

La capacidad de constancia es un componente básico de la competencia afán de logro: orientación a resultados en alumnos de educación secundaria

The constancy ability is a core component of the competence Results Achievement: Results Orientation in high school students

Josefa Elisa López Gómez

elisalopez@terra.es

Francisco García García

fghenche@gmail.com

M^a Luisa García Guardia

mluisagarcia@ccinf.ucm.es

Universidad Complutense de Madrid (España)

38

Recibido: 19/03/2012

Aceptado: 18/05/2012

RESUMEN

Consideramos que la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* es fundamental en la sociedad actual y si se produce la identificación en el ámbito educativo, se podrían poner en marcha mecanismos oportunos para desarrollar y potenciar esta competencia en los jóvenes. De esta manera habrá un impacto directo en su desempeño a nivel laboral y, por consiguiente, a nivel productivo y económico.

Es por ello por lo que es imprescindible contar con instrumentos y modelos de evaluación que nos permitan evaluar dicha competencia de manera sólida. Creemos que la capacidad de constancia es un componente básico de la competencia *Afán*

de Logro: Orientación a Resultados y en esta línea se dirige el trabajo de investigación que nos ocupa.

PALABRAS CLAVE: Constancia, Inteligencia, Afán de Logro, Orientación a Resultados, Competencia.

ABSTRACT

We consider the competence *Results Achievement: Results Orientation* is basic in nowadays society and, provided that identification as a talent factor is produced within the educational environment, proper mechanisms in order to develop and empower this competence among youngsters can be established. In this sense, a direct impact is placed in the labour environment, and therefore a productive and economic impact.

It is therefore unavoidable to count with instruments and evaluation models in a sound way. We consider the constancy ability is a core component of the competence *Results Achievement: Results Orientation* and in this line, the investigation works that we are involved in is aimed.

KEY WORDS: Constancy, Intelligence, Results Achievement, Results Orientation, Competence.

OBJETIVO

Nuestro objetivo es confirmar si la capacidad de constancia es un componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* a través de la *validación* por parte de un grupo de jueces de alto nivel.

FINALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

En cuanto al propósito de la investigación que nos ocupa, éste está orientado a identificar comportamientos observables de la capacidad de constancia que nos permitan afirmar que tienen relación con la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* en jóvenes de Educación Secundaria Obligatoria (ESO).

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

A continuación mostramos un extracto de las principales teorías en las que basamos nuestra investigación:

A. Inteligencias Múltiples y Talentos Específicos según Gardner

Según los postulados de la teoría de las inteligencias múltiples de Gardner (1983, 2000), a la hora de definir qué es un comportamiento inteligente, debería adoptarse un enfoque multicultural, es decir, escoger conductas que en todas las culturas son consideradas útiles. De acuerdo con este principio, Gardner define la inteligencia como: “una aptitud (o destreza) para solucionar problemas o diseñar productos que son valorados dentro de una o más culturas”. Partiendo de esa visión y con una metodología cualitativa más que cuantitativa, Gardner aísla ocho tipos de inteligencia diferentes: (1) lingüística; (2) lógico-matemática; (3) musical; (4) espacial; (5) cinético-corporal; (6) interpersonal; (7) intrapersonal; y (8) naturalística (esta última ha sido incorporado posteriormente al modelo).

Es importante observar que este autor habla de inteligencias distintas (múltiples) y no de facetas o campos de la inteligencia (o sea de una única inteligencia que subsumiría todas ellas). Este matiz es importante para destacar la independencia de cada una.

B. Modelo de Castelló-de Batlle

En 1986 Castelló pretendía operativizar el objeto de estudio de la superdotación, para lo que propuso como criterios fundamentales para su definición (1998).

- Dependencia del contexto y necesidades sociales.
- Importancia de la producción.
- Ponderación de factores implicados.
- Diferenciación cualitativa entre superdotado y talentoso en cuanto a características internas y potencial de producción.
- Capacidad de medición de las características.

41

Más tarde, Castelló y Batlle (1998) proponen un protocolo de identificación que se extrae de dos instrumentos de medida ya elaborados y baremados como son la BADyG (Batería de Aptitudes Diferenciales y Generales; Yuste, 1989) y el Test de pensamiento creativo de Torrance (Torrance Test of Creative Thinking, TTCT, 1974).

Dicho protocolo permite diferenciar las distintas formas en las que se puede manifestar la alta habilidad: superdotación, talento académico, talento figurativo, talento artístico figurativo, talento verbal, talento numérico, talento espacial y talento creativo. Una concreción de este modelo, al igual que la desarrollada en la Comunidad Autónoma de la Región de Murcia, son las experiencias que se han llevado a cabo en las Palmas de Gran Canaria (Artiles *et al.*, 2003; Artiles & Jiménez, 2005).

