciso emplear de forma conjunta y coordinada los conocimientos teóricos, procedimentales y actitudinales para llevar a cabo una tarea.

Transferibles y multifuncionales. Aplicable principalmente a las competencias específicas. Son transferibles por su aplicación en múltiples situaciones y contextos académicos, familiares, sociales, personales, etc. Su multifuncionalidad yace en que pueden utilizarse para conseguir varios objetivos, diversos tipos de problemas o para realizar una variedad de trabajos.

Carácter dinámico e ilimitado. Dado que las competencias son un continuo, no existen límites en el grado de perfectibilidad, cada persona avanza a otro nivel de manera dinámica de acuerdo a sus propias circunstancias. Un problema resuelto implica un nivel alcanzado de competencia que incrementará conforme se resuelva la tarea en cuestión.

Evaluables. Las competencias son verificables y evaluables, el individuo demuestra que tiene capacidades en la medida que se traducen a competencias.

El enfoque por competencias es una realidad hoy en día y, a decir de Tobón (2006), es necesario comprender mejor sus dimensiones:

- El proceso cognoscitivo va del saber, al saber hacer y saber ser; es decir, de conocimientos conceptuales a la actuación y el desempeño integral de actividades y resolución de problemas.

- Se busca enseñar para la vida más que para una mera formación profesional.
- Van del conocimiento individual al social. Se contextualiza la educación en el ámbito local, regional e internacional.
- El centro de atención es el aprendizaje y no la enseñanza. El aprendizaje no se centra sólo en el individuo, sino que incluye la interacción con el contexto.
- Se busca la conexión de redes educativas, lo que implica otros sectores como la familia, el trabajo, los medios de comunicación, el deporte, el ocio, etc.

También Tobón (2006) menciona las contribuciones más importantes de las competencias hacia la educación:

1. Énfasis en la gestión de la calidad del aprendizaje y de la docencia;
2. Formación orientada al desempeño idóneo mediante la integración del conocer, con el ser y el hacer;
3. Estructuración de los programas de formación acorde con el estudio sistemático de los requerimientos del contexto y;
4. Evaluación de los aprendizajes mediante criterios construidos en colectivo con referentes académicos y científicos.

La importancia pues de difundir las competencias en el campo educativo y aplicarlas dentro y fuera del aula, se sustenta en las demandas de los sectores productivos hacia los futuros profesionistas de la educación, resaltando el uso de las nuevas tecnologías como requisito indispensable.

1.3. Competencias para futuros profesionales de la educación

La enorme brecha que existe entre oferta y demanda en el mercado laboral es innegable; y Hays México, consultora en selección especializada para cargos intermedios y gerenciales, en su Reporte Laboral México 2015, hace hincapié en la necesidad del desarrollo de competencias para conseguir que las empresas contraten personal calificado. En este reporte se informa que los empleadores consideran que el problema que más enfrentan durante el reclutamiento y selección es la falta de profesionales cualificados (69%); destaca también, que además de la experiencia y de la formación académica otro factor que influye para seleccionar a un candidato es el nivel de especialización (39%). Mientras que los candidatos consideran que dentro de los factores más complejos con lo que se enfrentan al momento de solicitar un empleo es la falta de habilidades técnicas que no fueron parte de su formación académica y que piden experiencia en industrias de alta especialidad que no manejan. Contrariamente, sólo el 5% no cree contar con las habilidades profesionales que el mercado laboral demanda en su especialidad. Cabe resaltar que a nivel nacional la tasa de desempleo es del 4.4% de una población económicamente activa de 120, 205,174 millones de personas.

Por su parte, el Centro de Investigación para el Desarrollo, A.C., (CIDAC, 2014) en su Encuesta de Competencias Profesionales 2014, *¿Qué buscan –y no encuentran– las empresas en los profesionistas jóvenes?*, estudia las razones por las cuáles los jóvenes egresados de las Instituciones de Educación Superior (IES) en México no consiguen empleo, y es que se enfrentan al mundo empresarial donde su perfil no cubre las competencias solicitadas.

Cabe mencionar las competencias objeto del estudio que son: 1) competencias técnicas; son los conocimientos profesionales, las herramientas de trabajo o técnicas de producción. Habilidades relativamente sencillas de medir. 2) competencias sociales; se refieren a la forma en que las personas trabajan juntas, el modo en que interactúan, el cómo se comunican o manejan sus emociones, ejercer liderazgo, dar o recibir retroalimentación, el trabajo en equipo. Son más difíciles de cuantificar o evaluar de forma objetiva.

El CIDAC (citado en Argüello, 2016) indica que los jóvenes egresados de nivel licenciatura en México no encuentran un empleo; en primer lugar, porque las empresas se adaptan al cambio del mercado mientras que las IES no realizan las modificaciones pertinentes y con la velocidad que requieren a sus programas de estudios. Segundo, las empresas identifican con rapidez las competencias que requieren sus procesos, mientras que las IES no reaccionan del mismo modo.

El CIDAC (2014) destaca además que las empresas han reducido las oportunidades de empleo o bien han modificado sus condiciones de contratación; las personas son evaluadas y contratadas con base en las competencias que posee, por lo que un título ya no es suficiente y en algunos casos tampoco es necesario. El éxito o el fracaso se relacionan con el desarrollo y la aplicación de competencias sociales y técnicas, mismas que tiene una cierta caducidad conforme el propio sistema educativo y la sociedad va cambiando, siendo éste bastante acelerado con la intervención de las TIC. No obstante, no debemos olvidar que no todas las competencias requeridas provienen del espacio áulico, la mayor parte proviene de las experiencias, de la motivación, de la intensidad del esfuerzo realizado en todos los ámbitos de desenvolvimientos de los individuos.

Como se puede observar, quien busca un empleo y desea conseguirlo requiere de un aprendizaje permanente, y a modo de referente internacional, la Unión Europea emitió la Recomendación 2006/962/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, del 18 de diciembre de 2006, [Diario Oficial L 394 de 30.12.2006] donde establece ocho competencias claves, las que si son desarrolladas por los estudiantes de licenciatura podrán contar con las competencias que como profesionistas deben mostrar ante las empresas e instituciones empleadoras, y son:

- 1) comunicación en la lengua materna;
- 2) comunicación en lenguas extranjeras;
- 3) competencia matemática y competencias básicas en ciencia y tecnología;
- 4) competencia digital;
- 5) aprender a aprender;
- 6) competencias sociales y cívicas;
- 7) sentido de la iniciativa y espíritu de empresa;
- 8) conciencia y expresión, culturales.

Mención especial merecen las competencias digitales, derivado del continuo avance de las TIC, lo que obliga a las empresas y por ende a los aspirantes a un puesto, a estar al día y de ser posible innovar para beneficio de los procesos correspondientes a la operación empresarial.

Los candidatos a ocupar puestos en las organizaciones (los futuros profesionistas) precisan capacitarse y desarrollar las competencias digitales necesarias para hacer frente al reto y atender las necesidades que la Sociedad del Conocimiento demanda².

En el aula, las competencias digitales se estancan en la operación mecánica de los conocimientos; lo que resalta el Dr. Aparici en entrevista para el número 5 de *Kuchkabal* expresando que “pervive el mismo modelo del siglo pasado, de tipo transmisor, reproductor y memorístico, pero con tecnologías.” (Vanegas, 2016, p.18)

Sin embargo, como hemos podido notar, los empleadores buscan un manejo al menos intermedio de las tecnologías, de preferencia avanzado, de modo que genere desarrollos en beneficio de la organización, ya que como bien lo menciona Aparici “en el momento de egreso de un estudiante comprobamos que la mayoría ha recibido una formación anacrónica y no existe congruencia entre lo aprendido en las aulas y las exigencias del mundo real. Ante este panorama debemos considerar seriamente cómo educamos.” (Vanegas, 2016, p.19)

No obstante, los esfuerzos en la educación formal desde nivel básico han ido movilizándose, aunque aún no se cuenta, sobre todo en México, con una plataforma debidamente pensada y desarrollada para atender las necesidades organizacionales. Si a nivel superior encontramos que muchos de los alumnos no cuentan con las herramientas y habilidades digitales para poder complementar su educación, mucho menos podemos pensar que al salir al mercado laboral los estudiantes tendrán un desempeño destacable en estas competencias.

² Con la era digital, y a partir del uso de innovaciones tecnológicas y de comunicación es que la Sociedad de la Información surgió, para posteriormente dar paso a la Sociedad del Conocimiento, la que ha buscado ir más allá de la simple transmisión de información puesto que persigue el entendimiento y la comprensión del saber, característica fundamental de la educación.

En Estados Unidos, por otro lado, el avance parece ser significativo, puesto que las competencias digitales para estudiantes de nivel básico están claramente establecidas en los *Estándares Nacionales (EEUU) de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), para estudiantes (2007), (NET-S)* por sus siglas en inglés. Estos estándares bien pueden proporcionarnos una referencia básica en razón de las habilidades mínimas con que debieran contar los estudiantes a nivel superior en nuestro país, y sobre todo en el mundo globalizado (Argüello, 2016):

- 1) Comunicación y Colaboración,
- 2) Creatividad e Innovación,
- 3) Investigación y manejo de información,
- 4) Pensamiento crítico, solución de problemas y toma de decisiones,
- 5) Ciudadanía Digital y,
- 6) Operaciones y Conceptos de las TIC.

Las tecnologías deben ser parte del currículum de toda institución educativa, son un recurso educativo excelente, que a decir del Dr. Aparici en entrevista para *Kuchkabal*, permite:

Trabajar colaborativamente, a no ser competitivos, lo opuesto a lo institucionalizado en la mayoría de universidades. Las redes nos ayudan a entender el mundo de una forma más compleja y completa. Las redes nos permiten estar interrelacionados y construir colaborativamente el conocimiento. (Vanegas, 2016, p.19)

Por otro lado, para realizar el proceso de transformación digital en el mundo laboral y de negocios; se puede recurrir a determinadas instituciones. En una búsqueda realizada en la red, una de esas empresas es la Organización RocaSalvatella, la que en el año 2014 publicó un modelo basado en su experiencia, donde se describen ocho competencias digitales necesarias para alcanzar el éxito profesional y organizacional (Argüello, 2016) las cuales se describen en la siguiente tabla:

Tabla 1
Competencias digitales Modelo RocaSalvatella

Competencia	Descripción
Conocimiento digital	Capacidad para desenvolverse profesional y personalmente en la economía digital.
Gestión de la información	Capacidad para buscar, obtener, evaluar, organizar y compartir información en contextos digitales.
Comunicación digital	Capacidad para comunicarse, relacionarse y colaborar de forma eficiente con herramientas y en entornos digitales.
Trabajo en red	Capacidad para trabajar, colaborar y cooperar en entornos digitales.
Aprendizaje continuo	Capacidad para gestionar el aprendizaje de manera autónoma, conocer y utilizar recursos digitales, mantener y participar de comunidades de aprendizaje.
Visión estratégica	Capacidad para comprender el fenómeno digital e incorporarlo en la orientación estratégica de los proyectos de su organización.
Liderazgo en red	Capacidad para dirigir y coordinar equipos de trabajo distribuidos en red y en entornos digitales.
Orientación al “cliente”	Capacidad para entender, comprender, saber interactuar y satisfacer las necesidades de los nuevos clientes en contextos digitales.

Nota: Tomada de RocaSalvatella (2014)

En términos de la iniciativa privada, a los empleados se les refiere como “clientes internos” de ahí que se entienda esta acepción por parte de la organización *RocaSalvatella*.

Por su parte, la Maestra Elisa Fernández Arias, Gerente Regional de Desarrollo Organizacional de ManpowerGroup, en entrevista para *Kuchkabal* en su número 2, coincide en que, para ser susceptible de ser contratado hoy en día, el postulante debe contar con competencias específicas que apoyen a la empresa y sobre todo permita a la persona crecer dentro de la organización. Entre las más importantes, la experta destaca el liderazgo generacional, aprender a aprender, aprender a emprender, comunicación efectiva, trabajo en equipo, manejo de segundo idioma y la competencia digital. (Argüello y Benítez, 2015, pp. 21-24)

Ahora bien, como podemos observar, las competencias profesionales no son la única solicitud del mercado laboral, también son importantes las competencias sociales; aquellas que refieren la capacidad del individuo para crear vínculos y mantenerlos precisamente porque impulsan el desarrollo personal y una mayor cohesión con su medio social.

Bisquerra (2016) denomina la competencia social como la capacidad para mantener buenas relaciones con otras personas e implica el dominio de competencias sociales básicas como el saber escuchar, indispensable para poder mantener una actitud de diálogo; el respeto por los demás; la intención de aceptar y apreciar las diferencias individuales y grupales, así como valorar los derechos de todas las personas; la comunicación receptiva; la comunicación expresiva, que conlleva expresar pensamientos con claridad de modo verbal; compartir emociones; el comportamiento pro-social y la cooperación; la asertividad, que implica la capacidad para defender y expresar los propios derechos, opiniones y sentimientos al mismo tiempo que se respeta los de los demás; prevención y solución de conflictos, para identificar, anticiparse o afrontar conflictos o situaciones que requieren una solución o decisión preventiva y evaluar los riesgos, barreras y recursos; y, la capacidad para gestionar situaciones emocionales.

Al realizar una revisión a los portales de reclutadores o páginas de búsqueda de empleo en la web podemos constatar que las competencias más solicitadas a los egresados de alguna de las ciencias de la educación y la Pedagogía incluyen **comunicación asertiva**, **habilidades tecnológicas**, **organización**, excelente ortografía, **trabajo en equipo**, ética profesional, **liderazgo**, manejo de personal y relaciones humanas, **enfoque a resultados**, seguimiento a detalles, orientación al cliente, **manejo de un segundo idioma**, creatividad, trabajo bajo presión, **capacidad de análisis y síntesis**, toma de decisiones, **resolución de problemas**, entre otras.

De acuerdo al Proyecto Tuning para América Latina 2011-2013 *Innovación Educativa y Social*, las competencias requeridas por los profesionales específicamente para los estudiantes de las ciencias de la educación (categoría donde se ubica a la Pedagogía) son textualmente las siguientes:

- 1 Domina la teoría y metodología curricular para orientar acciones educativas (Diseño, ejecución y evaluación).
- 2 Domina los saberes de las disciplinas del área de conocimiento de su especialidad.
- 3 Diseña y operacionaliza estrategias de enseñanza y aprendizaje según contextos.
- 4 Proyecta y desarrolla acciones educativas de carácter interdisciplinario.
- 5 Conoce y aplica en el accionar educativo las teorías que fundamentan la didáctica general y específica.
- 6 Identifica y gestiona apoyos para atender necesidades educativas específicas en diferentes contextos.
- 7 Diseña e implementa diversas estrategias y procesos de evaluación de aprendizajes en base a criterios determinados.
- 8 Diseña, gestiona, implementa y evalúa programas y proyectos educativos.

- 9 **Selecciona, elabora y utiliza materiales didácticos pertinentes al contexto.**³
- 10 Crea y evalúa ambientes favorables y desafiantes para el aprendizaje.
- 11 **Desarrolla el pensamiento lógico, crítico y creativo de los educandos.**
- 12 Logra resultados de aprendizaje en diferentes saberes y niveles.
- 13 Diseña e implementa acciones educativas que integran a personas con necesidades especiales.
- 14 **Selecciona, utiliza y evalúa las tecnologías de la comunicación e información como recurso de enseñanza y aprendizaje.**
- 15 Educa en valores, en formación ciudadana y en democracia.
- 16 Investiga en educación y aplica los resultados en la transformación sistemática de las prácticas educativas.
- 17 **Genera Innovaciones en distintos ámbitos del sistema educativo.**
- 18 **Conoce la teoría educativa y hace uso crítico de ella en diferentes contextos.**
- 19 **Reflexiona sobre su práctica para mejorar su quehacer educativo.**
- 20 Orienta y facilita con acciones educativas los procesos de cambio en la comunidad.
- 21 **Analiza críticamente las políticas educativas.**
- 22 Genera e implementa estrategias educativas que respondan a la diversidad socio – cultural.
- 23 **Asume y gestiona con responsabilidad su desarrollo personal y profesional en forma permanente.**
- 24 Conoce los procesos históricos de la educación de su país y Latinoamérica.

³ Se resaltan en negritas, aquellas competencias que corresponden a la realización de un proyecto con enfoque educativo como es la revista electrónica *Kuchkabal, saberes compartidos*.

- 25 **Conoce y utiliza las diferentes teorías de otras ciencias que fundamentan la educación: Lingüística, filosofía, sociología, psicología, antropología, política e historia.**
- 26 **Interactúa social y educativamente con diferentes actores de la comunidad para favorecer los procesos de desarrollo.**
- 27 **Produce materiales educativos acordes a diferentes contextos para favorecer los procesos de enseñanza y aprendizaje.**

Basada en una consulta de los perfiles de egreso de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, la Universidad Anáhuac, la Universidad Panamericana, la Universidad Nacional Autónoma de México y la Universidad del Desarrollo Empresarial y Pedagógico, Cruz (2009) identifica los conocimientos, habilidades y actitudes, es decir las competencias para los profesionales en Pedagogía y las Ciencias de la Educación:

Conocimientos sobre el hecho educativo. Analizar y comparar diversas teorías. Diseño y evaluación del proceso de enseñanza aprendizaje, diseño, implementación y evaluación del currículo en entornos presenciales y virtuales.

Habilidades. Capacidad para desarrollar investigación educativa en el campo teórico-metodológico de la Pedagogía. Realizar evaluaciones psicopedagógicas y orientar educativa y laboralmente a niños, adolescentes y adultos. Desarrollo de recursos pedagógicos mediante la tecnología. Capacidad para construir propuestas pedagógicas de innovación. Gestionar, dirigir centros educativos y organizaciones de la sociedad civil. Ejercer la docencia y la capacitación orientadas a la promoción de la persona.

Actitudes. Liderazgo, curiosidad científica; visión multidisciplinaria, interdisciplinaria y transdisciplinaria, visión humanista para incidir en los hechos educativos, actitud emprendedora. Diversos valores como dignidad, libertad, honestidad, justicia. Responsabilidad ética, toma de decisiones asertivas, diálogo con la diversidad, aptitud para participar en proyectos educativos y organizacionales.

En resumen, en el mercado laboral se necesitan profesionistas con mayores capacidades; y tanto profesionistas como empresas deben estar preparados para los cambios tecnológicos que suceden en pleno siglo XXI y a futuro.

1.4. Educación y Comunicación

1.4.1. El proceso de comunicación.

Las competencias buscadas en el campo laboral se adquieren de manera práctica, y los medios de comunicación ofrecen una herramienta excelente para conseguirlas, ya que el proceso de comunicación como fenómeno sociológico va más allá de la interacción profesor-alumno.

Para comprender el vasto mundo de la Comunicación, debe establecerse primero su conceptualización, la cual proviene del latín *communicare*, que significa “establecer algo común”, participar o compartir (Pérez, 2008). Este proceso de comunicar algo, se lleva a cabo mediante la interacción entre personas que intercambia mensajes, resultando en la retroalimentación nutrida por el mensaje propio y el del otro.

Posteriormente, Berlo (1984, pp.18-22) crearía el modelo de comunicación conocido como **FMCR**, donde:

La **Fuente** (Emisor) debe ordenar sus pensamientos para traducirlos en un mensaje encodificado con fidelidad, para lo cual deben observarse cuatro factores que son: las habilidades de comunicación (encodificadoras: hablar y escribir), las actitudes, el conocimiento y la posición que ocupa en el sistema socio-cultural (valores, creencias, reglas, etcétera).

El **Mensaje** es “el producto físico-verdadero del emisor-encodificador” (Berlo, p.31), aquello que se envía al Receptor y puede ser en forma de voz, texto, video u otro medio de comunicación. Los factores que pueden afectar al mensaje son: los elementos (aquello no-verbal que acompaña el contenido como gestos, lenguaje, etcétera), la estructura, el contenido, el tratamiento y el código.

