

34

LA COMPETENCIA COMUNICATIVA PROFESIONAL EN EL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y ORGANIZACIONAL

PROFESSIONAL COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE UNIVERSITY AND ORGANIZATIONAL CONTEXT

José Alberto Medina Crespo¹

E-mail: jose.medina@cu.ucsg.edu.ec

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7052-5668>

María Caridad Valdés Rodríguez²

E-mail: mvaldes@uci.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0375-3174>

¹ Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Ecuador.

² Universidad de las Ciencias Informáticas. Cuba.

Cita sugerida (APA, sexta edición)

Medina Crespo, J. A., & Valdés Rodríguez, M. C. (2019). La competencia comunicativa profesional en el contexto universitario y organizacional. *Revista Conrado*, 15(68), 238-243. Recuperado de <http://conrado.ucf.edu.cu/index.php/conrado>

RESUMEN

El ser humano en todos los aspectos de su vida cotidiana emplea la comunicación, por cuanto es el elemento fundamental de la convivencia con los demás. En el desarrollo de la sociedad. Esta actividad transformadora es lo que actualmente ofrece un paso cualitativo al desarrollo de la competencia comunicativa en una profesión como un proceso complejo, de carácter social e interpersonal que posibilita el intercambio de información, la interacción y la influencia mutua en el comportamiento humano dado su objeto fundamental: el intercambio de experiencias significativas. En el desarrollo de las competencias profesionales se abarca su concepción e instrumentación y se extiende a su formación. En este trabajo se fundamenta la comunicación como competencia profesional como una fuente necesaria para la formación del profesional en el contexto universitario y presenta las experiencias de que para alcanzar la eficiencia en las prácticas pre profesionales en la carrera de Licenciatura de Turismo en Ecuador es básico el desarrollo en el estudiantado de la competencia comunicativa en el ámbito de la gestión de las actividades turísticas.

Palabras clave:

Competencia, comunicación, profesiones, universidad, competencia comunicativa.

ABSTRACT

The human being in all aspects of the daily life uses communication, because it is the fundamental element of coexistence with others. In the development of society. This transforming activity is what currently offers a qualitative step to the development of communicative competence in a profession as a complex, social and interpersonal process that enables the exchange of information, interaction and mutual influence on human behavior given its fundamental purpose: the exchange of meaningful experiences. In the development of professional competences, its conception and instrumentation are included and extends to its formation. In this work, communication is based on professional competence as a necessary source for the professional formation in the university context and presents the experiences to achieve efficiency in pre-professional practices in the career of Tourism in Ecuador. It is essential to development in the student the communicative competence in the field of management of tourism activities.

Keywords:

Competence, communication, professions, university, communicative competence.

INTRODUCCIÓN

La comunicación es un elemento que ha marcado los estilos de vida de las sociedades en todos sus ámbitos. Hablar de comunicación implica hallazgos que se tienen sobre ella como una ciencia. La comunicación no es solo ese medio para transmitir elementos abstractos de lenguaje sino también para transmitir capacidades que permitan el desenvolvimiento de un profesional de diferentes áreas de conocimiento y es por lo que se aborda como una competencia en la formación universitaria y profesional.

La globalización es un fenómeno social que ha tenido total injerencia en la evolución de la actividad profesional, por cuanto ha permitido el acercamiento de diferentes esferas culturales por lo que precisa a los actuales y futuros profesionales potenciar sus competencias personales y laborales, lo cual le posibilita adaptarse cada día con mayor flexibilidad al contexto en que viven y en el que desempeñan sus actividades, en un mundo cada vez más dinámico en el auge de disímiles interconexiones. El desarrollo social trae consigo también a la actividad universitaria nuevas exigencias en las formas de acceso al conocimiento. La comunicación está en el lugar privilegiado de todo intento por realizar el diálogo internacional en las disciplinas del saber en pro de la formación de un profesional integral.