Este modelo nos permite identificar alumnos superdotados y también talentosos, según la siguiente tipología: a) Alumnos que muestren talentos simples o

específicos (referidos a una sola variable). b) Alumnos que manifiesten talentos múltiples (referidos a varias variables conjuntas). c) Alumnos que muestren talentos complejos (referidos a varias variables conjuntas). d) Alumnos que presentan talentos conglomerados en los que nos podemos encontrar la combinación de la configuración intelectual del talento académico, figurativo y/o artístico-figurativo con el talento simple o múltiple.

OBJETO FORMAL

El objeto de estudio de este trabajo de investigación es la capacidad de constancia como componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* en alumnos de Educación Secundaria.

OBJETIVO

Analizar, desde el punto de vista de un grupo de jueces, si los alumnos en el periodo de Enseñanza Secundaria Obligatoria (ESO), pueden tener procesos mentales y comportamientos en los que aplica la capacidad de constancia como componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* del ámbito empresarial.

HIPÓTESIS

Nuestra hipótesis se formularía en los siguientes términos:

Hipótesis: La capacidad de constancia es un componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* en alumnos de Educación Secundaria.

METODOLOGÍA. FASES DEL ESTUDIO

Un grupo de expertos de diferentes ámbitos han valorado el grado de univocidad, pertinencia e importancia de ítems relacionados con la dimensión constancia.

A continuación se refleja el tipo de comportamientos que se enmarcarían dentro de esta variable:

➤ Es constante: Agrupa comportamientos que reflejen el mantenimiento en sus proyectos a pesar de las dificultades.

Hemos elaborado un Cuestionario que consta de 10 ítems que reflejan comportamientos observables positivos que evidencian la variable “Constancia” enmarcada en la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados*.

Sabariego & Bisquerra (2004:35) realizan la siguiente diferenciación entre los distintos tipos de métodos de investigación empírica en Educación:

- a) métodos orientados a obtener conocimiento básico (investigación básica)
- b) métodos orientados a obtener conocimiento aplicado (investigación aplicada)

Teniendo en cuenta la diferenciación, nuestra opción metodológica se identifica con el primer tipo de métodos, cuya pretensión es obtener conocimiento básico. Nuestro estudio es, por tanto, un estudio realizado con el método experimental desde un enfoque cuantitativo, aunque la naturaleza de los datos es tanto cuantitativa como cualitativa, siendo nuestra finalidad explicativa.

El cuestionario se ha construido en base a una escala Likert con cinco respuestas cerradas. Una escala Likert, también llamada “estrategia de las estimaciones sumadas”, es el tipo de escalas más utilizado en los cuestionarios. Se trata de un número de frases proposicionales elaboradas respecto al tema de estudio, de las que los entrevistados podrán declarar su grado de acuerdo / desacuerdo. Cada opción de respuestas tiene asignado un valor numérico y todas

las respuestas de cada entrevistado se suman (según el valor numérico asignado) para producir la puntuación final de cada sujeto. (Wimmer, D. & Dominick, R., 1996:57).

La escala Likert es de categorías específicas que, a diferencia de las escalas gráficas, se especifican claramente cada una de las categorías de la escala. Cuando las categorías están bien definidas, los resultados son fiables (Del Rincón *et al.*, 1995:182).

La elaboración de nuestro cuestionario ha seguido las fases habituales (Del Rincón *et al.*, 1995, Alvira, 2004, Torrado, 2004):

1. Determinación de los objetivos del cuestionario
2. Delimitación de las variables del estudio
3. Planificación del cuestionario (apartados)
4. Elaboración y selección de preguntas (revisión bibliográfica, otros cuestionarios y consulta a expertos)
5. Estructura del cuestionario (orden, formato, maquetación)
6. Borrador del cuestionario
7. Análisis de la validez del cuestionario
8. Redacción definitiva del cuestionario

Proceso de Validación del instrumento

Con el objetivo de probar que el instrumento incluye una muestra de elementos suficiente y representativa del universo que constituye el rasgo, característica o dimensión que se pretende medir (Del Rincón *et al.* 1995: 74), procederemos a realizar una validación de contenido.

Para proceder a la validación, hemos elegido un grupo de jueces de alto nivel, líderes de opinión en algún caso, ya que consideramos que su valoración arrojará mayor calidad a nuestro trabajo. A la vez hemos creado tres subgrupos de jueces que se reflejan a continuación:

- Jueces del mundo académico.
- Jueces del mundo empresarial.
- Jueces mixtos: del mundo empresarial con formación de doctor o catedrático, o empresarial más académico.