El **Canal** es el medio que se utiliza para enviar el mensaje; es decir, los cinco sentidos del ser humano.

El **Receptor** es la persona que capta el mensaje enviado. Este modelo considera que el patrón de pensamiento y los demás factores mencionados deben estar en sincronía para que la comunicación sea efectiva. Las habilidades del receptor son bastante similares a las de la Fuente, aunque debe destacarse la habilidad de **escucha atenta**.

En la siguiente figura se muestra el Modelo FMCR de Berlo:

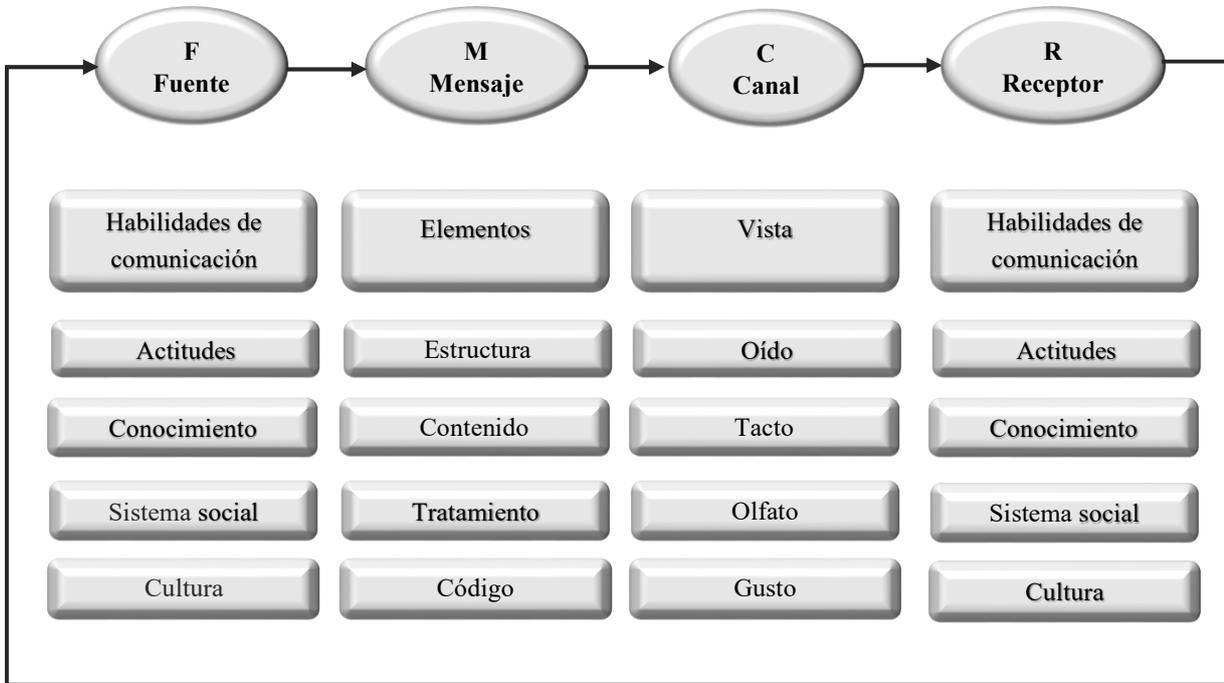


Figura 1: Modelo de comunicación de David K. Berlo

Dean Barnlund, por su parte, propondría en 1970 un modelo bastante complejo que contempla el intercambio de mensajes entre el emisor y el receptor (ambos conocidos como comunicadores), donde los mensajes y la retroalimentación son intercambiadas al mismo tiempo entre los actores del proceso comunicativo. El modelo contempla el concepto del ruido y se le denomina también Modelo Transaccional de Comunicación. (Ávalos, 2016)

A continuación se esquematiza el Modelo de Barnlund:

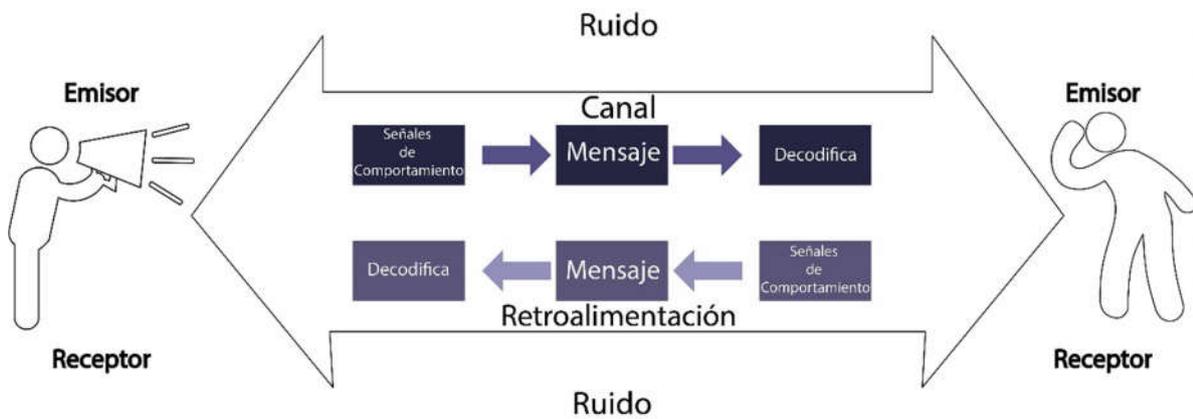


Figura 2. Modelo transaccional de comunicación de Barnlund.

Al analizar los modelos anteriores queda de manifiesto la importancia del proceso de comunicación tanto fuera como dentro del aula y es precisamente en este espacio donde requiere de mayor innovación a modo de enriquecer el conocimiento de los alumnos, mediante la realización de actividades nuevas y modernas, lejos del autoritarismo, lo memorístico, lo enciclopédico, la supresión de la iniciativa, la orientación a resultados a través de la evaluación o prueba escrita, además del proceso centrado en el profesor; es decir, lejos de todo aquello que conforma el modelo tradicional de enseñanza-aprendizaje y que ha dejado de ser el enfoque principal. Las competencias reclaman su espacio sobre todo a nivel superior y necesitan de herramientas o recursos que posibiliten la mejora continua y el auto-aprendizaje.

En el campo educativo, la comunicación supone la investigación de datos, referencias, etcétera, todo aquello que permita generar un análisis reflexivo, para conseguir que la información contenida en el mensaje se decodifique correctamente; es decir la Comunicación lleva un mensaje educativo.

La Comunicación entonces es indivisible de la Educación, y como tal la asignatura de Comunicación Educativa se ha colocado como parte esencial del currículum del estudiante de Pedagogía y de las licenciaturas en Ciencias de la Educación, puesto que los medios son importantes canales para transmitir información a la sociedad. En este sentido, las costumbres o el comportamiento social bien pueden verse afectados y dar paso a una modificación del actuar de los ciudadanos, ya sea en pro del progreso o por el contrario en retroceso de la comunidad.

1.4.2. Comunicación educativa.

La comunicación educativa no sólo se trata de la utilización de medios masivos de comunicación y tecnología para la educación, ni tampoco de la mera alfabetización en medios. Como menciona Sierra Caballero (2000) citado por Medina (2010), la UNESCO define a la comunicación educativa como una disciplina con, a través y para los medios, de manera que permita a los educandos capacitarse en el lenguaje técnico-discursivo de los mismos.

La dupla Educación/Comunicación ha requerido de un amplio estudio para determinar la necesidad de vinculación entre ambas disciplinas. Sin la comunicación no es posible educar; “la tarea de la educación se da en el entorno de la comunicación y tiene como finalidad la ampliación de la interacción, la apropiación de la cultura y la formación del ciudadano” (Hernández, 1996, p.1). La educación no se trata sólo de recibir sino de interactuar y es la comunicación la que facilita la transversalidad de la información y los conocimientos, al igual que una apropiación de la cultura; lo que proveerá un beneficio para el emisor y el receptor así como para las instituciones educativas y las culturas existentes dentro de la sociedad.

La comunicación es entonces educación en movimiento y aquello que se trasmite modifica al individuo, a través de la educación, incidiendo en su naturaleza para mejorar su condición de vida. En este proceso el docente juega un papel muy importante siempre que su rol lo desempeñe con el compromiso que se requiere, además de buscar la capacitación pertinente.

El papel de la educación es paralelo al que ejercen los medios masivos en donde se mantienen las relaciones de verticalidad y se contribuye al conformismo social. No obstante, a pesar de este esquema vertical, si la educación y comunicación se comprenden como disciplinas inseparables la posibilidad de una educación reflexiva, crítica y multicultural es enorme al propiciarse la participación y la horizontalidad.

Es necesario, por tanto, lograr que los medios tengan un uso socioeducativo y no sirvan simplemente como apoyo, soporte o refuerzo de la enseñanza, se trata de integrar los medios en un “proyecto educativo”; decidir cuáles son las tecnologías que se van a incorporar dentro de los procesos de enseñanza y aprendizaje con la finalidad de ofrecer más fuentes de información para el abordaje de los contenidos.

Todos los problemas que atañen a nuestra sociedad requieren de una intervención educativa, y más que eso, socioeducativa, que contribuya a solucionar los conflictos y diferencias que surgen en un grupo de personas unidas, pero con tan disímiles características y objetivos como lo es una sociedad. En ese sentido, la educación recibida en la escuela tiene un sentido social, ya que la institución educativa busca configurar a la persona de manera que conviva y se desarrolle a lo largo de su vida.

La educación está presente en todo aspecto de la vida, ya sea en contextos formales, no formales o informales, y es precisamente en el ámbito social donde la interacción o comunicación entre individuos puede generar nuevos acuerdos en comunidad y por tanto de ventajas individuales y sociales.

La comunicación/educación debiera tomarse como un proyecto transversal donde se profundice en la cultura y su conexión con la política. La comunicación en la educación toma en cuenta la realidad histórico-cultural y el conflicto social dando cabida al diálogo entre el docente y el alumno, entre el mundo intrínseco y extrínseco, entre la mezcla cultural, dejando de lado la dificultad, la exclusión o el conflicto.

En esa búsqueda de nuevas estrategias de enseñanza-aprendizaje que sirvan para afrontar los retos y cambios de la sociedad posmoderna, la educación se ha valido de los medios como instrumentos esenciales, justamente porque sucede un diálogo entre el individuo y su mundo. Uno de esos medios de comunicación por excelencia es la prensa, ya sea impresa o digital, que destaca por su función informativa y por compartir el conocimiento que habrá de preservarse en un futuro, además de que propicia la continuidad del aprendizaje.

1.5. La prensa como recurso educativo.

Los medios han sido parte fundamental de la expresión pedagógica; en 1456 Gutenberg haría un gran aporte a la sociedad y a la educación con el invento de la imprenta, una máquina que permitiría la difusión de textos de todo tipo, dando paso al nacimiento del periodismo, un medio para difundir información de carácter público con temas de interés social, a nivel nacional o internacional.

En el siglo XIX, Celestin Freinet (1896-1966), hombre preocupado por los problemas de su tiempo, tanto sociales como políticos, que buscó “superar la enseñanza memorística, verbalista, escolástica, represiva y divorciada de la vida que hace tener a los niños actitudes pasivas y amorfas.” (Huergo, 2001, p. 25)

Su filosofía giraba en torno al respeto de la naturaleza del niño, pues sólo así se puede trascender. Otro concepto importante para este maestro es el trabajo, entendido como actividad satisfactoria que conduce a los individuos a su máximo potencial, de esto deriva el trabajo en equipos u organización comunitaria, en donde los grupos cobran importancia por permitir el intercambio de experiencias, la producción y difusión de materiales. Este pensamiento y sentimiento le llevaron a tomar la iniciativa de comprar, con sus propios medios económicos, una imprenta manual con la que los niños pudieran redactar escritos individuales de diversos temas, creando lo que Freinet denominó el *Libro de Vida*. (Huergo, s.f., p. 16)

Antes de adentrarnos en esta técnica “freinetiana” por excelencia, es preciso decir que para Freinet la escuela se encuentra al margen de la vida y no prepara a los educandos para hacerle frente. La realidad es muy distinta y la institución educativa se mantiene en el pasado, en lugar de procurar incentivar o motivar al educando para que desee ser educado, se ejerce una continua repetición verbal y de ejercicios que impiden la libertad de expresión.

La técnica del texto libre, como su nombre lo dice, consiste en dejar que el niño escriba sobre lo que le motiva, siendo ésta la actividad central y motor del proceso educativo con el que se habrían de comunicar los educandos con el método Freinet, compartiendo posteriormente los escritos dentro de la propia institución educativa, dando paso a la correspondencia interescolar y escolar. La teoría pedagógica del escrito libre permitió vislumbrar la importancia de este medio de comunicación, de modo que se transmitieran algunos conocimientos teóricos y otros tantos llevados a la práctica, beneficiando a la actividad educativa con el recurso periodístico donde se mueven el saber, el saber ser, el saber hacer y por supuesto, el saber convivir.

Con la técnica del diario escolar son los propios actores de la educación, desde su posición como aprendices o educadores, quienes investigan, revisan, validan, editan y publican la información a través de textos que posibilitan la divulgación del conocimiento. Se vive la enseñanza de manera espontánea que motiva y despierta la curiosidad del educando para así crear conocimiento y cultura, pues se plasman todas las identidades de quienes escriben, llegando incluso a ejercer una función catártica y terapéutica.

Si bien estas técnicas de Freinet se enfocaron en la educación de los niños; está bastante claro que para el adulto pueden funcionar en el ambiente académico a nivel superior. Bajo esta mirada pedagógica podemos decir que la prensa coadyuva a plasmar todo cuanto el ser humano concibe desde su realidad, y si bien con la prensa analógica se pueden compartir diversos conocimientos, con la innovación de las tecnologías digitales se abre un abanico de posibilidades para el quehacer periodístico.

1.5.1. La prensa y el mundo digital

Las enormes y ruidosas máquinas de imprenta que en el siglo XV fueron representantes del avance y desarrollo de la sociedad, siglos más tarde se vieron sustituidas por los sistemas y aparatos electrónicos. La utilización de computadoras permitió un sinnúmero de elementos para la recolección, análisis, transformación y difusión de la información. En pleno siglo XX los medios masivos como la TV y la radio cedieron al avance tecnológico, hacia la Era de la informática y el internet, promoviendo la sociedad basada en el conocimiento y en la interacción de los componentes de la comunicación con impacto en las relaciones sociales, políticas, económicas y culturales del país, al mismo tiempo que han afectado los sistemas educativos y el ámbito laboral.

La prensa se adentró al mundo digital y optó por emplear el ciberespacio para investigar, producir y ante todo difundir contenidos de corte periodístico. Un nuevo sistema de comunicación masiva donde la barrera tecnológica se ha superado, y “gracias a la tecnología digital existente, los periodistas ya pueden empezar a experimentar con nuevos lenguajes en los que se integren con eficacia los elementos textuales y audiovisuales. (Salaverría, 2001, p. 394)

Las nuevas tecnologías, debido a su rápido crecimiento y adecuación a las audiencias, confieren algunas ventajas al periodismo como la inmediatez de la información que provoca en el lector una reacción que deriva en la retroalimentación, el denominado *feedback*, que enriquece el quehacer periodístico e incluso puede servir de plataforma para futuras investigaciones.

Otra ventaja importante es la posibilidad de conservar y resguardar la información para futuras referencias y consultas, creando redes de confianza, interdisciplinarias y multidisciplinarias en beneficio de la educación, al incrementar el acervo cultural para futuras generaciones.

Además, de lo anterior se destaca el beneficio de la ampliación de la perspectiva visual; es decir, la inclusión de la imagen que se realiza mediante la añadidura de fotografías, caricaturas, etcétera.

Podemos concluir asegurando que valerse de las herramientas digitales simplifica la difusión global de los contenidos, donde la transculturación trasciende lo lingüístico y comunicativo.

Por todo lo anterior, el trabajo periodístico como recurso formativo debe tomarse en serio, y estructurar los grupos de trabajo en consecuencia para alcanzar los objetivos de enseñanza y aprendizaje al igual que generar beneficios significativos.

En el Capítulo Dos de esta tesina se abordará la información referente al periodismo y cómo es que este trabajo se realiza de una manera más estructurada mediante la implementación de una Comunidad de Aprendizaje; así mismo se abordan la definición, las características y el proceso de producción de una revista electrónica, una publicación periodística por excelencia.

Capítulo 2. La revista electrónica. Periodismo y comunidades de aprendizaje

"Estamos inundados de información y sedientos de conocimiento" (Anónimo).

Gracias a las TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación) se amplían los caminos para desarrollar competencias profesionales desde la escuela pues con ellas se crean escenarios que simulan la posible práctica en el campo laboral.

La importancia de contar con medios que desmenucen la información y la ofrezcan de modo que pueda ser reutilizada para colaborar con el aprendizaje de cada persona y se generen mentes críticas y reflexivas está fuera de discusión.

Una de las rutas a tomar en este sentido lo encontramos en el desarrollo del periodismo con enfoque educativo a través de medios digitales. El presente capítulo aborda las consideraciones teóricas que ensamblan la creación de dicho escenario para formar competencias profesionales en los estudiantes de Ciencias de la Educación y disciplinas afines.

La revista, publicación periodística por excelencia, se presenta aquí como nido de ideas donde trabajan un conjunto de personas comprometidas y dispuestas a aprender; una herramienta para el desarrollo de habilidades sin duda.

2.1. El Periodismo

El periodismo es un “conjunto de actividades relacionadas con la recogida, elaboración y difusión de información actual o de interés para transmitirla al público a través de la prensa, la radio o la televisión.” (Pérez y Merino, 2012)

Es un concepto que refiere el procesamiento y la publicación de contenido de actualidad. “El periodismo satisface la necesidad humana de saber qué pasa en su localidad, en su país, en el mundo; de conocer hechos, declaraciones y reflexiones de interés público” (Marín, 2004, p.10) y sus características fundamentales son la periodicidad, oportunidad, verosimilitud e interés público.

El periodismo permite acercar a la sociedad a su entorno inmediato, pero también a lo que acontece en su país o en el mundo, le ofrece noticias que despiertan su mente para ejercer su albedrío y con ello, despertar y hacer conciencia de cuanta problemática y realidad social existe.

Es un hecho que el periodismo mueve grandes cantidades de información y por tanto puede perderse el tema central, o bien puede no dar todas las respuestas que todos buscamos; sin embargo, el periodismo puede especializarse de tal modo que los contenidos se enfoquen en un tema y las fuentes sean más rigurosas, por lo que se aumenta la cantidad y la calidad de la información transmitida.

2.2. El periodismo especializado

Abarcar todos los temas en una publicación resulta arriesgado puesto que no se puede exponer la totalidad del conocimiento al respecto y, derivado de la complejidad del mundo en que vivimos así como del avance de las nuevas tecnologías, el periodismo se ha especializado; es decir, se ha enfocado en temáticas específicas para atraer a un segmento determinado del mercado, lo que no implica alejarse del periodismo generalizado sino de complementarlo.

El periodismo especializado no es sólo una “técnica específica de codificación de mensajes” (Fernández, 2004, p.19) sino que debe verse como una disciplina nueva dentro del campo científico de las ciencias de la información.

Esta especialización representa una herramienta importante para el trabajo intelectual y es que “difícilmente hubiera llegado la sociedad al actual enriquecimiento de conocimientos y saberes sin una parcelación del estudio.” (Fernández y Esteve, 1996, p.52)

Para que el periodismo especializado cumpla su función es necesario conocer la realidad de la información y para ello delimitar la temática o área de estudio es imprescindible. Es importante incluso aprender a observar las necesidades del público y del mismo modo contextualizar la información y el lenguaje en torno a él.