De acuerdo con lo expuesto anteriormente, existe una valoración positiva en la enseñanza universitaria de la necesaria capacitación en comunicación profesional, con vistas a alcanzar niveles superiores de eficiencia de las producciones orales y escritas en todos los contextos formativos, roles profesionales, investigativos y de servicios en el sector turístico en los que interactúan los estudiantes y profesionales, como uno de los pilares fundamentales para el fortalecimiento del desarrollo productivo y que permita la competencia, mercados que ya han trabajado este aspecto en la formación de sus profesionales.

Basado en las fuentes, experiencias profesionales del autor e investigaciones consultadas, las competencias no se producen espontáneamente ni de manera inmediata, requieren de intencionalidad educativa, proporcionada por los sujetos que intervienen en el proceso (bilateralidad) y de una continua sistematización. La mayoría de esos teóricos han coincidido en que se desarrollan en la acción, se construyen paulatinamente en la medida en que los estudiantes se apropian de un conjunto de saberes e involucran diferentes capacidades para el desempeño profesional y, por lo tanto, suponen la puesta en juego de una escala de valores que las dota de sentido dentro de cada contexto específico.

Se precisa de profesionales con una sólida formación general, adaptable, flexible, capaz de conducirse con facilidad en las situaciones comunicativas originadas, a partir de la asunción de los diversos roles que emanan su perfil laboral, para lo cual requiere el desarrollo de la competencia comunicativa y denotar competitividad, mediante adecuados comportamientos en actos comunicativos diversos.

En el contexto universitario, existen escenarios donde los estudiantes pueden simular diferentes tramas a los que se enfrentarán en el ejercicio profesional luego de graduarse, sin embargo, estos escenarios llamados prácticas – pre-profesionales no abordan la competencia comunicativa como un indicador de evaluación de la formación profesional, dejando solo al estudiante al margen del proceso del servicio más no de la vinculación con la satisfacción del servicio. Es necesaria entonces la relación universidad – empresa para hallar la fundamentación a las prácticas pre profesionales para alcanzar la validez al abordar la reconceptualización de las tareas sustantivas de la universidad en su vínculo con la comunicación profesional.

DESARROLLO

El término competencia, desde la Psicología, se define de modo más general como una configuración psicológica que integra diversos componentes cognitivos, metacognitivos, motivacionales y cualidades, en estrecha unidad funcional, que autorregulan el desempeño real y eficiente en una esfera específica de la actividad, atendiendo al modelo de desempeño deseable socialmente en un contexto histórico concreto (Suárez, Dasú & Sánchez, 2007).

La competencia supone el desarrollo integral de la personalidad del estudiante y en esta definición están implicados la competencia cognitivo-comunicativa, así como otros componentes personológicos: el afectivo-emocional, el axiológico y la creatividad. Dentro de ellas, la competencia comunicativa ocupa un lugar importante.

En la actualidad, la competencia comunicativa se reconoce como parte de las competencias profesionales y la necesidad de su desarrollo ha llevado a su incorporación como aspecto exigente de la Educación Superior dentro de la formación profesional de los estudiantes universitarios. La formación de profesionales competentes y comprometidos con el desarrollo social constituye hoy en día una de las misiones esenciales de las Instituciones de Educación Superior, por cuanto la sociedad demanda de profesionales capaces no solo de desenvolverse eficientemente en la solución de problemas de la práctica profesional, sino también de lograr un desempeño profesional con calidad.

Las etapas por las que ha atravesado el concepto de competencia en el ámbito lingüístico han estado relacionadas con las concepciones teóricas y epistemológicas imperantes, según el desarrollo de las diferentes ciencias lingüísticas que se han ocupado de su estudio. Otro aspecto importante en los estudios lingüísticos y didácticos es la introducción del término competencia, que se ha ido reconceptuando en su desarrollo histórico en el tiempo por autores clásicos como Dell Hymes & Noah Chomsky, quienes se refieren a la competencia lingüística y competencia comunicativa como un conjunto de competencias que interactúan en la cotidianidad.