Al mismo tiempo, hemos requerido un nivel de formación como mínimo de licenciatura, diferenciándolos por:

- Licenciado
- Doctor
- Catedrático

Para la validación del cuestionario solicitamos la colaboración de un total de 33 jueces:

- Once (11) jueces teóricos (del mundo académico)
- Once (11) jueces prácticos (del mundo empresarial)
- Once (11) jueces mixtos (del mundo académico más empresarial)

Los expertos deben expresar su juicio en base a tres criterios y según la siguiente escala:

1	Estoy totalmente o muy en desacuerdo
2	Estoy en desacuerdo
3	Estoy de acuerdo
4	Estoy bastante de acuerdo
5	Estoy totalmente o muy de acuerdo

Los criterios son:

1. **Univocidad:** se pide a los jueces que evalúen el aspecto formal del ítem, es decir, si se comprende, si es ambiguo y puede llevar a confusiones o si se debería

expresar de otra forma. En definitiva, debían considerar si el ítem en cuestión era o no unívoco.

2. **Pertinencia:** los expertos deben valorar la oportunidad del ítem para el objeto de evaluación.

3. **Importancia:** bajo este criterio, los jueces deben considerar la trascendencia del ítem para el objeto de estudio.

Además de estas valoraciones, se considera la posibilidad de que los jueces puedan introducir **observaciones** para cada uno de los ítems si así lo creen necesario.

RESULTADOS

Tras el estudio y revisión de diversas investigaciones y considerando que la valoración se realiza en una escala de 1 a 5, consideramos que la media de las puntuaciones igual o superiores a 3 (“Estoy de acuerdo”) en cada uno de los criterios de evaluación (unívoco, pertinente e importante), eran suficientes para considerar el ítem como válido. Por otro lado, en los casos de las puntuaciones medias cercanas a 3, en el caso de la univocidad –siendo la pertinencia y la importancia superiores a 3-, introduciríamos las mejoras significativas aportadas por los jueces a través de sus comentarios.

Para evaluar la homogeneidad en las valoraciones de los jueces y los diferentes ámbitos de procedencia de éstos (Académico, Empresarial y Mixto) consideramos que una varianza por debajo de 1,5 sería suficiente.

Los datos de los resultados de la valoración de los jueces se reflejan a continuación:

Ítems	Bloque	Ítem del bloque	Univocidad		Media	Varianza	Moda	1Q	4Q
			Pertinencia	Nº respuestas					
D011	D	01	univocidad	33	4,3030303	0,7178030	5	4,00	5,00
D012	D	01	pertinencia	33	4,3030303	0,9053030	5	4,00	5,00
D013	D	01	importancia	33	4,4242424	0,7518939	5	4,00	5,00
D021	D	02	univocidad	33	4,0303030	1,7803030	5	3,00	5,00
D022	D	02	pertinencia	33	3,6060606	1,6837121	5	3,00	5,00
D023	D	02	importancia	33	3,6363636	1,8011364	5	3,00	5,00
D031	D	03	univocidad	33	3,7575758	1,5643939	5	3,00	5,00
D032	D	03	pertinencia	33	3,3636364	1,1761364	3	3,00	4,00
D033	D	03	importancia	33	3,2727273	1,3295455	2	2,00	4,00
D041	D	04	univocidad	33	4,6060606	0,3712121	5	4,00	5,00
D042	D	04	pertinencia	33	4,6060606	0,3087121	5	4,00	5,00
D043	D	04	importancia	33	4,6363636	0,3011364	5	4,00	5,00
D051	D	05	univocidad	33	4,4242424	0,9393939	5	4,00	5,00
D052	D	05	pertinencia	33	4,3939394	0,5587121	5	4,00	5,00
D053	D	05	importancia	33	4,4242424	0,5643939	5	4,00	5,00
D061	D	06	univocidad	33	4,2727273	0,8295455	5	4,00	5,00
D062	D	06	pertinencia	33	4,1818182	1,0284091	5	4,00	5,00
D063	D	06	importancia	33	4,1818182	1,0284091	5	4,00	5,00
D071	D	07	univocidad	33	4,3030303	0,6553030	5	4,00	5,00
D072	D	07	pertinencia	33	4,1212121	0,9223485	4	4,00	5,00
D073	D	07	importancia	33	4,1515152	1,0700758	5	4,00	5,00
D081	D	08	univocidad	33	4,2727273	1,0795455	5	4,00	5,00
D082	D	08	pertinencia	33	3,8787879	1,4848485	5	3,00	5,00
D083	D	08	importancia	33	3,9090909	1,3977273	5	3,00	5,00
D091	D	09	univocidad	33	4,5151515	0,5075758	5	4,00	5,00
D092	D	09	pertinencia	33	4,4848485	0,3825758	5	4,00	5,00
D093	D	09	importancia	33	4,3636364	0,7386364	5	4,00	5,00
D101	D	10	univocidad	33	4,4848485	0,5075758	5	4,00	5,00
D102	D	10	pertinencia	33	4,3939394	0,7462121	5	4,00	5,00
D103	D	10	importancia	33	4,5151515	0,5700758	5	4,00	5,00