El periodismo supone una conjunción de sujetos y herramientas para llevar a cabo la recopilación, análisis, tratamiento y difusión de información. Por tanto, para realizar el trabajo periodístico, esos individuos deben hacer uso de herramientas clave que les permitan colaborar de manera efectiva, en un ambiente propicio para el surgimiento de ideas y resultados.

El periodismo especializado, en este caso en educación, es una herramienta que sirve para dar cabida a los procesos de Comunicación Educativa, ya que funge como un traductor temático que permite llegar a públicos más amplios y con ello dar un mayor acceso al conocimiento de la realidad educativa.

En esta línea, el periodismo puede basarse en el trabajo de las denominadas Comunidades de Aprendizaje para ejercer una función que facilite el conocimiento y promueva el desarrollo del individuo mediante un proceso de toma de sentido, racionalidad e interiorización personal, el debate participativo y la interculturalidad.

2.3. La Comunidad de Aprendizaje. Elemento clave del trabajo periodístico

Hacer periodismo implica un proceso de trabajo en conjunto para lograr los objetivos de transmisión y difusión de la realidad educativa a una sociedad donde se encuentran inmersos todos y cada uno de los participantes en la actividad periodística. El trabajo colaborativo es la base primordial, mas no se pierde la individualidad en este grupo, por el contrario, cada quien es un aprendiz en potencia y sus necesidades y participaciones se toman en cuenta.

Este conjunto de personas ya sean niños, jóvenes o adultos que confluyen para un fin común —disímiles por naturaleza— es lo que se denomina Comunidad de Aprendizaje (CA). A decir de Torres (s.f.) es una comunidad que se educa a sí misma, mediante un esfuerzo cooperativo, “es una propuesta educativa comunitaria y solidaria, cuyo ámbito de concreción es la sociedad local.” (Torres, 2001, p.4)

El objetivo de una Comunidad de Aprendizaje es lograr una educación donde sus integrantes cuenten con una buena formación “mediante procesos creativos, estructurados, con prácticas inclusivas y, sobre todo, altamente motivantes” (Bárzana, 2015, p.10) en un marco de interacción y teniendo siempre a la vista el interés común del grupo que se conformará heterogéneo en espacio y tiempo para la mejora de la enseñanza aprendizaje. En la comunidad de aprendizaje se busca marcar las pautas para el desarrollo de buenas prácticas y de competencias que ofrezcan beneficios tangibles para la misma.

Las comunidades de aprendizaje generan un aprendizaje individual y colectivo, porque el conocimiento se construye con otros, y como bien lo expresa Coll (citado en Argüello, 2016) en ocasiones gracias a otros, en contra de otros o incluso a pesar de otros.

Los diferentes niveles de conocimiento, habilidad o pericia de los integrantes de la comunidad otorgan un carácter distributivo del conocimiento en todas direcciones, no existe la verticalidad sólo el trabajo colaborativo, idea clave en este tema y que sin duda ofrece matices tratados por la Pedagogía actual.

Gabriel Cámara (citado en Argüello, 2016) explica que las comunidades de aprendizaje buscan el dominio de competencias al practicar, comprobar, alentar y gozar una experiencia en común. Se aprende a aprender, la máxima competencia solicitada en la realidad de la estructura laboral y social; se practica el liderazgo compartido, el trabajo en equipo, el apoyo mutuo entre los integrantes de la institución y nuevas formas de organización, así como la articulación entre teoría y práctica, entre otras competencias.

En este tipo de comunidad el aprendizaje es inter y multidisciplinario, ya que cada integrante puede aprender lo que el otro sabe, permitiendo así la reunión de pedagogos, comunicólogos, geógrafos, administradores, psicólogos, diseñadores, y demás profesionales de otras disciplinas para ejecutar el trabajo colaborativo. El objetivo de ser comunidad es aprender, lo que para Seymour Sarason (citado en Cámara, 2015) “es un proceso que tiene lugar en un contexto interpersonal y dinámicamente lo integran factores cuya fuerza está siempre presente, a estos factores los llamamos motivación, actitud, conocimiento, afecto, confianza, pero de todos los factores que integran la influencia en el proceso de conocimiento el poder de querer aprender es el más poderoso.”(p.41). El querer aprender implica conocerse, reflexionar sobre qué es lo que uno hace para aprender, cómo se realizan las búsquedas del conocimiento, cómo se resuelven los problemas. El que enseña de igual manera aprende al reconocer otros modos de aprendizaje, cuando genera y contagia esas ganas, esa pasión por el aprendizaje que sucede con la práctica de una competencia efectiva y real.

Para ahondar sobre el aporte educativo de las comunidades de aprendizaje, Morales (citada en Argüello, 2016) describe algunas de sus características:

- Son una forma de organización y participación escolar, donde diversos agentes conjugan sus talentos, recursos, intereses y experiencias para implementar un proceso de enseñanza/aprendizaje adecuado a sus necesidades y a los de la escuela, con un objetivo en común – formal, informal o virtual, en un mismo entorno, ya sea presencial o a distancia.
- Fomentan el intercambio y aprendizaje entre individuos para hacer frente a nuevos desafíos.
- Representan una alternativa para la creación de entornos de convivencia y participación comunitaria.
- Contribuyen al crecimiento personal de sus integrantes derivado de los principios de igualdad, confianza, transformación y reconocimiento de la diversidad.

Morales (2015, p.57) esquematiza las ventajas de las comunidades de aprendizaje en la siguiente figura:

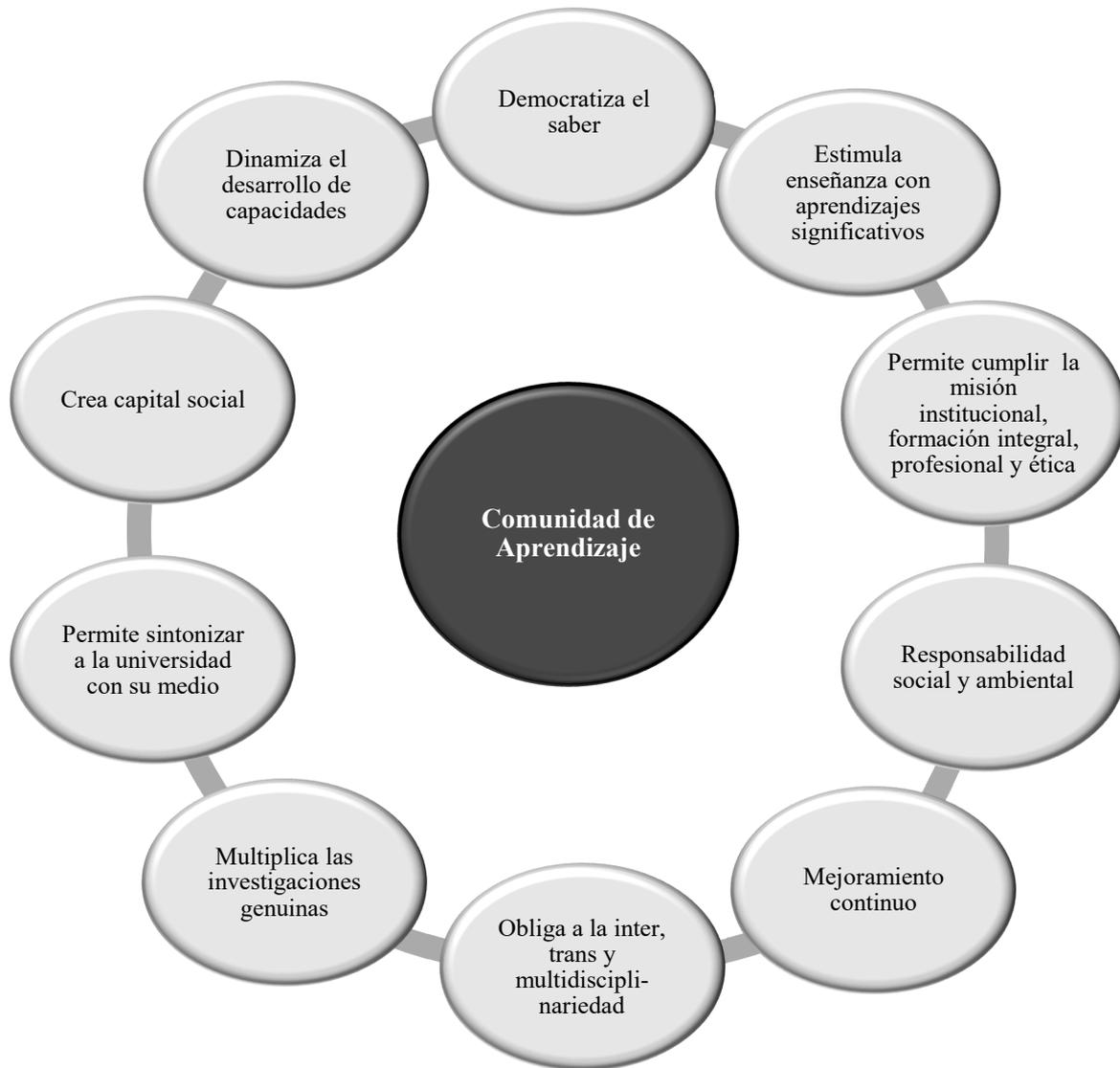


Figura 3: Ventajas de las Comunidades de Aprendizaje

Para Coll (2015) la apertura de la CA a otras comunidades es parte fundamental del comportamiento y razón de ser de la comunidad, pues se busca el intercambio y la interacción. De tal manera que la CA requiere estar debidamente estructurada para que cumpla su función de intercambio interno y hacia el exterior. Morales (2015, pp. 61-67) describe 5 las etapas necesarias para su implementación.

- *Exploración, planeación e integración de la comunidad.* Se identifican las necesidades, fines e intereses del grupo para integrarse como comunidad, se establecen los recursos necesarios, así como los temas relevantes y críticos que conlleva la integración de personas y del objetivo en común, los roles para cada participante, se diseñan los productos útiles como documentos, o guías.
- *Definición de mecanismos de vinculación y comunicación entre miembros.* Se establecen y fortalecen vínculos entre los miembros de modo que la base de toda colaboración sea la comunicación. Se privilegia la horizontalidad por lo que no hay un solo coordinador, de modo que no se pierdan los vínculos.
- *Desarrollo de coordinación y liderazgo.* Se definen los roles de cada integrante para la consecución de los objetivos; es importante incorporar un líder. La identificación de roles permite la interacción coordinada de los miembros, la participación de todos y cada uno, el desarrollo de documentos fundamentales o acciones determinadas para proseguir con el proyecto, el seguimiento constante a la planeación de acuerdo con los objetivos en un plazo determinado.

- *Estimulación de procesos de aprendizaje.* Se determinan las actividades de la comunidad, identificando los aprendizajes y productos esperados. Se forman grupos y subgrupos temáticos, cuya función conlleva la retroalimentación entre ellos. Es preciso sistematizar las experiencias, extrayendo nuevos conocimientos a partir de la reflexión de las prácticas.
- *Uso de técnicas de aprendizaje y enseñanza.* Dependiendo de la comunidad de aprendizaje, los recursos serán seleccionados de acuerdo los objetivos o fines, a las características de los miembros, a la dificultad del propio proyecto, así como la posibilidad de vinculación institucional con agentes internos y externos.
- *Incentivo de cultura de participación.* Con el fin de motivar a los integrantes son necesarias acciones conjuntas que promuevan la identidad de la comunidad, que proporcionen mecanismos para dar voz a todos los miembros, que permitan rendir informes de cuentas sobre la toma de decisiones que afecten a todos y buscar mecanismos de comunicación interactivos, siempre observando aspectos culturales y de acceso a la tecnología adecuada.
- *Monitoreo y evaluación.* Son indispensables las acciones de implementación y mantenimiento de la comunidad para detectar fortalezas y debilidades. En un primer nivel hay que determinar cómo se están realizando las actividades planeadas. En el segundo nivel es necesario enfocarse en los resultados obtenidos con las actividades realizadas y los efectos y beneficios en sus miembros. El tercer nivel se identifica con el cambio de la situación original y se refiere a la valoración del impacto.

- *Cierre.* Los proyectos didácticos de innovación y experimentación, consiguen que el alumnado cuente con una educación integral y eficaz, por lo que es importante fortalecer el ambiente de comunidad en las instituciones académicas para que se manifieste una interacción genuina entre los universitarios. Estas estrategias generan una mejor comunicación y acceso a la información que refuerza la autonomía y el respeto que deben caracterizar a la Universidad Nacional Autónoma de México.

Las Comunidades de Aprendizaje son una estrategia valiosa para hacer frente a los retos de la educación formal, pues permiten el trabajo transcontextual, así como la sinergia y comunicación con el mundo mediante el trabajo colaborativo, justamente lo que sucede durante el proceso periodístico, y que lleva a nuevas y mayores posibilidades si se realiza a través de medios digitales.

2.4. Características del trabajo periodístico

Ahora bien, el quehacer periodístico se lleva a cabo de una manera estructurada. Hacer periodismo implica procesos bien definidos para la creación de publicaciones que contengan textos redactados de manera articulada, fundamentados en información veraz y oportuna. Estos textos van de acuerdo con lo que el autor desea expresar por lo que se vale de distintos tipos de formas de expresión denominadas géneros periodísticos y que se distinguen entre sí.

2.4.1. Géneros periodísticos

De acuerdo con Marín (2004, p.62) los géneros periodísticos pueden distinguirse por su carácter informativo, de opinión o híbrido.

Informativo. Dentro del estilo informativo de los géneros periodísticos se encuentran la noticia o nota informativa, entrevista y reportaje.

Opinión. Aquí podemos localizar el artículo y la editorial.

Híbrido. La crónica y la columna se consideran dentro de este género.

El estilo informativo y su lenguaje buscan ante todo transmitir a los lectores un mensaje con rapidez y eficacia, lo que conlleva que las circunstancias psicológicas y ambientales del lector deben actuar como elementos determinantes del modo de escribir. La regla entonces es tener siempre presente a los lectores, sobre todo si tomamos en cuenta que los lectores, en su mayoría, no están especializados en el tema del que se escribe, mas pueden estar en el mismo nivel intelectual de comprensión de las cosas.

Enseguida se muestra la clasificación de géneros periodísticos según su carácter (Marín, 2004, pp. 63-70):

Informativo

Noticia o nota informativa. Su propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo, la jerarquización de los datos implica una valoración o juicio del periodista, aunque no es el más subjetivo de los géneros. No se dan opiniones, sino que se informa del hecho y se deja que el lector emita sus propias conclusiones.

Entrevista. Es una conversación entre el periodista y el entrevistado, donde a través del diálogo se obtienen noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones, juicios. Como método indagatorio las respuestas son donde se produce la información.

Entrevista noticiosa o de información. Aporta los principales elementos de las notas informativas, da por sí misma la noticia.

Entrevista de opinión. No es necesariamente noticiosa, a menos que sea de gran interés el juicio resultante y que el declarante sea un personaje importante.

Entrevista de semblanza. Transmite en conjunto con opiniones de diversos temas, el mundo interior de los entrevistados. El reportero interpreta, compara y describe al personaje.

Reportaje. En este género se amplía, completa, complementa y profundiza en la Noticia para explicar un problema, narrar un suceso y para plantear o argumentar una tesis. Investiga, describe, informa, entretiene y documenta. El periodista ocupa su sensibilidad literaria para dar vida a lo que cuenta, respeta la realidad. Donde se evidencia toda su amplitud es en las revistas.

De opinión o interpretativo

Artículo. Género subjetivo donde el periodista expone sus opiniones y juicios sobre noticias importantes (Artículo editorial) o temas de interés general (Artículo de fondo) que no precisamente sean de la realidad actual inmediata.

Editorial. Se analiza y enjuicia los hechos más sobresalientes del día, semana o mes como en el caso de las revistas. Resume la posición ideológica o política frente a los hechos de interés colectivo.

Híbrido

Crónica. Es la narración de un acontecimiento conforme fue desarrollándose. Transmite tanto la información como las impresiones del cronista. Recrea la atmósfera en que se produce el suceso.

Crónica informativa. El cronista se limita a informar del suceso sin emitir opiniones.

Crónica opinativa. El cronista informa y opina simultáneamente.

Crónica interpretativa. Ofrece datos informativos esenciales, interpretaciones y juicios del cronista, ante todo.

Columna. Un escrito breve que trata uno o varios asuntos de interés que tiene un nombre invariable.

Columna informativa. Da a conocer varios hechos, no tiene un lugar independiente en la publicación. Se cuentan los principales acontecimientos de la semana o quincena, se puede dividir por tema o especialidad asuntos de interés público.

Columna de comentario. Ofrece informaciones de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de personajes y hechos, se incluyen comentarios del columnista quien se muestra analítico, agudo e irónico.

Columna crítica o columna reseña. Se informa y comenta asuntos que requieren de especialización.

2.4.2. El texto periodístico

El texto periodístico para que mantenga al público cautivo debe informar hechos con temáticas de interés general o bien, especializadas. Dependiendo del género empleado, además de informar, puede contener críticas u opiniones que impulsen la retroalimentación del público lector.

Para ello lo más importante es el lenguaje, ese sistema de comunicación estructurado de manera tal que transmite la información mediante mensajes con códigos bien definidos.

2.4.3. Lenguaje periodístico

La realidad del cambio de escenario del periodismo, de lo impreso a lo digital, implicó un nuevo devenir del lenguaje literario de la prensa escrita. Con una serie de particularidades, el lenguaje periodístico busca ante todo captar la atención del lector, mediante una nueva dimensión informativa, fiable y vinculada con el entorno social.

Linerós (2006) establece algunas características del lenguaje periodístico:

Claridad. El lenguaje periodístico es expositivo, por tanto, es necesaria la precisión al seleccionar las palabras para exponer conceptos, para demostrar coherencia entre el pensamiento y la palabra.

Precisión lingüística. Especial cuidado en el uso de nombres y verbos, de palabras con nuevo significado y las que conllevan acción. Presentación directa de los hechos.

Concisión. Expresar con brevedad las ideas, utilizando las palabras necesarias para conceptos específicos.

Interés. La información contenida debe ser de interés para el público lector. El periodista debe poner especial atención en el qué y el cómo.

Actualidad. Este aspecto está ligado al anterior, ya que de no ser actual se puede correr el riesgo de aburrir al lector, no habrá motivación para que continúe interesado en la publicación periódica.

En cuanto al lenguaje de la prensa digital, Bonvin (2007) menciona su principal característica que es la **heterogeneidad**, ya que se comparten rasgos propios de otros lenguajes de uso social donde se desenvuelven los periodistas, principalmente de usos coloquiales, literarios y administrativos. Otras características nombradas por el autor son: 1) la claridad, que potencia la objetividad y permite la inmediata asimilación del texto por un mayor número de lectores, se sustenta en el empleo de palabras denotativas y referencias precisas para evitar la ambigüedad. Se debe evitar el uso de tecnicismos, frases hechas, vulgarismos, extranjerismos; los textos deben ser coherentes, 2) la concreción, 3) la corrección, 4) la brevedad y 5) el lenguaje homogéneo.

El hipertexto, a decir de Bonvin (2007) es un elemento constitutivo del mundo digital, que implica una nueva manera de organizar la información, así como un método de búsqueda y recuperación de la misma desde un documento, y al mismo tiempo es un soporte que integra textos, sonidos, imágenes, etcétera.

La escritura del hipertexto permite la bifurcación, rompiendo con lo lineal y secuencial, navegando entre ideas de otros textos de forma ilimitada y de acuerdo al interés del lector. El método de unión son los enlaces, también denominados: vínculos, hipervínculos, hiperenlaces, entre otros.