La competencia comunicativa desde la actividad profesional, como estrategia de proceso constructivo, está llamada a garantizar en los estudiantes, en su correcta instrumentalización, el potencial educativo, la adquisición de conocimientos y desarrollo de otras competencias necesarias para la cohesión social y a la actuación actual en el contexto activo en que se desenvuelve.

En estudios referidos al nivel universitario aparece la necesidad, en coherencia con las demandas sociales, de orientar la formación y desarrollo de la comunicación técnicamente para la mejora en el desempeño profesional en las actividades que se desarrollan en la práctica y una vez graduado.

Se ha puesto de manifiesto la importancia vital que tiene el factor información-conocimiento para el desarrollo de las organizaciones; también se ha hecho latente la necesidad de desarrollar instrumentos para la comunicación profesional en los desempeños y patrones comunicativos exigidos socialmente, pero aún no son suficientes las investigaciones en esta línea, por lo que se aprecia un vacío en lo teórico a favor de la formación y desarrollo de la comunicación profesional en las carreras universitarias, en las que prevalece en sus estudiantes un pobre desempeño en actividades comunicativas profesionales desarrolladas durante los procesos de práctica preprofesional que desarrollan varios servicios profesionales que recaban de esa competencia a un nivel de exigencia social adecuado.

En el contexto de la universidad latinoamericana, se ha constatado que la situación actual está relacionada y caracterizada por insuficiencias en la competencia comunicativa profesional en el proceso de producción de la comunicación no verbal, oral y escrita, expresadas en el uso inadecuado de significados, actitud pasiva y respuestas impropias en diversas situaciones comunicativas, desconocimiento de formas comunicativas, verbales y no verbales, pobreza colaborativa y escasa escritura en soportes electrónicos como redes sociales o herramientas

síncronas de comunicación por lo que, no se aprecia ni el debate reflexivo ni el pensamiento crítico ni creativo. Ello resulta preocupante, dada la importancia que adquiere alcanzar una adecuada comunicación profesional durante el desempeño, para el buen ejercicio de esta profesión en las actividades y servicios turísticos.

La Educación Superior en América Latina ha pasado por transformaciones sustanciales que han buscado mejorar las competencias de los estudiantes desde un inicio fundamental que es el ingreso a la universidad. Como marco de referencia, la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología del Ecuador propone tres competencias básicas para el ingreso a las universidades que son: Interpretación, Proposición y Argumentación. Se puede apreciar entonces, que estas competencias son comunicativas y en contextos actuales se evidencia un bajo nivel de desarrollo en los estudiantes que inician sus estudios en la carrera de grado, por lo que resulta necesario e importante propiciar el desarrollo de la competencia comunicativa en este futuro profesional del Turismo desde su ingreso en la universidad (Ecuador. Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, 2011).

Se tiene como antecedente el término competencia cognitivo-comunicativa y sociocultural la configuración psicológica que comprende las capacidades cognitivas y metacognitivas para comprender y producir significados, los conocimientos acerca de las estructuras lingüísticas, discursivas y las habilidades; teniendo en cuenta esta concepción integradora, según la cual la cognición y la comunicación se dan en la personalidad, mediante la actividad en la interacción sociocultural, es que se considera necesario asumir tres dimensiones en su definición: la cognitiva, la comunicativa y la sociocultural (Roméu & Sales, 2007).

La cognición, la sociedad y la cultura, así como su reproducción, necesitan del lenguaje, del discurso y de la comunicación. A partir de esta concepción integradora, es que se construye el concepto de enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural para la enseñanza de la lengua y la literatura, el cual se orienta al desarrollo de la competencia cognitiva, comunicativa y sociocultural de los alumnos, y su aplicación debe contribuir a que los estudiantes adquieran modos de actuación y estrategias para la comprensión, análisis y construcción de discursos en diferentes contextos y situaciones sociales de comunicación.