Fig. nº 1. Resultados de la valoración por jueces
Seguidamente los mostramos en el siguiente gráfico:



Fig. nº 2. Gráfico de los resultados de la valoración por jueces

Los resultados globales son:

Promedio	Varianza	Moda
4,1939	0,9234	5

Analizando los datos desde el punto de vista del ámbito de los jueces nos encontramos con los siguientes resultados:

Ámbito Académico:

Variable	N	Mean	Median	Sum	Lower Quartile	Upper Quartile	Moda
D1	11	4.1818182	4.0000000	46.0000000	4.0000000	5.0000000	5
D2	11	4.0000000	4.0000000	44.0000000	4.0000000	5.0000000	4
D3	11	4.0909091	4.0000000	45.0000000	3.0000000	5.0000000	5

Variable	Variance
D1	0.9636364
D2	0.8000000
D3	1.0909091

Fig. nº 3. Resultados de la valoración por jueces-Ámbito Académico

Ámbito Empresarial:

Variable	N	Mean	Median	Sum	Lower Quartile	Upper Quartile	Moda
D1	11	4.9090909	5.0000000	54.0000000	5.0000000	5.0000000	5
D2	11	4.7272727	5.0000000	52.0000000	4.0000000	5.0000000	5
D3	11	4.7272727	5.0000000	52.0000000	5.0000000	5.0000000	5

Variable	Variance
D1	0.0909091
D2	0.2181818
D3	0.4181818

Fig. nº 4. Resultados de la valoración por jueces-Ámbito Empresarial

Ámbito Mixto:

Variable	N	Mean	Median	Sum	Lower Quartile	Upper Quartile	Moda
D1	11	4.4545455	5.0000000	49.0000000	4.0000000	5.0000000	5
D2	11	4.5454545	5.0000000	50.0000000	4.0000000	5.0000000	5
D3	11	4.4545455	5.0000000	49.0000000	4.0000000	5.0000000	5

Variable	Variance
D1	0.4727273
D2	0.4727273
D3	0.6727273

Fig. nº 5. Resultados de la valoración por jueces-Ámbito Mixto

Como conclusión general, se puede decir que, a la hora de valorar nuestro cuestionario, los jueces han tenido una opinión general de bastante a muy homogénea en los tres criterios evaluados, habiendo puntuado bastante alto la gran mayoría de las ítems, obteniendo medias superiores a 4, por lo que la puntuación general ha sido elevada.

CONCLUSIONES

Las conclusiones del trabajo que nos ocupa y que contemplan la investigación para la creación de un instrumento de evaluación han sido muy positivas y han superado nuestras expectativas con respecto a los resultados de la validación del instrumento por los jueces.

Por otro lado, tenemos que decir que el criterio para la elección de los jueces ha sido elevado, por lo que nos hemos encontrado con tres grupos con un perfil profesional muy alto, incluso en algunos de los casos son líderes de opinión en su sector (como es el caso del entorno empresarial en el ámbito de la gestión por competencias). Bajo nuestro punto de vista, esto le da aún más validez a los resultados.

El contraste de la hipótesis que contempla esta investigación es el siguiente:

Hipótesis: La capacidad de constancia es un componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados*.

Se confirma la hipótesis basada en que la constancia es un componente básico de la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados*.

Los datos del juicio emitido por los jueces avalan esta afirmación, lo que confirma nuestra idea original de que no se puede tener afán de logro ni obtener resultados si no se muestra un comportamiento constante que nos mantenga en el trabajo. Consideramos que es un elemento imprescindible de esta competencia.

Los resultados en los que nos basamos los reflejamos en el siguiente cuadro:

Promedio	Varianza	Moda
4,1939	0,9234	5

Por otro lado, los resultados son coherentes y si nos atenemos a los ámbitos han confirmado la tendencia de cada grupo. El grupo de jueces que pertenecen al ámbito académico valoran más bajo y son más dispersos. Por otro lado, en el ámbito de la empresa las valoraciones son más altas y menos dispersas y, por último, en el grupo mixto las puntuaciones de los jueces se encuentran en un punto intermedio entre los dos anteriores.

RELACIÓN CON OTRAS INVESTIGACIONES

Nuestra investigación se dirige a desarrollar un instrumento de evaluación para medir las competencias en el entorno educativo, al igual que otras investigaciones, ya que cualquiera de los instrumentos y estrategias actuales, tanto cuantitativos como cualitativos, independientemente de la fuente de información son incompletos e insuficientes, por lo que se están buscando alternativas a los

instrumentos tradicionales para valorar las competencias con más objetividad. En esta línea van las investigaciones de Bisquerra Alzina, R., Martínez Olmo, F., Obiols Soler, M. & Pérez Escoda, N.