En este sentido, la prensa digital que utiliza el hipertexto se convierte en hipermedia pues conecta noticias con otros archivos o fuentes de información. Sin embargo, es necesario tener cuidado de no abusar de los enlaces puesto que pueden desorientar al lector y alejarlo de la publicación principal.

En cuanto al ámbito profesional, navegando en la red, la cadena de noticias **rtve** de España, describe en su sitio el *Manual de Estilo de rtve*, el cual ofrece algunas pautas y recomendaciones, con la finalidad de “orientar hacia el máximo rigor periodístico el trabajo de los profesionales no sólo de la información sino de todos los ámbitos, géneros, y formatos presentes en la programación.” (rtve, 2010) donde expresa claramente las características esenciales del lenguaje periodístico:

Claridad. La claridad del mensaje se consigue únicamente empleando un lenguaje que sea comprensible para todos, sin distinción de niveles de formación y culturales. Debe estar construido mediante estructuras gramaticales simples (“sujeto, verbo, complemento”). El lenguaje periodístico en los medios audiovisuales puede ser imaginativo, pero nunca complejo por lo que, salvo excepciones, deben evitar las figuras retóricas y las estructuras gramaticales propias de la escritura literaria.

Precisión. El lenguaje en los medios audiovisuales debe ser preciso a fin de expresar sólo lo que se pretende decir y no dar margen para interpretaciones erróneas. Los profesionales de la información deben evitar, siempre que sea posible, expresiones vagas en materia de cantidad, como: varios, algunos, etc.

Brevidad. Las frases cortas y construidas de modo directo son las más eficaces para transmitir una idea. La construcción ocasional de oraciones subordinadas tiene como fin evitar la monotonía de un lenguaje demasiado lacónico.

Verbos de acción. Los verbos que expresan acción atraen más la atención y, si están bien escogidos, expresan con más precisión lo que se quiere comunicar. Es conveniente evitar los verbos estáticos (ser, estar) si se puede expresar la misma idea con un verbo de movimiento.

Informar en positivo. El mensaje resulta más claro si se construye en positivo. Siempre que sea posible, deben evitarse las frases negativas. Por idéntico motivo, se prefieren verbos en positivo como, por ejemplo, “rechazar” en lugar de “no admitir” o “prohibir” en lugar de “no autorizar”.

2.5. La Prensa y sus tipos de publicaciones

La prensa impresa es un conjunto de publicaciones y un medio de comunicación masivo, por tanto, se ha adaptado a la exigencia de nuestra era. La Sociedad de la Información y del conocimiento, trajeron consigo la necesidad de potenciación comunicativa a todos niveles, puesto que la multiculturalidad hoy más que nunca es visible gracias a la movilidad de la web.

Los diversos tipos de publicaciones periódicas han sucumbido a la revolución tecnológica y ahora los libros, periódicos, boletines y revistas se amoldan al mundo digital. Es la revista la que destaca como uno de los principales tipos de publicaciones de la prensa, tanto impresa como en formato digital.

Los distintos géneros y formatos periodísticos plasmados y estructurados en una revista permiten que dentro del aula, sin importar el nivel educativo, el periodismo se convierta en un recurso didáctico de amplias posibilidades que instan desde el trabajo en equipo hasta el mejoramiento de las competencias de lecto-escritura e investigación.

2.6. Las TIC como herramienta para publicaciones digitales

Las TIC ocupan todo espacio en la vida diaria ya sea casa, oficina o escuela y es indispensable conocer sus alcances y aplicaciones dentro del campo educativo. Su uso ofrece grandes ventajas para el desarrollo de publicaciones periodísticas, entre las que destacan la facilidad para obtener información de numerosas fuentes de consulta, la promoción del aprendizaje colaborativo, la reducción de los tiempos de comunicación y el intercambio bilateral entre emisor y receptor; además, se comparten experiencias, saberes y opiniones respecto de temas de actualidad e interés para el público en general; se impulsa la investigación y además la información transmitida es de fácil acceso.

La publicación soportada en medios electrónicos “apoyada en las posibilidades de los programas modernos para el tratamiento y acceso de la información ofrece vastas facilidades de interacción hombre/publicación de manera local o mediante el uso de redes de comunicación.” (Hechavarría, 1997, p.6)

Una publicación digital conlleva una gran responsabilidad y por ende es necesario contar con determinados valores al momento de generar la noticia; hoy en día es fácil encontrar un sinnúmero de noticias falsas o “*fake news*” recorriendo el ámbito digital, que como su nombre lo dice carecen de veracidad, de eticidad y de compromiso con el quehacer periodístico y por supuesto con la sociedad, su desarrollo y su mejora.

El periódico El Economista en su artículo “*Fake news*”, la expresión para una vieja costumbre, considera a este término “una expresión que designa una información deliberadamente falsa que suele circular por Internet” (2017), aunque no es algo nuevo, sino una vieja práctica utilizada desde los siglos XVIII y XIX.

2.7. Proceso de producción de una publicación digital

Para que una publicación pueda desarrollarse y sea bienvenida por los lectores necesita atravesar por el proceso de diseño del proyecto y su producción, el que de acuerdo con Orihuela y Santos (2004) procede de la siguiente manera:

I. Planteamiento

Objetivo. Es el propósito o finalidad del proyecto. Los objetivos deben ser claros, concisos y alcanzables, además de estar orientados al cliente.

Usuarios o grupo objetivo. Es importante conocer el perfil de los usuarios para determinar las decisiones de producción.

Medios. Son los soportes requeridos para implementar el proyecto. Se complementan aquellos on-line y off-line. Es necesario determinar las ventajas que provee cada medio al proyecto.

Contenidos. La información debe estar actualizada y ser de calidad para que agregue valor al proyecto. Es indispensable reconocer lo que se quiere comunicar y con qué frecuencia se ha de hacer.

Servicios. Son las prestaciones que se ofrecen a los usuarios, de pago o gratuitas.

Herramientas. Software y hardware para la implementación técnica del proyecto. Debe tomarse en cuenta la estabilidad técnica y la transparencia de uso.

Competencia. Observar otros proveedores del mismo tipo de proyecto. Es importante verificar los contenidos o servicios de otras empresas del sector en medios digitales.

Estrategia. En este punto se observa el modo de financiamiento del proyecto, si existen posibles patrocinadores, el método para llegar al usuario y el modo en que se articula el proyecto con otros medios utilizados por el cliente.

Calendario. Es el plan de trabajo para el desarrollo del proyecto.

II. Desarrollo. Gestión de contenidos

Producción. Es propiamente la elaboración de contenidos originales y la inclusión de aquellos realizados por terceros.

Sindicación. Se refiere a la disponibilidad de contenidos editoriales en un sistema de metadatos como el RSS o XML. Este paso convierte al proyecto online en una fuente de información para otros sitios y potencia su valor.

Formatos. Modos de tratamiento de la información, como texto, audio e imágenes. Es importante determinar los formatos relevantes.

III. Diseño de navegación

Estructura del sitio. Es la arquitectura del proyecto donde se definen el mapa de nodos y los enlaces, así como los recursos y la interactividad.

IV. Diseño de interfaz

Imagen corporativa. Representación de la identidad del proyecto, por lo que deben determinarse los colores y fuentes, las imágenes, la composición y los controles.

V. Producción técnica

Programación. Implementación del proyecto en la plataforma de software elegido. El uso de software libre es de alcance económico, técnico y cultural de suma importancia, a diferencia del código cerrado.

Además de la programación se atiende a los dominios, alojamiento, seguridad y mantenimiento.

VI. Aspectos legales

Derechos de autor. Es el cuidado de la propiedad intelectual, tanto de dominios, como de contenidos, servicios y diseño del proyecto. De igual modo se especifica la *Política de Privacidad*.

VII. Marketing

Son las acciones orientadas a dar a conocer el proyecto a los usuarios. En el caso de los servicios online la promoción del dominio es un elemento central.

Eventos. Algunos sucesos mediáticos diseñados para atraer al grupo objetivo y centrar la atención en los medios.

2.8. La revista electrónica y sus características

La revista es una publicación impresa y editada de manera periódica que forma parte de los medios gráficos (Pérez y Merino, 2009), su valor trasciende en el momento que persuade al lector, primero a través de un impacto visual y posteriormente por su contenido. Es una publicación que incita a la lectura ya sea para informarse o bien para entretenerse, pudiendo contener textos académicos y arbitrados o sólo de divulgación y conocimientos generales.

La revista impresa ha aprovechado los beneficios del mundo digital, y ahora la podemos encontrar también en formato electrónico, por lo que a decir de Martín y Merlo (2003, pp. 157-159) cuenta con las siguientes características:

Facilidad de acceso. Independientemente del lugar o la hora, la revista electrónica puede consultarse y acceder a la información contenida en ella. Las consultas pueden realizarlas uno o varios usuarios a la vez.

Ventajas en el almacenamiento. No hay problemas de depósito o archivo, puesto que el servidor o programa de acceso facilita cargar la información a consultar. En su caso, se puede almacenar de considerarlo conveniente el lector.

Actualización inmediata. Aporte de nuevos contenidos, con difusión inmediata y de actualidad.

Ampliación de la difusión. Por encontrarse en la red hay un número mayor de lectores, de cualquier parte del mundo.

Abaratamiento de los costes. La edición electrónica es más barata que la impresa, puesto que la infraestructura y materias primas tienen un costo menor y se prescinde de intermediarios innecesarios para la publicación.

Diversidad de formatos. El lector puede leer un documento en pantalla desde su navegador, guardarlo en un formato deseado o bien imprimirlo para posterior lectura.

Posibilidades de consulta. Los buscadores simplifican la consulta de los números publicados con anterioridad, de la publicación presente. Se pueden realizar búsquedas avanzadas.

Independencia de los documentos. No es necesaria la suscripción para consultar el contenido de una publicación electrónica. Es posible la compra de artículos sueltos. Las revistas no suelen tener un acceso exclusivo.

Multiplicidad de recursos informativos. Los contenidos se vacían en un gran número de fuentes de información, y éstas permiten la consulta de sumarios y consultas retrospectivas.

Servicios de difusión. Existe la posibilidad de suscribirse a servicios de alerta para saber cuándo se ha actualizado una publicación. Hay servicios de difusión selectiva de la información, con opción a personalizar la misma.

Simplificación de los procesos técnicos. Los procesos técnicos se actualizan de forma automática porque las bibliotecas no necesitan llevar un control periódico.

Fomento de la cooperación. Al incluir en cada artículo la dirección electrónica del autor, los lectores pueden intercambiar impresiones de una manera más sencilla.

La revista electrónica se basa en la estructura de una revista impresa, por lo que el conjunto de personas encargadas del quehacer periodístico tiene responsabilidades y obligaciones bajo la misma línea.

2.9. Estructura organizacional de una revista

De acuerdo con Saucedo (2006) la estructura organizacional de una revista, está determinada por el corporativo o empresa editorial; sin embargo, logra generalizar los componentes de la misma:

Director: Encargado de las relaciones públicas y diplomáticas, dentro y fuera de la revista, lo que determina su imagen visual y literaria.

Subdirector. Enlace entre el Director y el Jefe de Información, determina la dirección de las secciones de la revista y genera estrategias específicas dirigidas al lector.

Jefe de Información. Selecciona y aprueba el material editorial, antes de llegar a los editores o redactores.

Redactor o editor. Evalúa y supervisa la información de los artículos; corrige, agrega o aumenta información en cada columna, elige su distribución, modifica titulares y encabezados.

Diseño. A este rubro pertenecen los directores de arte o directores creativos y sus diseñadores, quienes manejan el material gráfico de información e imagen.

Fotografía. Es la sección encargada de la toma fotográfica, digitalización y retoque.

Publicidad. Llevan la logística en redes de comunicación para la difusión de la revista.

Mercadotecnia. Analiza y estudia el comportamiento mercadológico de la publicación, enfocándose en el producto, plaza, precio y promoción.

Ventas. Lleva el control y estadística del comportamiento económico de la revista antes y después de su publicación.

Administración. Se enfoca en las finanzas, contabilidad, recursos humanos.

Medios de distribución. Se trata de los métodos o alternativas mediante las cuales se coloca la publicación al alcance del lector.

Por su parte la Revista *Negocios y Gerencia. Journal of Business & Management UCAB*, establece que el conjunto de personas que tiene bajo su responsabilidad la línea editorial de una revista se denomina **Consejo Editorial** y son quienes vigilan el cumplimiento de los objetivos y los lineamientos o reglas de la publicación, establecen medidas que aumenten el valor de la misma, proponen autores y temas para las futuras publicaciones, analizan los artículos recibidos.

El **Director** es el responsable de la propia publicación, dirige las actividades del Consejo Editorial y genera los procesos necesarios que lleven a acciones para mejora de las publicaciones. Es el encargado de las relaciones públicas, determina la imagen visual y literaria de la revista y debe ser capaz, si es necesario, de reestructurar o evolucionar la publicación.

Editor ejecutivo/editor en jefe/jefe de edición. Es el responsable del desarrollo, seguimiento y control de las publicaciones; en consecuencia, del trabajo del Consejo Editorial; también selecciona y aprueba el material editorial. Puede administrar los recursos humanos y financieros de la revista. Mantiene el contacto con los autores y propone acciones de estímulo.

Consejo Asesor. Son quienes revisan los artículos aprobados por el Editor Ejecutivo y el Consejo Editorial, en lo que respecta al fondo y forma, palabras clave, estructura, resúmenes, adecuación del lenguaje; todo dentro del plazo establecido para revisión de los artículos.

La producción de una revista no sería posible sin el **Articulista**, quien analiza y enjuicia hechos para describir en un texto sus hallazgos, y así compartir la información con los lectores.

En el caso de la revista digital, el **Jefe de Producción/Editor web**, es quien supervisa la compilación del material necesario para la maquetación, bajo un calendario bien definido para la entrega de textos e imágenes.

Diseñador. Es el responsable de esa maquetación, previas instrucciones y pautas establecidas por el equipo editorial.

Otro personaje que puede ser relevante, es el **Caricaturista**, quien de igual manera que el articulista, enjuicia sucesos y los interpreta de una manera ácida, sarcástica, crítica o hilarante.

2.10. Diseño editorial de una revista electrónica

El diseño editorial es como una especie de periodismo visual “una publicación puede entretener, informar, instruir, comunicar, educar o puede articularse como una combinación de todas esas acciones.” (Caldwell y Zappaterra, 2014, p.1)

De acuerdo con Caldwell y Zappaterra (2014) en las publicaciones digitales los elementos tipográficos son los que llaman la atención del lector, también llamado “mercado”, mismo que determina el contenido y la forma.

La **portada** es llamativa, se diferencia de las demás y atrae al lector en una primera mirada, por lo que es cuidadosamente diseñada y estructurada, de manera que exprese el carácter de la editorial y el contenido. En ella podemos encontrar el logo o imagen de la publicación, los titulares principales o secundarios y las ilustraciones o gráficos que den cuenta del propósito principal de la revista; además, se plasman algunos datos técnicos que identifican la publicación, como el año, número de la misma o incluso el costo.

La **contraportada** suele contener alguna información para los lectores que se relacione con sus intereses, o bien pueden venderse los anunciantes. Algunas publicaciones la utilizan como parte complementaria de la portada.

La **editorial** detalla el contexto ideológico en que se desenvuelve la publicación; se dirige al lector para que conozca la razón de ser del número de la publicación y el porqué del tema elegido.

El **sumario o página de contenidos**, es una parte de gran importancia porque resume al lector el contenido de la publicación. Muestra una lista de las secciones que componen la revista, o bien de los artículos reunidos en diferentes géneros periodísticos y la indicación del número de página en la que aparecen.

La **sección de artículos o reportajes**, donde éstos últimos son el elemento más importante para la identidad de la revista, pues el estilo, el contenido y el tono de su redacción logran destacar entre los competidores cualquier entrevista, situación o tema exclusivo.

Por lo general en las páginas impares es donde se inicia un texto o artículo, puesto que son las primeras que llama la atención del lector. Por lo cual es el lugar propicio para colocar las columnas de opinión.

2.11. La revista electrónica, un recurso didáctico de útil aplicación.

Si bien existe una generosa diversidad de revistas electrónicas en la red que abordan temas educativos, no se pudieron localizar revistas creadas por alumnos con contenido periodístico realizado por ellos mismos. En la búsqueda se encontraron aquellas que cuentan con un esquema académico, donde los profesores son quienes las realizan y un grupo de expertos las arbitran.

Ahora bien, son pocos los docentes de las universidades que motivan a sus estudiantes a generar contenido periodístico y quienes lo hacen no es precisamente con un enfoque educativo de desarrollo de competencias, sino como parte del trabajo académico dentro de la materia impartida, una tarea para cumplir con el programa y otorgar una calificación, situaciones por las que no trascienden. A pesar de esta situación, debemos asumir a la revista como instrumento formativo para el estudiante, a modo de práctica y adquisición de competencias durante de su vida académica profesional.

En el plano didáctico, el uso de las tecnologías multimedia interviene en el proceso comunicativo, desde la recogida de información hasta la fase de difusión. Por tanto, en el desarrollo de una revista electrónica las TIC perfilan el trabajo periodístico en todas sus etapas y facilita innegablemente la tarea comunicativa.

De acuerdo con Cataldi y Cabero (2007) el uso del espacio cibernético sin lugar a dudas propicia los espacios compartidos, es así que el lugar virtual ayuda al establecimiento de relaciones acortando las distancias; por ende, la tecnología informática posibilita el trabajo colaborativo, construye conocimiento y favorece el desarrollo de habilidades o competencias.

Para afianzar el argumento anterior, Johnson y Johnson (2009), citado por Iglesias (2013, p.2) asegura que el diseño y la creación de espacios compartidos, difuminan las distancias y acentúan las relaciones, propiciando la creación de metodologías que favorecen el aprendizaje colaborativo.

Por su parte Voutssas (1998) hace énfasis en que la revista marca una serie de cambios para el estudiante en la forma de acceder a la información. Cabe destacar que en la época actual el estudiante es responsable de su propio aprendizaje puesto que puede adquirir conocimientos y habilidades para su formación profesionales (Iglesias, 2013), por lo que la autonomía es un valor inequívoco del uso de las tecnologías en la educación.

En la educación superior, la tarea profesional de todo estudiante de ciencias de la educación y disciplinas afines requiere de innovación, de una constante búsqueda de nuevas herramientas para que los conceptos aprendidos puedan aplicarse, adaptándose a la realidad del mundo cambiante.

En el Capítulo 3, podremos conocer el proceso de producción de la revista electrónica ***Kuchkabal, saberes compartidos***, publicación que ha sido creada como un recurso formativo para el desarrollo de competencias en estudiantes de ciencias de la educación y disciplinas afines. Se destacarán las competencias desarrolladas por la comunidad de aprendizaje, durante el avance de la publicación a lo largo de dos años desde su lanzamiento.

Capítulo 3. La revista electrónica *Kuchkabal, saberes compartidos*.

El campo laboral de nuestra sociedad nos confronta y reta a ser innovadores, audaces y emprendedores; las experiencias y saberes adquiridos dentro del aula pueden resultar insuficientes y en algunos casos ineficientes o inadecuados para el desarrollo del alumno que habrá de desempeñarse en un ámbito de productividad, de proactividad, de iniciativa; un mercado saturado de profesionistas que ofrecen sus servicios y que se juegan un lugar por demás demandado.

En este capítulo se describe la participación de los estudiantes de educación superior del Colegio de Pedagogía de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México en un proyecto editorial, una revista electrónica de difusión en medios digitales, como medio de práctica de habilidades, aptitudes y actitudes necesarias para desempeñarse en el quehacer laboral.