Cuando se trata de desarrollar competencias profesionales se está pensando en desarrollar un conocimiento teórico, lo que implica saber la teoría y todo ello forma

también convicciones, sentimientos y valores, aspectos que están indisolublemente ligados con el contexto, dirigidos hacia la formación del futuro profesional, a lo que deben sumarse otros aspectos como los nexos entre los nuevos contenidos y los que ya poseen los estudiantes (Rauner, 2007).

La comunicación en el contexto empresarial atraviesa por una transformación, que también envuelve a los medios de comunicación masiva para la promoción de productos y servicios, basado en el uso de multimedia, la web y los entornos virtuales. La comunicación es una práctica cultural y se adapta a diferentes escenarios, sin embargo, el dominio de la tecnología no supone destrezas comunicativas que se desarrollan en diferentes contextos, sean estos escritos, orales y virtuales que determinan la interacción con los clientes (Tuñez, Altamirano & Valarezo, 2016).

En este sentido, la sensibilidad para entender y atender los reclamos del otro, característica fundacional del profesional en la actividad de Turismo, está enraizada en la comunicación que se fomenta en las complejas conexiones interculturales y se vincula muy estrechamente con los intereses y necesidades de los protagonistas de esa actividad: no solo los visitantes, sino también los trabajadores y miembros de las comunidades para poder lograr una experiencia de calidad (Nicolau & Llanes, 2016).

Se hace necesario e importante entonces, desarrollar competencias, especialmente la comunicativa, siendo esta una configuración psicológica compleja que permite la comunicación con un comportamiento idóneo en el desarrollo de las habilidades profesionales adquiridas a lo largo de su tránsito por la universidad.

La formación de competencias como la comunicativa, requiere un enfoque holístico que a más de que integra elementos cognitivos, capacidades y habilidades, se integre también con características innatas del ser humano que determinan su personalidad. Se analiza entonces lo propuesto por Van Dijk, quien fundamenta el estudio de la lengua desde una perspectiva psicosociolingüística con tres elementos como el discurso, la cognición y la sociedad.

El discurso tiene una base cognitiva, por cuanto el lenguaje es un procesamiento mental en función de información que almacena el cerebro y que se desarrolla en un ambiente de aprendizaje; pero también, tiene una base social ya que para que se desarrolle necesita de interacción con otros para que el proceso sea completo. Adicionalmente, la comunicación también puede ser condicionada por elementos particulares de la sociedad, uno de ellos es el nivel educativo de los participantes del

proceso comunicativo que pueden condicionar las múltiples maneras el texto y el habla, desde la pronunciación hasta la lexicalización y dinámica conversacional.

En referencia a la cognición, el pensamiento y la emoción tienen procesos mentales en la memoria. De hecho, es la cognición el mediador entre los dos elementos ya que la experiencia y las representaciones mentales logran la comprensión mutua de la realidad y esto permite la compartición de esas representaciones con otros sujetos. Lo cognitivo es importante por cuanto los modelos mentales se expresan en el significado del discurso mientras que los modelos contextuales restringen la variación discursiva y el conocimiento. La sociedad sin comunicación no existe y es por eso la importancia del discurso como forma de comunicación (Van Dijk, 2011).

La comunicación es el núcleo central de todas las actividades del ser humano, tanto en el ámbito cotidiano como profesional y empresarial. En la actividad profesional, la comunicación es un elemento fuerte en interacción por cuanto es el catalizador de una verdadera y buena experiencia del servicio. Si la comunicación es insuficiente, significa que habrá problemas en la consecución del servicio, por lo tanto, una eficiente administración del oficio se apoya en un proceso efectivo de comunicación con clientes y proveedores (Summak, 2014).