Nos parece, por lo tanto, interesante ir llevando a cabo investigaciones en línea con proporcionar estas nuevas herramientas en el ámbito educativo. Es por ello por lo que se debería invertir esfuerzo y recursos para ir desarrollando instrumentos de medición mucho más asequibles y accesibles a la población educativa, como los tradicionales test.

APORTACIONES

Consideramos que este es un primer paso en la elaboración de una herramienta más amplia, adaptada al ámbito educativo, para detectar una competencia tan concreta como la de *Afán de Logro: Orientación a Resultados* del mundo empresarial.

52

Creemos que esto puede aportar una base y un paso más para desarrollar otras dimensiones, además de la constancia, que incidan en la misma competencia y que se pueda elaborar un instrumento de medición más amplio adaptado el mundo educativo.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

Llegados a este punto de nuestro trabajo, el paso siguiente que debemos realizar es ampliar las dimensiones que puedan tener relación directa con la competencia *Afán de Logro: Orientación a Resultados* del mundo empresarial y, de la misma manera, proceder a su validación por un grupo de jueces de alto nivel.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alvira, F. (2004): La encuesta: una perspectiva general metodológica. *CIS. Cuaderno metodológico*, nº 35, Madrid.
- Artiles, C. & Jiménez, E.J (Coords) (2005). *Procedimientos e instrumentos para detección e identificación del alumnado con altas capacidades intelectuales*. Volumen II. Las Palmas de Gran Canaria: Universidad de las palmas de Gran Canaria.
- Bisquerra, R. *et al.* (2006). "Evaluación de 360º: Una aplicación a la educación emocional". *Revista de Investigación Educativa (RIE)*, 24, (1): 187-203.
- Castelló, A. & Batlle, C. (1998). "Aspectos teóricos e instrumentales en la identificación del alumno superdotado y talentoso. Propuesta de un protocolo". *FAISCA*, 6, 26–66.
- Del Rincón *et al.*, (1995). *Técnicas de investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Dykinson.
- Gardner, H. (1983). "Creativity: An interdisciplinary perspective". *Creativity Research Journal*, 1, 8–26.
- Martínez (2002). *El cuestionario. Un instrumento para la investigación de las ciencias sociales*. Barcelona: Alertes Psicopedagogía.
- Sabariego, M. & Bisquerra, R. (Coord.). (2004). *Fundamentos metodológicos de la investigación educativa. Metodología de la investigación educativa*. Madrid: Ed. La Muralla.
- Torrado, M. (2004). Estudios de encuesta. En Bisquerra, R. (coord.) *Metodología de la investigación educativa*, pp. 231-257. Madrid: Editorial la Muralla.
- Torrance, E.P. (1974). *The Torrance test of creative thinking: Norms-technical manual*. Bensenville, IL: Scholastic Testing Service.
- Wimmer, R.D. & Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

Webgrafía:

Web de la Asociación Castellano-Leonesa de Psicología y Pedagogía, 2010.



Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento

Fundada en 2002 - II Época - <http://www.eticanet.org> - ISSN: 1695-324X

Publicación en línea (Semestral) Granada (España) Año XII Número 12 Vol. I Enero- Junio de 2012

CURRICULUM

Nombre: Josefa Elisa López Gómez

Dirección personal: c/ Sierra de Albarracín, 12. 28229-Villanueva del Pardillo. Madrid.

Centro: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid

Puesto: Doctorando

Teléfono: +34629833415

Email: elisalopez@terra.es

Nombre: Francisco García García

Dirección personal: c/ de la Salud, 15 - 5º dcha. 28013-Madrid.

Centro: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid

Puesto: Catedrático

Teléfono: +34649186701

Email: fghenche@gmail.com

Nombre: M. Luisa García Guardia

Dirección personal: C/ Pasaje del Saceral 14, 28034 Madrid.

Centro: Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid

Puesto: Profesora Contratada Doctora en la Universidad Complutense de Madrid

Teléfono: +34639120091

Email: mluisagarcia@ccinf.ucm.es

JOSEFA ELISA LOPEZ GOMEZ

Fecha de nacimiento: 5 de Abril de 1966

C/ Sierra de Albarracín nº 12 - 28229-Vva del Pardillo -
MADRID

Tlf.: +34 629833415 E-mail: elisalopez@terra.es



PERFIL PROFESIONAL

Profesional con más de 20 años de experiencia en el ámbito de Recursos Humanos, tanto en Consultoría como en la Dirección de Recursos Humanos, gestionando equipos y proyectos. Perfil generalista y especialista en Selección y Formación de Personal, así como en Identificación de Potencial y Desarrollo.

Profesor en Centro de Estudios Garrigues (adscrito a la Universidad Antonio de Nebrija) y en la Universidad Complutense de Madrid. Con anterioridad también en ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing).