3.1. Surgimiento de un proyecto educativo

A partir de un ejercicio académico y didáctico durante el curso de la asignatura de Comunicación Educativa II del semestre 2015-1, en el Colegio de Pedagogía de la Facultad de Filosofía y Letras, un grupo de estudiantes decidió apostar por un proyecto que sirviera al propósito de desarrollar habilidades, aptitudes y actitudes en los alumnos de licenciatura con el objetivo de hacer frente a los retos del campo laboral en la actualidad.

Fue así que se realizó el trabajo de planeación, desarrollo y publicación de una revista electrónica a partir de los conocimientos adquiridos en clase sobre cinco diferentes aristas de la Comunicación Educativa:

1. Alfabetización mediática;
2. Comunicación en el aula;
3. Educación y web 2.0;
4. La imagen de la educación en los medios de comunicación, y
5. Perspectivas teóricas de la Comunicación Educativa.

Este ejercicio permitió reconocer la interdisciplinariedad de la Comunicación y la Educación, así como la importancia y el valor de proyectos ejecutados entre pares. La realización de una revista y el trabajo que conlleva, propicia el desarrollo e impulsa una serie de características propias de quienes deciden participar, como en este caso, en la publicación de una revista electrónica de divulgación de conocimiento educativo. Cabe resaltar que en la Facultad de Filosofía y Letras no se encontró alguna publicación vigente realizada por estudiantes de Pedagogía.

El 24 de enero del año 2015 tuvo lugar la primera reunión de equipo para dar comienzo al proyecto editorial, tomando como base la estructuración de revistas impresas. Derivado de las características del trabajo periodístico, el grupo se creó con las características de una comunidad de aprendizaje, definidas por Morales (2015) en el Capítulo 2.3, y que conlleva diversas etapas para su constitución, mismas que se describen a continuación.

3.2. Comunidad de aprendizaje Kuchkabal

Durante el proceso de planeación, diseño, producción, publicación y seguimiento de la revista electrónica Kuchkabal, se ha constatado la multiplicidad de contextos, puesto que cada integrante, como parte de su devenir familiar, social y educativo comparte diferentes experiencias y habilidades que confieren una diversidad de estilos de aprendizaje; todos aportan algo interesante y beneficioso para la comunidad.

Cada integrante se ha convertido en una fuente de aprendizaje, y de acuerdo con los principios de la Psicopedagogía, dentro de esta comunidad de aprendizaje, las dificultades se han transformado en áreas de oportunidad para aprender algo nuevo, o bien para mejorar lo aprendido hasta el momento.

La contribución de la comunidad de aprendizaje al crecimiento personal de cada individuo se deriva de la confianza, y el reconocimiento de la diversidad de cada uno y en comunidad. El aprender y enseñar a su vez fomenta ese crecimiento integral. Cabe destacar el papel que juegan las TIC, pues permiten la movilidad mediante los dispositivos inalámbricos; a través de la web, en favor del trabajo colaborativo característico de la comunidad de aprendizaje.

3.2.1. Implementación de la Comunidad de Aprendizaje Kuchkabal.

La revista *Kuchkabal, saberes compartidos*, estructurada como comunidad de aprendizaje, ha implementado las fases de implementación descritas por Morales (2015) descritas en el apartado 2.3 del Capítulo 2 de este trabajo, de la siguiente manera:

Durante la etapa de **exploración, planeación e integración**, se identificaron los intereses del grupo y se establecieron los recursos con los que se contaba, así como aquellos que se necesitaban conseguir, tal fue el caso de la contratación del dominio y host para subir la página a la red; así mismo la obtención de los recursos financieros posteriores al lanzamiento para la continuidad del proyecto. Los roles de cada integrante fueron determinados con el objetivo de asegurar la sinergia y eficacia de la comunidad.

Para la **definición de mecanismos de vinculación y comunicación entre miembros** se consideró ante todo la interrelación horizontal, con líderes, pero no jefes, que permitieran la adecuada comunicación y así evitar el mal entendimiento entre los miembros. En reuniones bimestrales se procura la unión de los integrantes tanto para atender el siguiente número como para debatir temas relacionados o simplemente para convivir dentro de un ambiente de compañerismo.

Desarrollo de coordinación y liderazgo. Los roles definidos para cada participante han servido para estructurar adecuadamente el trabajo colaborativo. Cada pieza es importante y están inmersos en el engranaje del proyecto. Cada miembro vigila que el logro de los objetivos se lleve a cabo, prestando atención a los tiempos y las formas de los documentos o actividades necesarias.

La comunidad está dividida en subgrupos que por ahora sólo mencionaré para describirlos más adelante: Consejo Asesor, Consejo Editorial, Dirección, Colaboradores, Diseñadores y Administradores Web; esta división busca promover la retroalimentación entre los miembros para **estimular los procesos de aprendizaje**.

Cada experiencia, ya sea que aporte o deje a la vista un área de oportunidad, constituye la base del aprendizaje significativo, lo que implica partir de un conocimiento previo hacia uno mejorado o nuevo y más adecuado a las características del proyecto.

El uso y aplicación de las TIC ha permitido hacer **uso de técnicas de enseñanza-aprendizaje** para el trabajo tanto presencial como a distancia que desarrolle otro tipo de habilidades para cada miembro de la comunidad. Con esto se ha buscado un **incentivo de participación** para cada integrante, manteniendo un canal abierto de comunicación, de expresión libre, donde todos pueden tomar decisiones dentro de su rol para asegurar el logro de sus funciones; además de generar una mayor atracción de colaboradores que motiven a cada participante a llevar el proyecto siempre a niveles mayores y no permanecer inmóviles.

Para **monitorear y dar seguimiento a la comunidad**, cada bimestre, tanto previa como posteriormente a que se publique el número en turno, los participantes identifican las áreas de oportunidad y las acciones que generan buenos resultados, con el fin de mejorar en la siguiente entrega, o bien mantener las buenas prácticas.

3.3. Producción de la revista electrónica: *Kuchkabal, saberes compartidos*.

El proceso de producción de *Kuchkabal, saberes compartidos*, consta de diversas etapas que se interrelacionan y en su momento, se vuelven cíclicas, conforme se planifica la publicación de un nuevo número. Con base en lo expuesto por Orihuela y Santos (2004) a continuación, se expone un esquema para visualizar las etapas del proceso de producción de la revista en medios digitales:



Figura 4: Proceso de producción de *Kuchkabal, saberes compartidos*.

I. Planteamiento

Cada integrante de la comunidad de aprendizaje *Kuchkabal* debe cubrir como requisito de ingreso y elegibilidad ser estudiante de nivel licenciatura, principalmente de la carrera de Pedagogía o Ciencias de la Educación; sin embargo, no está cerrada al ingreso de estudiantes de cualquier otra carrera, incluso segunda carrera, que deseen incrementar o desarrollar habilidades para su entrada al campo laboral. Esta Comunidad de Aprendizaje está integrada por estudiantes de licenciatura, con apoyo de académicos y técnicos de las Facultades de Filosofía y Letras, así como de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Como primer punto se definió el nombre de la revista, mediante la técnica de lluvia de ideas entre los miembros de la comunidad, teniendo en mente la premisa que la revista debía atender a los valores de honestidad, respeto, empatía, responsabilidad, participación, ética, generosidad, profesionalismo, independencia, creatividad, innovación, esfuerzo, iniciativa, adaptación, cooperación, comunicación, multiculturalidad y amistad.

El nombre elegido fue ***Kuchkabal, saberes compartidos***; de donde *Kuchkabal* es una palabra maya, cuya parte de su significado implica hacerse cargo de otro. Este punto es importante si consideramos que el educador acompaña a sus aprendices durante un tiempo y comparte su conocimiento con ellos, apostando por su futuro. A su vez, los que aprenden se encargarán del devenir de otros, y con esto se ofrece la posibilidad de desarrollar un mundo propio que al final será compartido en sociedad. Así fue cómo surgió el lema “*Porque unos cuidan de otros y otros de uno*” como valor intrínseco en la comunidad.

Posteriormente se definieron los objetivos, los cuales fueron planteados bajo dos premisas: el aprendizaje y la difusión de material con contenido educativo. En esta línea, el primer objetivo apunta al desarrollo de competencias personales, sociales y profesionales en los estudiantes de ciencias de la educación y disciplinas afines como preparación para su incursión en el campo laboral.

El segundo objetivo, tomando en cuenta que la revista es una publicación de divulgación de contenido con enfoque educativo, es proporcionar información confiable, ética, de actualidad, dinámica, abordada desde diferentes perspectivas que posibiliten la mejora del quehacer educativo presente y futuro, dentro y fuera del aula.

El público al que se busca influir es a todo aquél que se interese en la educación desde todas las perspectivas posibles, ya sea como investigador, estudiante, padres de familia, docentes y demás perfiles que reconozcan el valor de la educación en la vida.

Se definieron los medios on-line para llevar a cabo el proyecto, así como las herramientas necesarias en cuanto a hardware y software, para lo cual se emplea el equipo de cómputo de cada integrante.

En cuanto a la integración del equipo de trabajo, se estableció un organigrama de tipo horizontal, donde todos cuentan con una jerarquía igualitaria en el área que se desempeñen, lo que reconoce su experiencia y conocimiento, dado que el proyecto fue establecido como comunidad de aprendizaje; empero, con frecuencia se hace notar el liderazgo de los integrantes, destacando en el rol adquirido.

Diseño, redes sociales y administración web son departamentos que trabajan de manera autónoma. Diseño trabaja en colaboración con el Consejo Editorial y el Consejo Asesor; Redes sociales y Administración web trabajan conjuntamente con el Consejo Editorial, y si bien no tienen un rango menor, sí dependen de la validación de ambos Consejos. De igual manera los colaboradores deben pasar por un proceso de validación de sus artículos por parte de los dos Consejos. Todo lo anterior se representa en el siguiente organigrama:

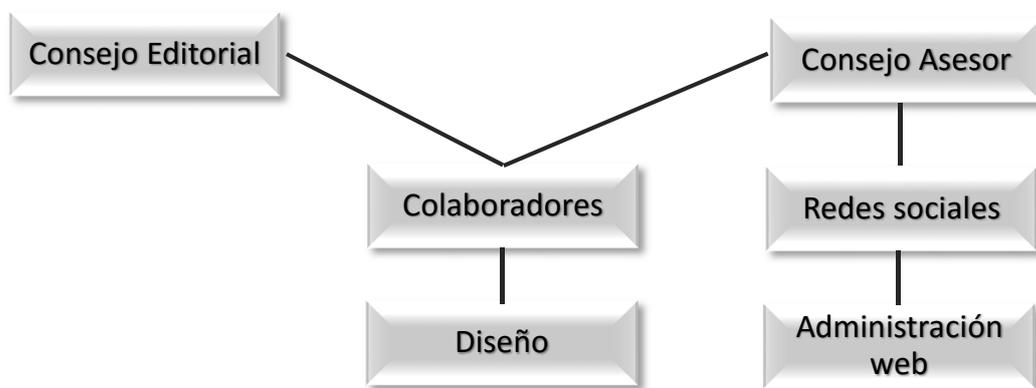


Figura 5. Organigrama de Kuchkabal, saberes compartidos.

Cabe aclarar que la estructura organizacional, como se menciona en el apartado 2.9 del Capítulo 2, está determinada por la empresa editorial, y en este caso por la propia comunidad de aprendizaje *Kuchakabal*, por lo que sólo sirve a nuestros propósitos.

Las obligaciones y responsabilidades del grupo se definieron atendiendo a las características del trabajo periodístico buscando contribuir de esa manera al logro de los objetivos de una comunidad de aprendizaje y a la adquisición y desarrollo de competencias.

La Dirección. Es importante resaltar que la figura de la Dirección se estableció rotatoria, con el fin de asegurar el desarrollo de habilidades específicas de liderazgo y manejo de personal, para el miembro del grupo que realiza la función en cada número de la revista.

Es también el coordinador del Consejo Editorial durante el número que le corresponde dirigir. Tiene bajo su responsabilidad la redacción de la editorial, donde se resume la posición ideológica de la revista; realiza la entrevista principal al experto en el tema en turno; puede elaborar, diseñar o simplemente propone la idea de imagen para la portada; coordina y verifica que los procesos de producción se cumplan en tiempo y forma, mediante un cronograma de trabajo; establece el orden de publicación de los artículos dentro de la revista y lleva el control de las reuniones in situ de todos los integrantes para la planeación del próximo número a publicarse.

El Consejo Editorial. Son los responsables de verificar el apego a los criterios de publicación (Ver Anexo I) solicitados a los colaboradores. Una vez aceptado el texto, proceden a la corrección de estilo; es decir, la revisión ortográfica, gramática y semántica del documento. Pueden proponer un diseño gráfico para los textos revisados.

Por otro lado, cubren una parte importante de la estructura de la revista, al redactar una columna de opinión que aparece en cada número publicado, con lo que se fomenta su participación activa y su capacidad de análisis y reflexión. Apoyan con la realización de la convocatoria para captar nuevos colaboradores, a nivel personal y por medio de la retransmisión de publicaciones de la red social de la revista, en sus propias redes.

Asimismo, buscan que aquellos colaboradores con los que se cuenta permanezcan interesados en publicar; para lo cual participan en la repartición de volantes o separadores (Ver **Anexo II**) con la información necesaria para ser colaborador, también pueden realizar pláticas a grupos dentro de las aulas universitarias de la UNAM o de otras instituciones que así lo permitan.

Consejo Asesor. Los miembros de este consejo fungen como Editores ejecutivos y quienes lo conforman cuentan con un grado mayor de experiencia, o bien son aquellos que han concluido los créditos por asignaturas; es decir, son egresados de la carrera. Tienen como responsabilidad la revisión final de los artículos a publicar.

Además, un miembro de este Consejo elabora la síntesis de cada colaboración para su posterior traducción al inglés, que es parte del índice temático o sumario de cada publicación. Ofrecen su opinión para el visto bueno del diseño gráfico de los textos, así como de la publicación, lo que contempla aprobar las imágenes e ilustraciones para la emisión de la portada, contraportada e información que agregue visibilidad a la revista. El Consejo Asesor, además, es el encargado de publicar la revista en la plataforma digital Issuu, en su versión gratuita.

Otra de sus funciones es estructurar el contenido de la revista mediante el uso de software especializado como es Microsoft Office Publisher, que fue elegido por ser un software práctico, de fácil acceso y uso.

Las responsabilidades del Consejo Asesor incluyen también establecer vínculos institucionales para ampliar la presencia de la revista y así atraer mayor número de colaboradores; posibilitar el aprendizaje de los lectores e integrantes a través de proyectos en conjunto con instituciones educativas; administrar los recursos financieros, de modo que el proyecto permanezca y sea autosustentable, por lo que deben coordinar los eventos destinados a estos fines; y por último coordinan la administración de redes sociales para la divulgación y difusión del material publicado. Sobre este tema profundizaremos más adelante.

Colaboradores. Son todos aquellos estudiantes universitarios de cualquier licenciatura, facultad o universidad, que deseen plasmar en un escrito, su opinión y propuesta para la mejora del quehacer educativo en todos los ámbitos, respecto del tema en turno para la publicación bimestral. Tienen como responsabilidad seguir los criterios de publicación y escribir bajo una mirada crítica y propositiva; no obstante, son ellos quienes deciden lo que desean escribir y desde qué perspectiva buscan abordarlo. Además, se les solicita su apoyo para la difusión de la revista dentro de las aulas de su Facultad o Universidad y en sus redes sociales.

Diseñadores. En coordinación con el Consejo Asesor y el Consejo Editorial, proponen las imágenes y/o caricaturas que habrán de acompañar los textos para su mejor identificación visual. Pueden realizar el diseño de portada y contraportada. Se encargan de realizar los volantes, separadores o cualquier medio impreso de divulgación, así como para los eventos que se realizan para dar a conocer la revista y recaudar fondos.

Administrador web. Es el responsable de administrar la página web de la revista: www.kuchkabal.org donde se encuentra toda la información necesaria para lectura y descarga de las publicaciones a partir del número 1 y hasta el más actual; así mismo se encuentra la información de los integrantes de la comunidad, y se ofrece un espacio para retroalimentación por parte de los lectores, o bien para que quienes busquen ser colaboradores envíen sus textos a revisión.

Redes sociales. Es el responsable de la administración de redes sociales y de contenido, se encarga de otorgar visibilidad y hacer de interés el contenido de la revista a través de la red social Facebook (@kuchkabalsaberescompartidos) y la red de contenido Twitter (@kuchkabal), potentes generadores de influencias a nivel mundial, donde cada día se publica material, frases, imágenes, etcétera, con contenido educativo, y más importante aún, cada uno de los artículos publicados.

Para determinar los contenidos se llevó a cabo un proceso de definición de temáticas, mediante la participación activa de los miembros de la comunidad, quienes se encuentran inmersos dentro del ámbito educativo y que desde sus propias trincheras ya sea como alumnos, profesores o ciudadanos preocupados por el futuro de sus hijos, propusieron temas de su interés o bien de su conocimiento, tomando en cuenta siempre al lector.

Fue así como se realizó el plan de trabajo del primer año de *Kuchkabal, saberes compartidos*:

1. *Educación y voluntariado*. Un primer número que de inmediato llamó la atención del público, puesto que el educador voluntario, ya sea desde el ámbito formal, no formal o informal, se encuentra prácticamente en las sombras y por tanto quisimos otorgarle el valor que se merece por su gran labor.
2. *Capacitación para el trabajo*. En este número contamos con la participación de la Maestra Elisa Fernández Arias, Gerente Regional de Desarrollo Organizacional de ManpowerGroup, en una entrevista por demás interesante y que permitió el desarrollo de este proyecto aún más apegado a los objetivos. Se abordaron temas tales como el Coaching empresarial, la capacitación docente y los modelos de capacitación a distancia o presencial.
3. *Educación ambiental*. Durante la difusión de este número pudimos percibir el desconocimiento y la poca importancia que se le otorga al tema ambiental a nivel nacional. Por tanto, los artículos buscaban una concientización abordando la problemática real y los retos a superar.
4. *Educación sexual*. Un tema abordado abiertamente, pero que generó controversia hacia el interior de la plataforma de publicación ISUU, puesto que la temática aún es un tabú, situación que mostró claramente la escasa educación en este tópico. Los artículos hicieron alusión al conocimiento del cuerpo y de las prácticas prehispánicas de sexualidad, así como la importancia de la protección de los niños ante los abusos sexuales, y la sexualidad en la tercera edad.

5. *Educación y brecha digital*. Sin duda un tema en auge, que, si bien no es nuevo, sí debe irse actualizando derivado de la rapidez con que avanzan las nuevas tecnologías. Se hizo hincapié en la necesidad de la vinculación entre estas herramientas y la educación, impulsando a los docentes a emplearlas como recurso educativo.
6. *Violencia intrafamiliar*. Las conductas violentas muchas de las veces nacen en casa a partir de los ejemplos familiares que se interiorizan en los niños y que más tarde habrán de llevar a otros contextos como es la escuela, donde interactúan con sus compañeros de clase y profesores. Se aborda así mismo la problemática de la violencia de género al interior del seno familiar.

Durante la emisión del quinto número, se realizó un nuevo consenso para determinar la temática de los siguientes seis números, que conforman el segundo año de la revista⁴:

7. *Educación emocional*. Ya en el número 2 sobre Capacitación para el Trabajo, se hablaba de la importancia de las competencias emocionales. No obstante, siguen estando descuidadas en el ámbito educativo y laboral. De ahí la necesidad de ahondar en el tema y demostrar la relevancia de esta materia para el desarrollo de todo ser humano.
8. *Educación financiera*. Una buena educación financiera a temprana edad puede ahorrarnos no sólo dinero, sino también dolores de cabeza en la vida adulta e incluso enfermedades.

⁴ Para fines de este trabajo, al término de la revisión correspondiente, el trabajo descrito abarca al número 12 publicado sobre *Enseñanza de Lenguas*.