El conocimiento para el aprendizaje de la comunicación organizacional requiere de una distribución a partir de una serie de núcleos semánticos, o nodos conceptuales, que mantienen relaciones entre sí y configuran el entramado o estructura conceptual representativa del contenido de un ámbito o materia para discursos especializados con uso de un léxico específico y unidades de uso exclusivo en el ámbito de la actividad y los servicios del turismo.

La utilidad de la comunicación organizacional está dada por las funciones que realiza la organización. La tipología que propone en cuanto a las funciones de la comunicación organizacional, se enmarca en dos contextos: uno a nivel de organización, con las funciones de producción, mantenimiento, adaptación y dirección; y otro, en el nivel de las relaciones interpersonales con funciones más específicas, como instrucciones de trabajo, razones fundamentales del trabajo, procedimientos organizacionales para inculcar el sentido de la misión (Bermudez & González, 2011).

Para la comunicación organizacional como proceso se han considerado tres funciones fundamentales: la descriptiva, que investiga y expone el estado de los procesos comunicativos, o la concepción de las situaciones en los diferentes ámbitos de la organización; la evaluadora, explica las razones por las cuales los diferentes ámbitos

actúan de manera en que los hacen, es decir, es la ponderación de los elementos que influyen en los procesos comunicacionales que se están produciendo, y la función de desarrollo, que analiza cómo reforzar lo evaluado como acertado (Marrero, 2013).

El proceso de desarrollo de la comunicación profesional en las carreras universitarias se va necesitando cada vez más para ofrecer un buen desempeño en las actividades y servicios que en este sector de la sociedad se incrementan y que requieren de una mayor comunicación de este profesional que asume estos roles y retos reales frente a clientes nacionales y extranjeros desde la etapa en que cursa su carrera (Tobón, 2006).

Está latente la necesidad de que los estudiantes universitarios posean un adecuado nivel comunicacional como exigencia social para su eficiente desempeño comunicativo profesional. A pesar de ello no se potencia en los estudiantes el desarrollo de la competencia comunicativa profesional durante su tránsito por la carrera de Licenciatura en Turismo y esto se refleja en: Insuficiente calidad discursiva en el desempeño de su profesión ya que no siempre se potencia el desarrollo comunicativo profesional en los espacios académicos.

La inadecuada evaluación de la comunicación profesional en los estudiantes, durante la práctica preprofesional, de sus relaciones en los procesos de las actividades comunicativas ha sido identificada en los bajos niveles de competencias comunicativa profesional, especialmente en las actividades de apoyo académico, sean estos presencial o virtual en los futuros profesionales, lo cual se evidencia durante las visitas realizadas o compartiendo la actividad preprofesional con los futuros egresados de la carrera de Turismo

A pesar de ello, los procesos de desarrollo de la comunicación en estos profesionales denotan un cúmulo de insuficiencias, entre las que se hallan: que no existe un sistema conceptual básico que siga un determinado patrón teórico-metodológico, por lo que el proceso formativo puede atender a diferentes teorías y modelos de la comunicación en función del conocimiento del colectivo de profesores y no a las necesidades formativas de este profesional; no se constata un accionar de docentes y directivos que en cada uno de los años se vaya propiciando un tratamiento progresivo de los contenidos y evaluaciones y no hay uniformidad de opinión entre egresados y empleadores de la necesidad formativa para esta profesión desde la institucional universitaria (Medina, 2013).

Ante la situación descrita el autor ha diseñado una estrategia para el desarrollo de la competencia comunicativa profesional en estudiantes de la carrera de Licenciatura

en Turismo en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil y ya introduce acciones estratégicas en escenarios profesionales, que tras un semestre ya se aprecian cambios cualitativos a nivel individual y grupal, con significativa motivación por la mayoría de los estudiantes para desempeñar con calidad comunicativa las diferentes actividades y servicios en dependencia del plan a desarrollar en las prácticas preprofesionales que realizan.