FORMACIÓN

LICENCIADA EN C.C. DE LA EDUCACION (PEDAGOGIA), Especialidad PSICOLOGÍA INDUSTRIAL, por la Universidad Complutense de Madrid. Promoción 1990.

Realizando DOCTORADO en la Facultad de C.C. de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Obtención del DEA en octubre de 2011.

DIPLOMADA EN GRAFOLOGIA por la Sociedad Española de Grafología. Especialidad Industrial: Selección de Personal.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

2000 – Actual: Profesor del Centro de Estudios Garrigues en el Master y en el Executive de Recursos Humanos. Títulos reconocidos por la Universidad Antonio de Nebrija.

- 2005 – 2010: Profesor de la Universidad Complutense de Madrid en el Master de Gestión de Empresas de Televisión. Facultad de CC de la Información. Area de RRHH.
- 2009 – Actual: Profesional Independiente / Consultor de Recursos Humanos
- 2009 – Actual: Ayuntamiento de Villanueva de la Cañada. Madrid
PUESTO: Orientador Laboral.
- 2005 –2009: CHELLO MULTICANAL (grupo Liberty Global: tercer cableoperador mundial). Multinacional norteamericana de producción de Canales Temáticos de TV: Canal de Historia, Canal Cocina, Canal Hollywood, Odisea, Decasa, Biography Channel, Panda, Sol Música y Extreme Sport. Dimensión: 200 personas en Iberia.
PUESTO: Directora de RRHH para España y Portugal.
- 2000 - 2005: HUDSON Global Resources (antes TMP Worldwide). Multinacional americana de Búsqueda Directa (Head Hunting) y Consultoría de Recursos Humanos.
PUESTO: Consultor Senior
- 1994 – 2000: Profesional Independiente / Consultor de Recursos Humanos
- 1991 - 1994: GRIKER & ASOCIADOS, Consultora de Recursos Humanos.
PUESTO: Consultor / Adjunto a la Gerencia

PUBLICACIONES

Capítulos de libros

- Cuesta Cambra, U. et al., (2008). *Comunicación y Salud, avances en modelos y estrategias de intervención*. Madrid: Ed. Complutense.



CURRICULUM VITAE

FRANCISCO GARCIA GARCIA

Dirección: c/ de la Salud, 15 - 5º dcha. 28013-Madrid.

Teléfono: +34649186701

Email: fghenche@gmail.com

Resumen

Actividad Principal: Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Facultad de CC de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

Director del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (MEC, 2000-2004)

Premio Nacional de Investigación Educativa del MEC.

Director de revistas científicas: Red Digital, Icono 14, Creatividad y Sociedad, Prisma Social.

Autor de un buen número de libros y artículos científicos, así como Director de Congresos y Seminarios sobre Narrativa, Retórica, Creatividad, TIC y Educación, Sociedad Digital...

Títulos

- Doctor en Ciencias de la Información (Imagen Visual y Auditiva con Sobresaliente Cum Laude y Premio Extraordinario de la UCM (1982).
Título de la Tesis Doctoral: "Creatividad Icónica Individual y Colectiva en los niños de edad escolar", director D. Joaquín de Aguilera.
- Licenciado en Ciencias de la Información (Imagen Visual y Auditiva en la Universidad Complutense (1978).
- Profesor de Enseñanza Primaria (1971) en la Escuela de Magisterio *Archipreste*

de Hita de Guadalajara

Docencia:

- Profesor de Narrativa Audiovisual y Métodos de Creatividad (Licenciatura), entre otras materias, en cursos de Licenciatura de UCM desde 1984; Profesor de Poética Audiovisual (desde 1990) y Discurso de la Sexualidad en el Cine (desde 2006) (Doctorado). Colabora con otras Facultades de la UCM (Bellas Artes) y con otras Universidades en Doctorado o Postgrados (Málaga, Sevilla, Autónoma de Madrid, Santiago de Compostela, UNED). Profesor Visitante de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (desde 2002), y de la Universidad Estadual de Campinas del Estado de Sao Paulo (Brasil) (2006)
- Profesor de Enseñanza Infantil, Primaria, Secundaria, Bachillerato, Formación Profesional, Formación de Adultos y Escuela Hogar, alternativamente entre 1973 y 1988.

Cargos

- Director del Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (CNICE), del Ministerio de Educación y Ciencia (23-10-2000 al 31-12-2004).
CNICE Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas a la educación a distancia tanto Reglada como No Reglada y Formación del Profesorado / Web educativa / Centro Virtual / Diseño, Elaboración y Experimentación de Contenidos Multimedia Interactivos on line / off line.
- Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, de la Universidad Complutense de Madrid (2000).
- Presidente de la Asociación de la Televisión Educativa Iberoamericana (ATEI). (26-06-2001 al 02-02-2005).
- Presidente de la Asociación Científica Icono14, desde 2001 y de la Asociación Cultural del Sonido (desde 2007). Vicepresidente de ASOCREA, Asociación de Creatividad (desde 2006), Vicepresidente de la Fundación Investigaciones Sociológicas Avanzadas (desde 2006), miembro de la Academia de Televisión (desde 2003) y de otras asociaciones.