9. *Educación vial y movilidad.* Un país como México, una ciudad como lo es la Ciudad de México requieren de una adecuada educación vial y una comprensión de la movilidad de sus habitantes. La sobrepoblación, la pésima estructura vial de sus calles, y la falta de educación de respeto hacia el prójimo están generando un caos insufrible. La frase “camina por la derecha y rebasa por la izquierda” es más necesaria ahora que nunca.
10. *Educación multicultural.* Somos un pueblo compuesto desde siglos atrás por mezclas de razas, de culturas; somos un país con un movimiento de inmigrantes impresionante. Diferentes lenguajes, formas de pensar, de sentir, de apropiarse de la cultura a partir de una ya existente. Por tanto, la multiculturalidad es un hecho y la educación debe atender este nicho.
11. *Educación física.* Hacer ejercicio no sólo es benéfico, sino necesario, pero ¿qué hay detrás de la elección de un deporte o disciplina? Es imprescindible cambiar la percepción educativa para adecuar la activación física desde temprana edad y tener continuidad. El deporte es para toda la vida, no sólo para una etapa de la misma.
12. *Enseñanza de Lenguas.* La adquisición de un segundo o incluso de un tercer idioma es hoy más que nunca, una de las competencias necesarias para quienes desean destacar en el ámbito cultural y por supuesto el laboral. Las lenguas no sólo incluyen los idiomas como el inglés o el chino, sino también aquellos dialectos de las etnias ancestrales de las que cada país debe sentirse orgulloso; así mismo se destaca la importancia de la comunicación mediante señas o braille para quienes padecen alguna discapacidad visual o auditiva.

Cada una de estas publicaciones puede encontrarse de forma completa en la página www.kuchkabal.org y las portadas de las mismas se localizan en el **Anexo III**.

Un punto importante fue la definición de la periodicidad de la publicación, establecida mediante consenso de manera bimestral con el fin de otorgar herramientas que promuevan la mejora del aspecto educativo en cualquier contexto del lector.

II. Diseño y desarrollo

El **diseño de imagen de la revista**, se buscó fuera identificativo visualmente. La tarea fue encomendada a un diseñador, quien, con su experiencia y las ideas de la comunidad, diseñó el árbol y la leyenda de *Kuchkabal, saberes compartidos*, que expresa la libertad de expresión, las raíces que refieren la argumentación para el abordaje de los temas; así como la idea de movimiento, que más bien podemos definir como movilidad, cualidad inherente a la transmisión del conocimiento; del mismo modo busca mostrar la correlación con los valores del equipo. El diseño conserva su tipografía en cada número publicado y sólo modifica su color para adecuarse al de la publicación en turno.

En cuanto a la **estructura periodística**, lo primordial fue identificar los géneros periodísticos y sus características para lo que se recurrió al Manual de Periodismo de Carlos Marín, así como otras referencias bibliográficas, incluyendo información sobre lectura y redacción, además de los consejos de los académicos y técnicos universitarios que nos apoyaron desde un inicio.

La elaboración de contenidos recae principalmente en los colaboradores, estudiantes de licenciatura que a través de un escrito comparten sus gustos, intereses y hallazgos de sus investigaciones sobre el tema de cada publicación. Estos articulistas están sujetos como bien se dijo anteriormente, a los criterios de publicaciones y las fechas límite de recepción de trabajos.

La realización de un texto de cualquier género periodístico que se trate conlleva una serie de pasos que el autor debe cumplir para asegurar la calidad de su escrito; si bien los estudiantes no son expertos en materia periodística, es el Consejo Editor quien se da a la tarea de revisar que se apege lo más posible.

Por otro lado, los propios miembros del Consejo Editorial tienen entre sus tareas la elaboración de una columna de opinión, por supuesto referente al tema en turno, donde cada uno plasma su propio ser y da pie al debate formativo educativo. La revisión de estos trabajos se realiza entre pares y la revisión final le corresponde al Consejo Editorial.

Desde un inicio y de modo general, los formatos definidos para la configuración de la revista fueron textos, imágenes y el hipertexto, éste último se ve reflejado en el apartado de la revista denominado Mediateca, donde se encuentran alojados diversos recursos, como videos, libros, cuentos, etcétera, a los cuales se tiene acceso mediante una liga que redirige al lector a otro recurso para profundizar en el aprendizaje de la temática abordada.

III. Desarrollo (producción periodística)

En primera instancia, se realiza una captación de colaboradores mediante invitaciones directas a los compañeros estudiantes de licenciatura de la Facultad de Filosofía y Letras, así como de otras Facultades y Escuelas de la UNAM (de cualquier carrera) y de otras universidades públicas o privadas. También se convoca a través de las redes sociales (Facebook) y de contenido (Twitter); además de la emisión de invitaciones indirectas a través de personas interesadas en el proyecto como pueden ser los docentes, quienes a su vez invitan a sus alumnos a redactar un artículo para la revista.

El Consejo Editorial es el grupo que en primer lugar recibe los textos para ser validados bajo los criterios de publicación. Esta es una primera revisión de ortografía, gramática, concordancia y coherencia.

Una vez aceptado un texto, se procede a realizar la edición y corrección de estilo, para identificar el contenido susceptible de modificaciones, incluso una sugerencia de cambio de título que lleve al artículo a ser más atractivo para el lector. Se realiza la búsqueda de imágenes que acompañen el contenido del texto, o en su caso, se validan las enviadas por el propio autor.

Tanto la primera como la segunda revisión son responsabilidad del Consejo Editorial, y entre sus funciones está encontrar errores, inconsistencias, falta de información o de referencias bibliográficas, etcétera, así como regresar el documento al escritor para las adecuaciones pertinentes. Lo mismo sucede en caso de que se proponga la modificación del título para generar mayor impacto.

Una última revisión la lleva a cabo el Consejo Asesor, quien pondrá la atención debida al contenido, la forma, la redacción y el lenguaje utilizado y podrá hacer modificaciones a lo validado por el Consejo Editorial. Si es necesario, puede proponer un nuevo título. Concluido cada texto, extrae la idea principal que será integrada al sumario con su respectiva traducción al inglés.

IV. Producción técnica

El Consejo Asesor, ejecuta la estructuración de contenidos con ayuda del software especializado, para conformar la revista de modo que atraiga la atención de los lectores, agregando imágenes, dibujos o caricaturas, como fue el caso de los primeros números publicados.

Posteriormente se procede a la implementación en la plataforma web ISSUU, la cual fue seleccionada debido a que “permite la visualización de material digitalizado electrónicamente, como libros, documentos, números de revistas, periódicos, y otros medios impresos de forma realista y personalizable” (Wikipedia, 2016). En un formato *flip book* para mejor visualización del contenido por parte del lector que gusta de la lectura como en las versiones impresas, pero sin la rigidez del PDF. Sin embargo, todas las publicaciones son digitalizadas y pueden ser descargadas desde la página web de *Kuchkabal* en formato PDF.

V. Marketing

La publicación de la revista en turno es impulsada mediante redes sociales y de contenido durante el mes siguiente a su salida; a partir del segundo mes, además de difundir el número publicado, se realiza la invitación a participar en el próximo número para estar en tiempo y contar con el mayor número de colaboraciones.

Para difundir a mayor escala el proyecto, la comunidad de aprendizaje ha establecido algunas estrategias para convocar a colaboradores y lectores de la revista, como la vinculación entre instituciones educativas, ya sea con otras Facultades de la Universidad Nacional Autónoma de México o incluso en otras universidades públicas o privadas con reconocimiento nacional, como es el caso de la Universidad Iberoamericana Campus Santa Fe, mediante una exposición del trabajo que se realiza y los objetivos que se buscan.

Otro recurso utilizado para la promoción es la realización de eventos especiales como fue la “*Metreada Kuchkabal*” una actividad lúdica que, en su primera edición en abril del 2016, convocó a alumnos de la Facultad de Filosofía y Letras, de Ciencias Políticas y Sociales, así como público lector de la revista, para que en equipo realizaran una serie de tareas dentro de las instalaciones del Sistema de Transporte Colectivo Metro en la Ciudad de México. Además, se solicitó a los participantes reunir PET para obtener recursos obtenidos por el canje en centros de reciclaje. En el **Anexo IV** se encuentra el material elaborado para las actividades por equipos.

Un escaparate importante para hacer notar el trabajo realizado con la revista y, sobre todo, para demostrar resultados, fue el evento de celebración del primer año de la revista. Llevado a cabo en el Aula Magna de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM, con la asistencia de académicos, funcionarios y estudiantes de las distintas licenciaturas que imparte la Facultad. Así mismo, se contó con estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, además de público en general.

Una forma más de acercar a la comunidad universitaria a participar en el proyecto, ha sido mediante la asistencia del Consejo Asesor, a eventos relacionados con la educación y las TIC como fue el Encuentro Educatic 2016 organizado por la Coordinación de Tecnologías para la Educación h@bitat puma de la Universidad Nacional Autónoma de México; donde se presentó la revista electrónica ante el profesorado y comunidad técnica de la institución, profesores invitados de otras escuelas de educación superior y alguna escuela Normal, donde se expusieron las competencias digitales adquiridas o desarrolladas por la comunidad principalmente.

Otro evento donde fue propicio promocionar la revista mediante materiales de difusión como los separadores, volantes y también de viva voz, fue durante la 5ª. Sesión de la Escuela de Educación Disruptiva (EED) 2016 con el tema *La inteligencia emocional en el aula*, patrocinada por Fundación Telefónica y dirigida a alumnos de estudios superiores en el área de educación o investigación, así como profesores interesados en innovar sus prácticas educativas.

A partir de este año contamos con el apoyo del Centro Tecnológico para la Educación a Distancia (CETED), de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán, que a través de sus redes sociales han difundido a la revista.

Con el ánimo de seguir innovando, *Kuchkabal, saberes compartidos* ha organizado el *Curso en línea de Introducción a los Géneros Periodísticos*, (Ver **Anexo V**) en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México; primer curso lanzado por la revista, llevado a cabo del 20 de febrero al 03 de marzo del año 2017, con una duración de 20 horas, el cual además de dar a conocer la revista, busca otorgar los conocimientos básicos necesarios a quienes desean ser colaboradores, o bien a quienes ya lo son pero desean reafirmar sus conocimientos sobre los géneros periodísticos y su correcta redacción para mayor calidad de la publicación.

Desde el planteamiento hasta la ejecución de las actividades necesarias para dar vida a la revista *Kuchkabal, saberes compartidos*, los miembros de la comunidad han tenido que hacer uso de sus habilidades, destrezas, conocimientos y actitudes o bien de desarrollarlas para atender las necesidades que requiere el trabajo periodístico de creación y transmisión de conocimiento con apoyo de las tecnologías de la información. Es así que en el siguiente apartado se profundiza en las competencias adquiridas mediante el trabajo dentro de la comunidad de aprendizaje.

3.4. Desarrollo de competencias profesionales

Los egresados de nivel licenciatura necesitan contar con determinadas competencias para cubrir los puestos disponibles en el campo laboral, que además de ser escasos, están basados en perfiles altos o ejecutivos, lo que obliga a los candidatos a adquirir estrategias, habilidades y competencias que aporten a la organización, y en el caso de los estudiantes de las ciencias de la educación y disciplinas afines, aporten también al quehacer educativo actual con tantas demandas sin cumplir.

En este sentido, la publicación de cada número ha requerido que todo el equipo evolucione tanto personal como profesionalmente, puesto que cada actividad realizada dentro del proyecto confiere a la persona un nuevo aprendizaje o el mejoramiento de éste, en un ambiente de trabajo colaborativo entre pares y con otros sujetos para forjar los cimientos de una formación sólida como profesionista.

Cada integrante de la comunidad, durante el ejercicio de sus funciones, desarrolla el autoconocimiento lo que le permite concentrarse y reflexionar de manera crítica y constructiva. Esta habilidad le confiere a su vez un auto-reconocimiento, generando en él o ella el espíritu de emprendimiento y auto-liderazgo, además adquiere la responsabilidad de su trabajo con mayor confianza para afrontar los retos que se presenten. Sin la confianza y seguridad de la persona, la actividad de difusión pudiera resultar complicada, pues no es fácil presentarse ante grupo, mucho menos ante personas que quizás cuenten con un mayor nivel académico. Más aún estas actividades representan un estímulo para la mejora del auto-concepto y la comunicación asertiva.

La diversidad de actividades que realizan los integrantes los enfrenta a una variedad de situaciones en contextos disímiles, con respecto a sus compañeros, por lo que es necesario generar un consenso para actuar en favor del equipo. Es necesario aprender a comunicarse y trabajar de manera colaborativa, a observar y llevar a cabo aquello que dinamiza la producción y sobre todo actuar eficazmente frente a los conflictos, lo que se conoce como resiliencia.

La convivencia genera una sinergia especial, donde sucede un proceso de descubrimiento de sí mismo y del otro, observando su potencial e impulsando esas características propias y ajenas del individuo. Esto requiere de superar prejuicios y ante todo respetar la diversidad humana y cultural y para ello es indispensable aprender a ser, para reconocer las virtudes propias.

Aprender a ser implica que cada integrante desarrolle un pensamiento autónomo, donde sus ideas no sean coartadas, al contrario, se complementen con la opinión del otro. La creatividad e innovación que requiere cada publicación pone de manifiesto las particularidades de cada individuo.

Por otro lado, el trabajo periodístico confiere ciertas habilidades que, para el propósito de insertarse en el campo laboral, permiten la elegibilidad. Las competencias desarrolladas que también solicitan las organizaciones son: la capacidad de organización, trabajo en equipo, ética profesional, liderazgo, manejo de relaciones humanas, enfoque a resultados, seguimiento a detalles, orientación al cliente, creatividad, trabajo bajo presión, capacidad de análisis y síntesis, toma de decisiones, resolución de problemas, manejo de habilidades tecnológicas y manejo de un segundo idioma. Además, el periodismo permite obtener también una excelente ortografía, derivado de la lectura necesaria para redactar un escrito, o de la revisión de los textos y, también, la capacidad de análisis y síntesis. En la Tabla 2, describo las competencias que la Comunidad de Aprendizaje desarrolla, mediante la participación activa en el proyecto.

Tabla 2*Competencias desarrolladas por la comunidad de aprendizaje Kuchkabal*

Competencia	Descripción	Actividades que desarrollan la competencia
Pensamiento reflexivo y crítico	Toma de decisiones y solución de problemas, mediante el análisis y la valoración de las cosas o situaciones.	Toma de decisiones para establecer la temática y perspectivas a abordar. Pensamiento reflexivo y crítico para la corrección de estilo. Además de la resolución de conflictos tanto de los miembros de la CA para reconstruir los vínculos internos, como con los procesos de la propia revista que puedan generar resultados adversos.
Liderazgo	Dirigir y coordinar equipos de trabajo, anteponiendo el ejemplo.	Las funciones del Director en turno y el Consejo Asesor conllevan una dirección de sus equipos y la coordinación de los trabajos para publicación.
Creatividad e innovación	Construcción de conocimiento, desarrollo de productos y procesos innovadores.	El proyecto requiere de creatividad e innovación en cada número tanto para el contenido como para el diseño. Así como para realizar la difusión de la revista en diferentes
Gestión de la información	Buscar, evaluar, organizar, administrar y compartir información.	La información contenida en los textos es verificada para evitar plagios, se organiza y administra para estructurar el contenido de la revista; se comparte mediante el uso de las TIC
Comunicación efectiva y asertiva	Escuchar, interpretar y expresar conceptos e ideas, de manera oportuna y respetuosa con la persona(s) adecuadas y retroalimenta	La comunicación entre la comunidad de aprendizaje sucede mediante la discusión en reuniones presenciales o chats, donde se debaten ideas para en conjunto llegar a acuerdos en pro de los objetivos y de igual manera para resolver cualquier tipo de problema que se presente.
Trabajo colaborativo y organización	Participación eficaz, constructiva y democrática	Implica el trabajo en redes, fundamental para lograr los objetivos de la CA; requiere de organizarse para que cada miembro cumpla con su papel de manera que la revista se publique en tiempo y forma. Así mismo en la organización de eventos anuales para recaudar fondos y atraer talento a la revista.
Aprendizaje continuo	Gestión de aprendizaje de manera autónoma, conocimiento de recursos para mantenerse y participar en comunidades de aprendizaje.	Cada edición requiere de adquirir nuevos conocimientos tanto de la información a presentar al público, como del manejo de recursos apropiados para el mejor desempeño del equipo.
Ciudadanía digital	Uso seguro y crítico de las tecnologías, validez y fiabilidad de la información, práctica de conductas legales y éticas.	La validez de la información de cada artículo es comprobada, la corrección de estilo se realiza con ética de modo que el autor quede satisfecho con las modificaciones realizadas, se vigila la legalidad del material a publicar como las imágenes.
Habilidades digitales	Uso y manejo de TIC	Uso de entornos digitales como Google Drive, redes como Facebook y Twitter, manejo de chats, uso de correo electrónico, uso de Microsoft Office Publisher y de la plataforma ISSUU.

Fuente: Elaboración propia

En tanto que la revista se vale del uso de la tecnología, y que los cambios en esa materia son constantes; es obligación de los estudiantes y futuros profesionistas de la educación, conocerlos, estar al día, utilizarlos y, en su caso, enseñar su manejo a otros. Las aplicaciones y plataformas de redes sociales y de contenido han incrementado las posibilidades de comunicación e interacción, generando una cultura de ciudadanos digitales, y como tales es nuestra responsabilidad participar en el contexto social, siempre con ética y apego a la legalidad.

La producción y publicación de un medio de expresión y comunicación como la revista *Kuchkabal* no es frecuente, y mucho menos constante. En la Facultad de Filosofía y Letras, han surgido algunas publicaciones, que, a decir del profesorado, no permanecen más allá de un par de números; por lo que este proyecto, con dos años de vida y doce números publicados significa constancia, trabajo en equipo, disciplina y aprendizaje.

3.5. Alcance de la revista *Kuchkabal, saberes compartidos*

Al primero de marzo de 2017, se han editado y publicado 12 ediciones de la revista *Kuchkabal, saberes compartidos*, tiempo durante el cual, al menos 56 colaboradores, de diferentes Facultades, Escuelas, carreras y Universidades, han puesto de manifiesto su experiencia y han plasmado en cada artículo una realidad más de la educación en nuestro país, lo que se describe en la **Tabla 3**.

Tabla 3
Colaboradores (Facultades, Universidades y Escuelas)

Carreras	Facultades, Universidades, Escuelas
Pedagogía	Facultad de Filosofía y Letras
Geografía	
Ciencias de la Comunicación	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM
Psicología	Facultad de Estudios Superiores Zaragoza UNAM
	Facultad de Psicología UNAM
Administración	Facultad de Contaduría y Administración UNAM
Arquitectura	Facultad de Arquitectura UNAM
	Universidad Autónoma de Querétaro
Administración Financiera y Sistemas	Universidad de Guadalajara
Historia	Escuela Nacional de Antropología e Historia
Trabajo Social	Escuela Nacional de Trabajo Social UNAM
Diseño Industrial	Universidad Autónoma de México Azcapotzalco
Ingeniería Industrial	Facultad de Ingeniería UNAM
Ingeniería Ambiental	Tecnológico de Estudios Superiores Coacalco
Educación especial en área auditiva y de lenguaje	Escuela Normal de Especialización
Enseñanza de Inglés	Facultad de Estudios Superiores Acatlán

Fuente: Elaboración propia

Durante el tiempo de vida de la revista, se ha mantenido un seguimiento a las estadísticas arrojadas por parte de la plataforma ISSUU, mismas que hacen notar el desarrollo del proyecto, específicamente en cuanto al número de visualizaciones de cada número publicado, así como de las lecturas realizadas.