Paralelo a ello se ofrecen servicios de capacitación y asesorías académicas al claustro y a los profesionales tutores, a solicitud de ellos, por expresar sus necesidades formativas y desarrolladoras en comunicación profesional para atender las exigencias actuales en sus escenarios laborales donde conviven con estudiantes que ya son beneficiados con esta investigación.

CONCLUSIONES

La formación profesional provista de varias competencias, entre ellas la comunicativa, se convierte en una plataforma teórica contenedora de un sistema de propósitos y directrices que orientan y guían la acción del docente como entrenador, facilitador o capacitador en los procesos formativos y desarrolladores y constituye un elemento de referencia para la articulación en el proceso formativo mediante el empleo del método comunicativo profesional como vía metodológica en las actividades de carácter profesional.

Es importante que en la formación del profesional se incorpore en su currículo este eje transversal basado en los fundamentos de la comunicación como ciencia cuyos conocimientos, habilidades y valores son universales. Todos los espacios personales, culturales, laborales y científicos de la Sociedad de la Información y del conocimiento demandan cada día y de forma más acuciante, la presencia de un profesional, que en sus modos de actuación demuestre una eficiencia comunicativa en objetos, productos y actos que genera o en los que participa: en la documentación, los servicios, en las gestiones, y procesos directivos que desarrolla.

Se aprecia un cambio cualitativo de mayor calidad en el desempeño comunicativo profesional en la actividad y los servicios en los estudiantes que intervienen, tras la influencia de acciones estratégicas dirigidas al desarrollo de las habilidades comunicativas profesionales en las actividades preprofesionales organizacionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bermudez, L., & González, L. (2011). La competencia comunicativa: elemento clave en las organizaciones. *Quórum Académico*, 8(1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199018964006>
- Marrero, O. (2013). Comunicación organizacional, calidad de los servicios. Estudio de su relación. *Contribuciones a la Economía*, 11. Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2013/calidad-servicios.zip>
- Medina, A. (2013). *Formación del profesorado. Actividades innovadoras para el dominio de las competencias docentes*. Madrid: Universitaria Ramón Areces.
- Nicolau, M., & Llanes, R. (2016). Estrategia pedagógica para el desarrollo de la competencia comunicativa de los estudiantes de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, Cuba. *Revista Ecociencia*, 3(2), 71-82. Recuperado de <http://ecociencia.ecotec.edu.ec/articulo.php?ida=67>
- Rauner, F. (2007). Competencias comunicativas en profesionales. *Revista Europea de Formación Profesional*, 1(40), 59-70. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2316211.pdf>
- Roméu, A., & Sales, L. (2007). El enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural en la enseñanza de la lengua y la literatura. La Habana: Pueblo y Educación.
- Ecuador. Secretaría Nacional Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación. (2011). Sistema Nacional de Nivelación y Admisión. Quito: SENESCYT.
- Suárez, C., Dasú, R., & Sánchez, M. (2007). Las capacidades y las competencias. Su comprensión para la formación profesional. *Acción Pedagógica*, 16, 30-39. Recuperado de <file:///C:/Users/jose.medina/Downloads/Dialnet-LasCapacidadesYLasCompetencias-2968554.pdf>
- Summak, M. (2014). A Study on the communication and emphatic skills of the students having education on tourism sector. *Journal of Institute of Social Science*, 31, 131-137. Recuperado de <http://dergisosyalbil.selcuk.edu.tr/susbed/article/download/129/113>.
- Tobón, S. (2006). *Competencias, calidad y educación superior*. Bogotá: Magisterio.
- Tuñez, M., Altamirano, V., & Valarezo, K. (2016). Comunicación turística colaborativa 2.0: promoción, difusión e interactividad en las webs gubernamentales de Iberoamérica. *Revista Latina de Comunicación Social*, (71), 249-271. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2968554.pdf>
- Van Dijk, T. (2011). *Sociedad y discurso*. Barcelona: Gedisa.