Distinciones

- Premio Nacional de Investigación Educativa del Ministerio de Educación y Ciencia (MEC) 1978 y ACCESIT de dicho premio en 1983.
- Constancia otorgada por la Secretaria de Educación Pública de México y el Administrador Principal de CERI de la OCDE por la destacada participación en el 2º Seminario OCDE de Habla Hispana: Aprendizaje y Tecnologías: Realidades y Perspectivas. Celebrado en Ciudad de México del 3 al 5 de septiembre de 2003.

Publicaciones

- Autor, entre otros, de los libros *“Estrategias creativas”* (1991, Servicio de Publicaciones del MEC; *“Estudios de creatividad icónica individual y colectiva en niños de edad escolar”* (1984) Servicio de Publicaciones de la UCM; *“Creatividad e Imagen en los niños”* (1982). Coautor con Isidoro Arroyo de los libros *“Imágenes y cultura: Del cerebro al ordenador”* (2001) en Laberinto Comunicación; *“Didáctica aplicada a la lengua y la literatura”* (2001), *“Volver a leer”*(1988) en Servicio de Publicaciones del MEC. Coordinador de los libros *“La representación de los niños en los medios de comunicación”* (2000) e *“Imagen de los niños en los medios de comunicación”* (2000). Autor y editor GARCÍA GARCIA F. Y OTROS (2007) del libro *“Narrativa Audiovisual”* Editorial Laberinto. Coordinador junto a AMARAL, S y MEDINA. A. del libro *“Aplicaciones Educativas y Nuevos Lenguajes de las TIC”*. Editora: FE/UNICAMP,2008)(Brasil). Coautor junto a BAÑOS, M., GARCIA, F, RODRIGUEZ, J. (2009) *“Las palabras en la publicidad. El redactor publicitario y su papel en la comunicación publicitaria”*. Laberinto Comunicación. Madrid. Coautor con Pedro Gómez de un libro sobre Guión en 2009 en Publicaciones de la U. Francisco de Vitoria.
- Autor de numerosos artículos y capítulos de libros, entre los que destacan: *“La Televisión educativa: Construyendo un futuro”* (2004) y *“Narrativa Hipermedia aplicada a la Educación”* (2003) en la revista Red Digital. *“Homo iconicus”* (2002), *“Creatividad e Inteligencia”* (2003), *“Introducción a la historia de la Retórica”* (2005), *“De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa”* (2007) y

“Videojuegos y virtualidad narrativa” (2007), “ Mare Magnum” todos ellos en la revista Icono 14. Algunos de los siguientes artículos y capítulos de libro en diferentes publicaciones: "La publicidad en radio: imágenes de baja intensidad retórica" (2000), Nuevas Tecnologías y Narrativa Audiovisual: Pragmática Narrativa" (1999). "La imagen de los locutores de radio (1998), Realidad virtual y mundos posibles (1998). Con ROSADO MILLAN, M.J. y otros (2008) LA PERCEPCIÓN DE LO SOCIAL. Análisis de los mensajes sociales”: en Prisma Social, nº 1. (2008). “UNA RETORICA DE LA PUBLICIDAD: DE LA NATURALEZA INVENTIVA A LA VERDAD METAFÓRICA” en Pensar la Publicidad. Vol 1, nº 2. 1. Madrid-Valladolid (2007). Coautor junto con Manuel Gértrudix y María Luisa García Guardia de “Nuevos modelos de representación audiovisual narrativa codificada en soportes de movilidad” en “Una tele en el bolsillo. La televisión en el teléfono móvil: Contenidos, formatos, audiencias” (Coords Miguel de Aguilera y Marca Meere) (Editorial AD HOC)

- Director de las revistas "Red Digital" (desde 2001 al 2005), "Icono 14" (desde 2001), "Creatividad y Sociedad" (desde 2006), codirector de "Prisma Social" desde 2008; miembro del Consejo Editorial de varias revistas, como "Pensar la Publicidad"; y evaluador de otras como "Latina".
- Director del diseño global (de contenido, educativo, gráfico y audiovisual, funcional, operativo y técnico) (2000-2004) de MATERIALES CURRICULARES INTERACTIVOS DE APOYO A LA DOCENCIA del CNICE (Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa, del Ministerio de Educación y Ciencia, ahora denominado ITE) que son un conjunto de sedes web que ofrecen materiales y recursos curriculares para las diferentes materias de Enseñanza Secundaria Obligatoria, Bachillerato y Formación Profesional.
- Materiales que fueron definidos anteriormente por documentos técnico-científicos restringidos y que han sido publicados tanto en la web on-line en la web del CNICE como en otras sedes, entre los que se destacan: Lengua y Literatura (Cíceros), Latín, Griego y Cultura Clásica (Palladium), Música (Mos), Química (Ulloa), Biología, Educación Física (EduSport), Educación Plástica y Visual, Filosofía y Ética, Comunicación Audiovisual (Media), Banco de imágenes visuales

(con mas de 50.000 fotografías, más imágenes de video y auditivas).