En la siguiente tabla se muestran los datos al primer año de publicación; es decir al número 7 sobre Educación Emocional:

Tabla 4
Datos estadísticos de números publicados durante el primer año

Número publicado	Título	No. de lecturas	No. de visualizaciones
1	La formación del voluntariado	1635	22584
2	Capacitación para el trabajo	705	15525
3	Educación Ambiental	1038	16146
4	Educación sexual	924	19746
5	Educación y brecha digital	650	13962
6	Violencia intrafamiliar	688	13282
7	Educación emocional	703	13467

Fuente: Elaboración propia

Para comprender estos números, debemos considerar que todos y cada uno de los números publicados continúan en la red, desde hace veintidós meses; por tanto, el número de visualizaciones incrementa cada mes, lo mismo que sucede con las lecturas.

En cuanto al segundo año, las estadísticas arrojan los siguientes datos:

Tabla 5

Datos estadísticos de números publicados durante el segundo año (marzo-abril 2017)

Número publicado	Título	No. de lecturas	No. de visualizaciones
8	Educación financiera	69	1174
9	Educación vial y movilidad	386	1798
10	Educación multicultural	385	1611
11	Educación Física	404	1075
12	Enseñanza de lenguas	375	1003

Fuente: Elaboración propia

Los datos contenidos en la tabla anterior, desde un inicio, desvían la atención a la mínima cantidad de lecturas registradas del número sobre Educación Financiera, situación que bien puede estudiarse más a fondo, ya que nuestro país cuenta con una escasa educación en esta materia.

Tomando en cuenta que estos cuatro números son de reciente publicación, el número de visualizaciones y lecturas no pueden compararse con los datos de aquellos números publicados durante el primer año.

Este breve análisis estadístico permite elaborar ciertas conclusiones para implementar medidas en beneficio del avance de la revista, las cuales se incluyen en el siguiente apartado.

Conclusiones

Realizar este proyecto, trascendió lo teórico para dar paso a la práctica de algunas de las principales competencias que en el ámbito laboral se requieren para conformar equipos de personas con habilidades lo suficientemente asimiladas, que generen ventajas en todos los aspectos a las empresas u organizaciones.

La revista electrónica *Kuchkabal, saberes compartidos* como comunidad de aprendizaje y herramienta con fines formativos, de adquisición y desarrollo de competencias, ha pasado por un proceso de adaptación a las necesidades de los estudiantes y del propio proyecto en sí; de mejora continua y de involucramiento cada vez más profundo por parte de sus miembros.

El trabajo periodístico requiere como lo hemos mencionado, de una constancia y disciplina, además de tiempo para realizar las actividades inherentes, lo que cada integrante de la comunidad, derivado de su propia vida, pueden llegar a ser un esfuerzo doble o triple, si consideramos que muchos de ellos son además de estudiantes, padres o madres de familia, y trabajadores de tiempo completo o parcial.

Derivado de este trabajo, muchas situaciones imprevistas surgieron, problemáticas que retaron a los integrantes de la comunidad a realizar un mayor esfuerzo, principalmente motivados por el aprendizaje significativo. El ritmo acelerado provocó que, durante el segundo año de la revista, el Consejo Editorial fundador solicitara su sustitución por nuevos miembros que pudieran hacer frente a los retos propios del proyecto.

De este modo sucedió un cambio de Consejo Editorial, que al final trajo consigo nuevas ideas, el desarrollo de la creatividad y habilidades de otras personas, que, con su trabajo comprometido, han impulsado el crecimiento de la revista para lograr un segundo año de trabajo continuo y calidad.

Derivado de lo anterior y por considerar el trabajo que implica estar inmerso en el proyecto, se consideró que el tiempo de participación activa de un integrante, promedia los dos años, tiempo que consideramos es suficiente para dar paso a un nuevo integrante que desee desarrollar o practicar las competencias anteriormente descritas.

La planeación, organización y coordinación son absolutamente necesarias para mantener éste y cualquier proyecto; puesto que contar con un equipo de pensamientos disímiles y diversos, aunque al mismo tiempo complementarios, puede provocar dificultades que entorpecen el trabajo colaborativo o incluso pueden detener el proyecto.

Es importante pues un sentido de responsabilidad, de colaboración, de iniciativa, proactividad, liderazgo, comunicación efectiva, e incluso de algunas competencias mucho más específicas como una correcta redacción. El trabajo periodístico requiere constancia, dedicación, esfuerzo y disciplina. Una revista es una labor de muchos y la presencia y permanencia de la misma depende de cada uno de quienes colaboran para su realización, publicación y difusión.

En esta línea de ideas, la revista, desde la perspectiva metodológica, favorece el trabajo colaborativo y refuerza el deseo de auto-superación, y por supuesto liga el conocimiento a la vida, justo aquello que impulsó Freinet. Por tanto, *.Kuchkabal, saberes compartidos* juega un papel destacado en la formación de personas dedicadas y comprometidas con una meta u objetivo en común, pero a su vez de manera personal, desarrollando habilidades comunicativas con un elemento esencial que es la retroalimentación, ya sea entre pares o fuera de la propia comunidad de aprendizaje, siendo pionera a nivel metrópoli, si no es que a nivel nacional, puesto que no se han encontrado evidencias de lo contrario.

La comunicación, como proceso social, es una pieza fundamental en la formación de todo individuo, para el funcionamiento de su propia identidad, lo que se traduce en el desarrollo de competencias personales, sociales y profesionales, para el trabajo, para la actividad, para el desenvolvimiento en comunidad.

La propia comunicación es una competencia esencial, y es transversal en el proceso de formación profesional por competencias, puesto que la toma de decisiones se basa en la información. En el mundo profesional se presentan una serie de situaciones que enfrentan al sujeto a comunicarse de manera verbal o no verbal, para interactuar con sus semejantes; el saber, saber hacer, saber ser y saber convivir por tanto se adaptan al contexto económico, político y social conforme sucedan cambios relevantes, de lo contrario el individuo no podría continuar en este mundo en cambio constante.

Cada miembro durante su participación ha observado el potencial de la actividad que desempeña, y de la que los demás realizan, por lo que se ve inmerso en un nuevo mundo el cual desea compartir con otras personas. Así mismo los colaboradores, con sus artículos comparten parte de su propio ser, de su propia vida y de su propio contexto social. No obstante, se ha observado que resulta difícil motivar a las personas a que escriban, lo anterior sucede al parecer, porque temen al rechazo, consideran que no tienen mucho que aportar o bien que no es relevante.

La labor de motivación ha sido complicada pero no infructuosa, cada número publicado es un logro por contener textos de personas dispuestas a aportar su parte al quehacer educativo. Éste precisamente es uno de los principales retos a superar; ganar la confianza de un mayor número de colaboradores y profesores para que sean éstos quienes desde su perspectiva, les inviten a desarrollarse fuera del aula.

Otro gran reto es continuar innovando a fin de que quienes participen dentro de la comunidad de aprendizaje, desarrollen otras competencias distintas a las aprendidas, y las apliquen en todos los ámbitos de su vida. Para esto la implementación de diversos cursos, en conjunto con instituciones de educación superior que promuevan la educación y formación de los estudiantes y el público en general serán benéficos.

En términos de la Comunicación Educativa, para quienes participan en este proyecto, la revista *Kuchkabal, saberes compartidos* cumple a cabalidad con el proceso que ésta implica, ya que sirve como traductor de la temática educativa para una audiencia que va más allá del propio ámbito, ya que por las temáticas que se abordan, así como la forma y fondo con que se realiza, se podría decir que se ha convertido en un “dossier” de temas educativos de interés para el público en general.

Partiendo del principio de que la educación, no solamente es un tema de las instituciones que la imparten formalmente, sino de responsabilidad social y que mientras mejor se comprenda por todos los actores, se podría aspirar a tener una sociedad más educada.

Hacer de *Kuchkabal* una revista especializada en temas educativos, con presencia a nivel internacional, que en un futuro pueda arbitrar contenido e investigaciones educativas, es un objetivo planteado para los integrantes del proyecto.

Sin embargo, el desafío mayor será tener presencia fuera del círculo universitario de la Universidad Nacional Autónoma de México, o de aquellos espacios digitales creados en redes sociales. La meta es acercar los contenidos a estudiantes de otras universidades del país, al igual que al público en general, el que debiera estar interesado en la educación, puesto que es un proceso fundamental para la vida en sociedad y el desarrollo individual y en comunidad.

Kuchkabal, saberes compartidos debe ante todo, ofrecer a la comunidad de estudiantes de nivel superior una herramienta para el desarrollo de competencias adecuada al exigente ritmo de cambios y de la realidad del campo laboral.

La Pedagogía sin lugar a dudas aún tiene mucho que aportar al campo educativo, y es que falta mejorar y superar cualquier línea de enseñanza-aprendizaje basado en parámetros clásicos, desligados del contexto social en el que los egresados de nivel licenciatura se desempeñan, y buscar la manera de desarrollar nuevos métodos reconociendo a las TIC como parte del aprendizaje socioeducativo. El futuro es hoy y debemos actuar.

En el devenir de la revista *Kuchkabal, saberes compartidos* hemos aprendido a reconocer que cualquier persona comprometida consigo misma y con su sociedad puede desempeñarse como periodista y actuar bajo valores, exponiendo sus ideas, ideales y motivaciones de modo tal que generen debate activo y propositivo, más no contradicciones y división de facciones sin objetivos claros y mucho menos desinformados.

En el mundo de las publicaciones digitales, algunos proyectos se han gestado en pro de la creación de nuevos periodistas, extraídos de las filas de la sociedad en la que vivimos y arbitrados por profesionales; tal es el caso de Wikitribune, un servicio de noticias digital, cuyo objetivo es ofrecer artículos imparciales, basados en hechos, que impidan la propagación de las noticias falsas o “fake news”, mediante un servicio gratuito y sin avisos publicitarios, auspiciado por las donaciones de personas que creen en la plataforma.

Kuchkabal, saberes compartidos ha logrado acercar a estudiantes a nivel licenciatura a los medios, para expresar sus pensamientos y conocimientos, para desarrollar algunas competencias que habrán de ayudarles en su desenvolvimiento diario tanto personal como profesional, y en un futuro, quizás no muy lejano, puede convertirse en un escaparate al estilo Wikitribune, donde las voces universitarias se escuchen a nivel mundial, sin olvidar el lema que nos guía:

“Porque unos cuidan de otros y otros de uno”

Lista de referencias

- Argudín, (2005). *Educación basada en competencias: nociones y antecedentes*. México: Trillas.
- Argüello, H. y Benítez, V. Capacitación para el trabajo. *Kuchkabal, saberes compartidos*, (2), 21-25. Recuperado de <http://kuchkabal.org/>
- Argüello, H. (octubre de 2016). La revista digital como recurso para el apoyo a la educación formal. *Segundo Encuentro EducaTIC 2016*. Ponencia llevada a cabo en la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.
- Ávalos, M.C. (27 de abril de 2016). 6. *¿Cómo funciona la comunicación?* [Mensaje en un blog]. Recuperado de <http://marcocarlosavalos.com/comunicacin-organizacional/2016/4/27/6-cmo-funciona-la-comunicacin>
- Bárzana, E. (2015). Presentación. En Morales, M.A. (Coord.) (2015) *Comunidades de aprendizaje en la UNAM* (pp. 9-12). México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Berlo, D.K. (1984). El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica. Recuperado de <https://bibliopopulares.files.wordpress.com/2012/12/el-proceso-de-la-comunicacion-david-k-berlo-301-1-b-514.pdf>
- Bisquerra, R. (2016). *Competencia social*. Recuperado de <https://goo.gl/RgDA0S>
- Bonvin, M.A. (2007). *La prensa digital: lenguaje y características*. (Tesis de doctorado, Universidad de Granada). Recuperado de <http://hera.ugr.es/tesisugr/17116880.pdf>
- Caldwell, C. y Zappaterra, Y. (2014). *Diseño editorial. Periódicos y revistas/medios impresos y digitales*. [Traducido al español de Editorial Design: Digital and Print]. España: Gustavo Gili, SL.

Cámara, G (2015). Experiencia con comunidades de aprendizaje en la educación básica mexicana. En Morales, M.A. (Coord.) (2015). *Comunidades de aprendizaje en la UNAM* (pp. 37-51). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Centro de Investigación para el Desarrollo. A.C., (2014). *Encuesta de competencias profesionales 2014 ¿Qué buscan –y no encuentran- las empresas en los profesionistas jóvenes?* Recuperado de http://www.corporativotr.com/assets/encuesta_competencias_profesionales_270214.pdf

Centro de Investigación y Documentación sobre problemas de la Economía, el Empleo y las Cualificaciones Profesionales, (2000). *Competencias Profesionales. Enfoques y modelos a debate.* Recuperado de www.oei.es/.../etp/competencias_profesionales_enfoques_modelos_debate_cidec.pdf

Cataldi, Z. y Cabero, J. (2007). Las competencias profesionales en ambientes informáticos para trabajo colaborativo y resolución de problemas. *Revista Electrónica Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 8(1), 1-25. Recuperado de <http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/56548>

Col, C. (2007). Las competencias en la educación escolar: algo más que una moda y mucho menos que un remedio. *Innovación educativa.* (161), pp 34-39. Recuperado de <file:///C:/Users/Heidi%20Tsukino/Downloads/Anexo6C1...pdf>

Coll, C. (2015). Las comunidades de aprendizaje, un enfoque diferente para superar los retos educativos. En Morales, M.A. (Coord.) (2015) *Comunidades de aprendizaje en la UNAM* (pp. 13-36). México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Cruz, B. (2009). Las competencias en la formación y práctica profesional del pedagogo. Un estudio exploratorio de su campo laboral. *X Congreso Nacional de Investigación Educativa*. Veracruz, México. Recuperado de http://www.comie.org.mx/congreso/memoriaelectronica/v10/pdf/area_tematica_02/ponencias/1238-F.pdf
- Delors, J. (1996). Los cuatro pilares de la educación. *La educación encierra un tesoro*. Recuperado de <https://goo.gl/3ZXhSm>
- Denyer, M., Furnémont, J., Poulin, R. & Valoubbeeck, G. (2007). *Las competencias en la educación. Un balance*. México: Fondo de Cultura Económica. Recuperado de <https://goo.gl/11Cqn7>
- Díaz Barriga, F. (2005). Desarrollo del currículo e innovación: Modelos e investigación en los noventa. *Revista Perfiles Educativos*. 27(107), pp. 57-84. Recuperado <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v27n107/n107a04.pdf>
- "Fake news", la expresión para una vieja costumbre. (2 de abril de 2017). *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/internacional/2017/04/02/fake-news-nueva-expresion-vieja-costumbre>
- Fernández, J. (Coord) (2004). *Periodismo especializado*. España: Ariel.
- Fernández, J. y Esteve, F. (1996). *Fundamentos de la información periodística especializada*. Madrid: Síntesis.
- Garagorri, X. (2010) Currículo basado en competencias: aproximación al estado de la cuestión. *Innovación educativa*. Recuperado de <http://www.xtec.cat/serveis/crp/a8930013/capsestudi/noucurri/3garagorri.pdf>

- García, J. Á. (2014). Ingeniería, matemáticas y competencias / Engineering, mathematics and competences. *Actualidades Investigativas en Educación*, 14(1). Recuperado de <http://revistas.ucr.ac.cr/index.php/aie/article/view/13383/18341>
- Hays (2015). *Talento: la verdadera energía en la que México debe invertir. Reporte Laboral México 2015*. Recuperado de <https://goo.gl/UwbX3p>
- Hechavarría, A. (1997). *Las publicaciones electrónicas: un concepto, una clasificación y un análisis de su impacto en los profesionales de la información*. Recuperado de <https://goo.gl/E61N90>
- Hernández, C.A. (1996). Educación y comunicación: pedagogía y cambio cultural. *Nómadas*, (5). Recuperado de www.redalyc.org/pdf/1051/105118998005.pdf
- Huergo, J.A. (Ed.). (2001). *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas*. Recuperado de <https://goo.gl/dFbsq1>
- Huergo, J.A. (s.f.). *La educación y la vida. Un libro para maestros de escuela y educadores populares*. Recuperado de <https://goo.gl/3B4nHO>
- Iglesias, M.J., Lozano, I., y Martínez, M.A. (2013). La utilización de herramientas digitales en el desarrollo del aprendizaje colaborativo: análisis de una experiencia en Educación Superior. *Revista de Docencia Universitaria*, 11(2), 1-20. Recuperado de <file:///D:/Downloads/Dialnet-LaUtilizacionDePlataformasVirtualesParaElDesarroll-4414637.pdf>
- International Society for Technology in Education. (2007). *Estándares Nacionales (EEUU) de Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para estudiantes*. [Traducido al español de National Educational Technology Standards for Students]. Recuperado de https://www.iste.org/docs/pdfs/nets_2007_spanish.pdf?sfvrsn=2

- Lineros, R. (2006). Unidad IV.3. Revista escolar digital: interactividad tecnológica y social. En García, M.A. (2006). *La Educación Lingüística y Literaria en Secundaria: materiales para la formación del profesorado*, 2, 327-360. Recuperado de [https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1815&IDTIPO=246&RASTRO=c943\\$m4331,4330](https://www.carm.es/web/pagina?IDCONTENIDO=1815&IDTIPO=246&RASTRO=c943$m4331,4330)
- Marín, C. (2004). *Manual de Periodismo*. Recuperado de <http://www.septien.edu.mx/septien/maestria/MANUAL%20DE%20PERIODISMO%20C%20MAR%C3%8DIN.pdf>
- Martín, J. y Merlo, J. (2003). Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso. *Anales de Documentación*, (6), 155-186. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=63500611>
- Medina, N. (2010). La comunicación educativa y su aplicación en línea. *Apertura*, 2(2). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68820827004>
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (s.f). *Competencias sociales y cívicas. Competencias clave*. Recuperado de <http://mecd.gob.es/educacion-mecd/mc/lomce/el-curriculo/curriculo-primaria-eso-bachillerato/competencias-clave/social-civica.html>
- Monsalve, J. E. (2013). *Jóvenes, talento y perfil emprendedor*. Recuperado de http://www.injuve.es/sites/default/files/2014/12/publicaciones/Guia%20Jovenes,%20talento%20y%20perfil%20emprendedor_0.pdf
- Morales, M.A. (Coord.) (2015). *Comunidades de aprendizaje en la UNAM*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Movimiento Mexicano para la Escuela Moderna, A. C. (2011). *La Pedagogía Freinet. Principios, propuestas y testimonios*. México.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. (2017). *Diagnóstico de la OCDE sobre la Estrategia de Competencias Destrezas y Habilidades de México Resumen Ejecutivo*. Recuperado de <https://www.oecd.org/mexico/Diagnostico-de-la-OCDE-sobre-la-Estrategia-de-Competencias-Destrezas-y-Habilidades-de-Mexico-Resumen-Ejecutivo.pdf>
- Orihuela, J.L, Santos M.L. (2004). *Guía para el diseño y evaluación de proyectos de comunicación digital*. Recuperado de http://www.unav.es/digilab/guia/indice_contents.htm
- Pérez, J. (2008). *Definición de Comunicación*. <http://definicionyque.es/comunicacion/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2008). *Definición de Periodismo*. Recuperado de <http://definicion.de/periodismo/>
- Pérez, J. y Merino, M. (2008). *Definición de Revista*. Recuperado de <http://definicion.de/revista/>
- Perrenoud, P. (2008a). Construir las competencias, ¿es darle la espalda a los saberes? *Red U. Revista de Docencia Universitaria*, 6(2). Recuperado de <http://revistas.um.es/redu/article/view/35261>
- Perrenoud, P. (2008b). *Construir competencias desde la escuela*. [Traducido al español de Construire des competences dès l'école]. Santiago de Chile: JC Sáenz editor.
- Pulido, J.I. (2008). Competencias genéricas y transversales. Definición y tipos. *Competencias genéricas y transversales de los titulados universitarios*. Recuperado de <http://www.unizar.es/ice/images/stories/publicacionesICE/Col.%20Documentos%2008.pdf>

Recomendación del Parlamento Europeo y del Consejo, sobre las competencias clave para el aprendizaje permanente. Diario Oficial de la Unión Europea, 18 de diciembre de 2006.

Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:32006H0962&from=ES>

Revista de Negocios & Gerencia. Journal of Business & Management UCAB (s.f.). *Funciones del Consejo Editorial*. Recuperado de http://w2.ucab.edu.ve/tl_files/Revista%20Postgrado/pdf/funciones%20del%20consejo%20editoriall.pdf

Rtve.es (2010). 6. El lenguaje. *Manual de estilo de rtve*. Recuperado de <http://manualdeestilo.rtve.es/>

RocaSalvatella (2014). *8 competencias digitales para el éxito profesional*. Recuperado de <http://www.rocasalvatella.com/es/8-competencias-digitales-para-el-exito-profesional>

Saucedo Ríos, K. L. (2006). *El diseño Soft como estrategia de composición en revistas de Criminología*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de las Américas, Puebla. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/saucedo_r_kl/capitulo1.pdf

Salaverría, R. (2001). Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (7). Universidad Complutense de Madrid Recuperado de:

<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110383A/12866>

Tobón, S. (2006). *Aspectos básicos de la formación basada en competencias*. Recuperado de http://www.urosario.edu.co/CGTIC/Documentos/aspectos_basicos_formacion_basada_competencias.pdf

- Torres, R. M. (2001). *Comunidad de aprendizaje. Repensando lo educativo desde el desarrollo local y desde el aprendizaje*. Recuperado de http://www.estudiosindigenas.cl/educacion/aprendizaje_vida_comunidad_aprendizaje_esp.pdf
- Tuning América Latina 2011-2013 Innovación educativa y social (2016). *Competencias*. <http://www.tuningal.org/es/competencias>
- Vanegas, A. (2016). Educación y Brecha Digital. *Kuchkabal, saberes compartidos*, (5), 17-20. Recuperado de <http://kuchkabal.org/>
- Victorino, L. y Medina, G. (2008). *Educación basada en competencias y el proyecto Tuning en Europa y Latinoamérica*. Recuperado de http://www.concyteg.gob.mx/ideasConcyteg/Archivos/39072008_EDU_BASADA_COMPETENCIAS_PROYECTO_TUNING.pdf
- Voutsas, J. (1998). La importancia de las Revistas Electrónicas en el Acceso a la Información. *La Información en el Inicio de la Era Electrónica. Información, Sociedad y Tecnología*. Recuperado de www.iibi.unam.mx/~voutsasmt/documentos/revistas%20electronicas.pdf
- Wikipedia. (2017). *Issuu*. Recuperado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Issuu>

Bibliografía

- Aguado, J. (2004). *Introducción a las teorías de la comunicación y la información*. Recuperado de <https://goo.gl/IS4LSs>
- Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM. (2013). *Las TIC para aprender. Tutorial de estrategias de aprendizaje*. Recuperado de <http://tutorial.cch.unam.mx/bloque4/lasTIC>
- Figel, J. (2007). *Competencias clave para el aprendizaje permanente. Un marco de referencia europeo*. Recuperado de <http://www.mecd.gob.es/dctm/ministerio/educacion/mecu/movilidad-europa/competenciasclave.pdf?documentId=0901e72b80685fb1>
- Huergo, J.A. (2006). *Comunicación/Educación. Itinerarios transversales*. Recuperado de <http://comeduc.blogspot.mx/2006/03/jorge-huergo-itinerarios-transversales.html>
- Navarro, E. y Barrios, S. (2010). *Las competencias digitales en la educación superior*. Recuperado de <file:///D:/Downloads/NAVARROlasCompetencias.pdf>
- Sierra, F. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación educativa*. España: MAD.
- Wikitribune. (2017). Recuperado de <https://www.wikitribune.com/>

ANEXOS

Anexo I
Crterios de publicaci3n



Aquí tienes nuestros criterios de publicación, temáticas y fechas para las próximas entregas de **Kuchkabal**.

Criterios de publicación:

- Sólo podrán participar en la revista estudiantes de licenciatura.
- Las colaboraciones deberán ser inéditas y originales.
- Las colaboraciones pueden ser: cartones, crónicas, reseñas, artículos de opinión, reportajes o entrevistas con las siguientes extensiones:
- Crónica y artículos: 3000 caracteres.
- Reseña: 3000 caracteres (incluye libros, audiovisuales y TIC).
- Entrevista: 4000 caracteres.
- Reportaje: 5000 caracteres.
- Infografía
- Cartones, caricaturas o historietas.
- Las colaboraciones deben ser capturadas en un procesador de textos, en letra Arial a 12 puntos y con un interlineado de 1.5.
- Las ilustraciones o fotografías que acompañen a la colaboración deberán venir en archivos independientes y en formato jpg.
- El contenido de las colaboraciones, en el caso de artículos o reportajes, no admite solamente críticas ante la problemática que plantea, debe forzosamente ofrecer una solución al asunto que aborda debido a que ó derivado de que Kuchkabal, es una revista propositiva ante los hechos educativos planteados.
- El aparato crítico (fuentes de consulta) deberá estar integrado al final de la colaboración bajo el formato APA.
- La colaboración deberá integrar, al inicio los datos

curriculares del autor: nombre completo, licenciatura que cursa y semestre, así como institución educativa a la que pertenece.

- Los trabajos que se entreguen para su publicación serán sometidos a dictamen del Consejo Editorial, quien considerará la aceptación y publicación de las colaboraciones que se presenten, y puede solicitar correcciones o modificaciones para adaptarse a los lineamientos generales de publicación. El Consejo Editorial se reserva el derecho de publicar o no las colaboraciones, las cuales son responsabilidad del autor o autores.

Temáticas por número bimestral, fechas de entrega y publicación

Tema	Fecha de entrega de trabajos	Número y fecha de publicación
Enseñanza de Lenguas	10 de febrero de 2017	Marzo-abril de 2017
Educación Inclusiva	10 de abril de 2017	Mayo-junio 2017
Educación para las Ciencias	10 de junio de 2017	Julio-agosto 2017
Educación Pre-escolar	10 de agosto de 2017	Septiembre-octubre 2017
Evaluación	10 de octubre de 2017	Noviembre-diciembre 2017
Fomento a la Lectura	10 de diciembre de 2017	Enero-febrero 2018
Educación Artística	10 de febrero de 2018	Marzo-abril 2018

Anexo II

Imagen de separadores (material publicitario)



Revista Digital Educativa

La palabra maya que una parte de su significado evoca a hacerse cargo de otro.

Los educadores por un tiempo arropan y acompañan a sus aprendices; comparten saberes apuestan por su futuro, donde en algún momento se harán cargo del devenir de otros, y con ello asegurar o desvirtuar las posibilidades de un mundo propio y compartido.

¡LÉENOS!

No te pierdas nuestros siguientes números

Educación Física
Noviembre-Diciembre 2016

Enseñanza de Lenguas
Enero-Febrero 2017

Educación Inclusiva
Mayo-Junio 2017

Educación para las Ciencias
Julio-Agosto 2017

Educación Preescolar
Septiembre-October 2017

Evaluación
Noviembre-Diciembre 2017

Fomento a la Lectura
Enero-Febrero 2018

Educación Artística
Marzo-Abril 2018



Kuchkabal

@Kuchkabal



www.kuchkabal.org

Anexo III
Portadas de la revista Kuchkabal, saberes compartidos
Números 1 al 12 publicados

Portada No. 1, mayo-junio 2015. La formación del voluntariado



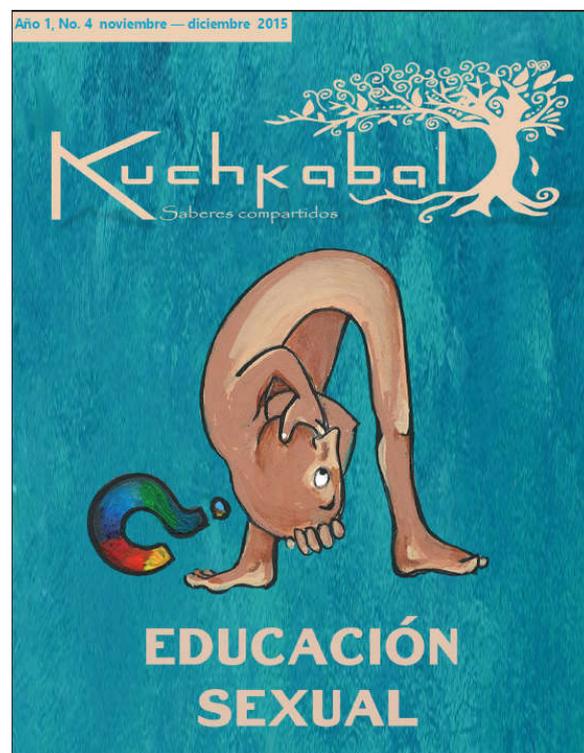
Portada No. 2, julio-agosto 2015. Capacitación para el Trabajo



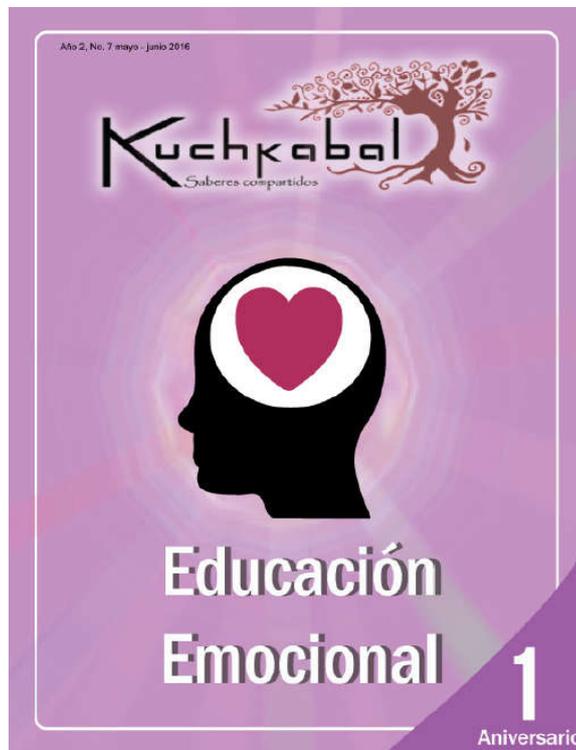
Portada No. 3, septiembre-octubre 2015. Educación Ambiental



Portada No. 4, noviembre-diciembre 2015. Educación Sexual



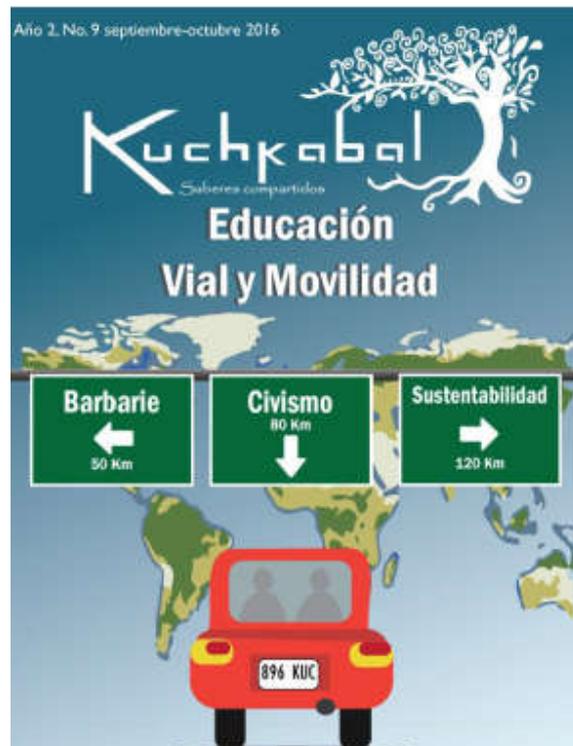
Portada No. 7, mayo-junio 2016. Educación emocional. Primer Aniversario



Portada No. 8, julio-agosto 2016. Educación Financiera



Portada No. 9, septiembre-octubre 2016. Educación vial y movilidad



Portada No. 10, noviembre-diciembre 2016. Educación multicultural



Anexo IV

Material evento “Metreada” Kuchkabal 2016

LAS REGLAS

La Metreada Kuchkabal 2016 consta de 10 Retos, en Juego 120 puntos.

Todos los retos deben llevarse a cabo en equipo. **NO se puede dividir el equipo para realizar retos.**

Deberán estar de **regreso** a más tardar a las **13:00 hrs.** En la base de salida, sin importar los **retos concluidos.**

Si tiene una emergencia buscar al personal autorizado de la estación (Jefe de la Estación o policía) yo mandar un watsapp al 55 30 49 70 52.

PARA TOMAR EN CUENTA

En promedio, el tiempo de traslado de una estación a otra es de 2 minutos.

En las estaciones que hay baños sin salirse de ellas son: Centro Médico, Ciudad Universitaria, Bellas Artes y Constitución de 1917.

Se recomienda tomar agua en pocas cantidades, lo que nos mantiene hidratados y evita y seguido al baño.

EN CASO DE EMERGENCIA

Mantener la calma / Las instalaciones son seguras / Atiendan las indicaciones de personal del metro como de los policías. / Si están en el Andén hay que replegarse a la pared / Si están a bordo del tren no intenten salir / Eviten correr en el andén / Si se va luz no enciendan cerillo o encendedores, las estaciones y vagones cuentan con luz de emergencia / Si hay que evacuar el tren o la estación esperen las indicaciones del personal autorizado.

COMO NOS COMPORTAMOS DEFINIMOS LO QUE SOMOS

Antes de entrar al vagón dejen salir. Ello evita accidentes // Si no van a bajar en la estación, pero están cerca de la puerta hay que hacerse a un lado // **NO EMPUJEN, NI CORRAN EN LOS ANDENES** // Si durante los traslados ven a una persona que es de la tercera edad, una persona que trae un niño cargando o una mujer embarazada. **SIN DUDA HAY QUE CEDER EL ASIENTO.**

10. ¿Una Sopita? En la siguiente sopa de letras ubica 10 estaciones de transferencia. (5 PUNTOS)

Estaciones de Transferencia

L	M	D	A	L	N	A	L	T	I	T	N	A	P	T
S	L	L	A	R	A	Z	A	P	B	S	Q	K	F	A
A	H	L	Q	C	H	A	B	A	C	A	N	O	C	
R	K	P	D	V	P	F	B	R	M	X	I	A	P	U
Y	T	Q	F	T	E	E	W	O	J	M	X	S	B	
V	I	M	Z	K	N	D	L	C	L	U	L	U	A	A
W	C	Z	Y	H	L	K	L	I	M	B	T	R	L	Y
Q	A	L	J	A	I	B	A	M	E	O	G	G	T	A
Z	O	T	B	X	F	D	S	E	O	T	T	A	O	O
O	C	Y	R	F	U	L	A	T	B	M	E	C	D	E
Q	X	A	D	N	U	P	R	L	M	B	I	N	E	O
N	I	I	C	B	A	U	T	I	G	D	N	E	L	L
Y	M	R	R	O	A	J	E	L	E	O	N	P	A	S
L	U	A	T	L	A	H	S	M	R	E	H	P	G	W
P	S	L	Q	E	R	A	O	Y	M	Q	W	N	U	F
N	N	E	D	T	S	R	F	O	I	X	W	N	A	G
I	E	D	R	H	T	K	U	P	T	O	Y	N	I	Q
K	I	N	Y	N	R	B	Q	F	A	G	B	X	U	J
C	B	A	E	V	K	N	F	A	I	N	A	E	C	O
D	Y	C	M	B	K	F	H	J	N	F	C	Z	C	X

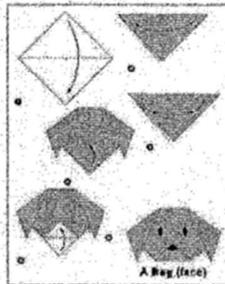
koko1koko.com



LOS RETOS

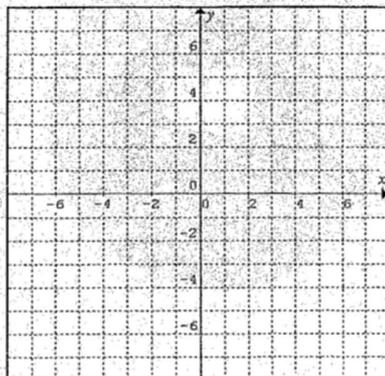
1. La Ruta Revolucionara. Deberán ir a la estación Zapata y debajo del símbolo de la estación grabar un video donde se escuche que el equipo dice "Tierra y Libertad"; En la estación Revolución, en un video cada integrante del equipo deberá mencionar un actor de la Revolución Mexicana; En la estación Constitución de 1917 deberán tomar una foto de un vagón vacío; En la estación Aquiles Serdán, el equipo deberá tomarse una selfie donde se aprecie el letrero que dice Dirección Barranca del Muerto y el de la estación. (10 PUNTOS)

2. Perrito Origami. Cada integrante del equipo deberá realizar un figura de perro en Origami, y fotografiarlas debajo del símbolo de la estación Camarones. (10 puntos)



3. Presidentes de México. Ubiquen las 4 estaciones que llevan el nombre de ex presidentes de México, viajen hacia ellas y tómense una foto debajo del símbolo que las representa. (10 PUNTOS)

4. Puntos Cardinales. Ubiquen las estaciones en cuya nomenclatura hagan referencia a alguno de los puntos cardinales (son 7) Una vez localizadas, deberán situarlas en el siguiente plano cartesiano:



5. Los Religiosos. Viajen a la estación La Villa –Basilica y debajo de su símbolo graben un video donde se aprecie que están cantando la célebre canción "La Guadalupeña"; Viajen a la estación El Rosario deberán tomar una foto donde se le vea al equipo de espaldas mirando el símbolo de la estación. En la estación Santa Anita, deberán tomar una foto donde se les vea que están hincados y rezando, se tendrá que apreciar en la escena el símbolo de la estación; En la estación San Antonio Abad el equipo deberá representar un nacimiento y tomar una foto del mismo, en la fotografía se deberá apreciar el símbolo de la estación. (10 PUNTOS)

6. Herencia Prehispánica. Diseñen una ruta que contenga 10 estaciones cuya nomenclatura corresponda a un nombre de origen prehispánico (Hay 34), y entrégasela a otro equipo para que la realice. Es importante que notifiquen a los organizadores a qué equipo entregaron su ruta. La ruta que sea entregada a su equipo deberá ser recorrida y deberán tomar una foto de cada símbolo de la estación que evidencie su paso. (20 PUNTOS)

7. Publicidad. Colóquense frente a un anuncio publicitario y hagan un comercial sobre el producto que anuncia, este deberá ser grabado en video. (5 PUNTOS)

8. Universitarios. En el Metro hay 3 estaciones cuya nomenclatura corresponde a Instituciones de Educación Superior, viajen a cada una de ellas, y tomen una foto del símbolo que las representa. (10 PUNTOS)

9. Los deportistas. Eligen una estación que haga referencia a un deporte, viajen a ella en una hoja dibujen los aros olímpicos y fotografíenlos debajo del símbolo de la estación. (10 PUNTOS)

Diseño de la actividad por:



Anexo V

Convocatoria curso en línea

Introducción a los géneros periodísticos

Kuchkabal/División de Educación Continua y Vinculación de la Facultad de Ciencias

Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México



Informes

56 22 48 00 ext. 84229 y 84226
decyvcontacto@politicas.unam.mx

Curso en línea

Introducción a los Géneros Periodísticos

Inicio: 20 de febrero

Duración: 20 horas