Dirección de Tesis Doctorales y Proyectos de Investigación

- Director de un buen número de Tesis Doctorales (70).
- Director del GRUPO DE INVESTIGACIÓN SOC MEDIA desde 2007, constituido por profesores de diferentes Universidades de España.
- La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos. (Investigador Principal) Proyecto Nacional I+D Número: CSO2008-1496/SOCI. Dotación: 96.600 euros.
- Proyecto Prácticas Innovadoras Educativas (Investigador Principal con función de Director de Investigación) (2007-2009). Financiado por Red. es y en el que colabora el Ministerio de Educación y Ciencia. Dotación: 500.000 euros.
- Proyecto de Innovación educativa: Estrategias innovadoras basadas en las TIC y la pizarra digital en la educación universitaria. Número: 26. UCM. 3100 euros. 2008 y (número 16) 2009-2010.
- Director o miembro de otros Proyectos I+D+I, a destacar, "Vivir la historia hoy"(2007-2008), "Buscador Geoléxico" (Proyecto AVANZA, 2009-2010), Infodrogas (1998-2000); Proyecto MEC "Educación Secundaria Obligatoria del área de lengua: "(1990-1994). BOE 22-12-1990.

61

Congresos, cursos y seminarios

- Director de diferentes congresos de especial significación. Miembro del comité científico, ponente y participante en numerosos congresos.
- Director de diferentes cursos y Masters.



Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento

Fundada en 2002 - II Época - <http://www.eticanet.org> - ISSN: 1695-324X

Publicación en línea (Semestral) Granada (España) Año XII Número 12 Vol. I Enero- Junio de 2012

Comunicación en web:

- Director de las revistas on line:

Red digital (www.cnice.mec.es) (2001-2005)

Icono 14 (www.icono14.net), (desde 2003)

Creatividad y Sociedad (www.creatividadysociedad.com) (desde 2006) y Prisma

Social (www.isdfundación.org/revista) (desde diciembre 2008)

Aplicación para la investigación:

Grupo SOCMEDIA (www.gruposocmedia.es) desde 2008

Aplicación didáctica:

Vivir la Historia Hoy (www.vivirlahistoriahoy.com) (desde 2007)

Webs Institucionales:

Director del CNICE (2000-200) (www.cnice.mec.es)

Presidente de ATEI (2001-2005) (www.ateiamerica.es)



Curriculum vitae

Mª Luisa García Guardia

DNI: 02853459X

Dirección: C/ Pasaje del Saceral 14, 28034 Madrid.

Tel.: 639120091

E-mail: mluisagarcia@ccinf.ucm.es

Formación

Desde el año 2003 es doctora por la UCM con calificación Sobresaliente Cum laude. Licenciada en la Facultad de CC. De la Información con la especialidad en Publicidad y Relaciones Públicas, Universidad Complutense de Madrid.

63

Actividad Docente

Profesora Contratada Doctora en la Universidad Complutense de Madrid, en la que lleva trabajando desde 2004. En 2007 obtuvo la acreditación para la figura de contratado doctor por la ACAP (expediente 2006/12594/1/0010). En cuanto a su experiencia docente, comenzó a trabajar como Profesor Adjunto en la Universidad Europea de Madrid en 1998, impartiendo docencia en las asignaturas de Producción Publicitaria, Infografía, Ilustración y Multimedia y Realización Publicitaria. En 2004 se incorporó a la UCM como Catedrática Interina, impartiendo docencia en: Fundamentos Psicosociales de la Información, Narrativa Hipermedia, Fundamentos de las Relaciones Públicas, Narrativa Hipermedia, Gestión de Cuentas, Psicología aplicada a la Publicidad, Nuevas Tecnologías en el Cine Contemporáneo (en Doctorado) y Poética de la imagen: retórica, creatividad y pragmática (en Doctorado).

Actividad Investigadora

Estancias internacionales

Dinamarca (U. De Copenhagen, ITU), Inglaterra (U. Sheffield), Méjico (TEC de Monterrey), Brasil (USP) y China (BFT de Beijing).

Proyectos y Contratos de Investigación

- 2007. Artículos 83. "Comunicación y Salud" (UCM 238-2007 y 237-2007).
- 2006 y 2007. "Estudios y Competencias Sociocomunicativas" (UCM-Santander GR69/06, GR74/07 y GR 58/08).
- 2008. Plan Avanza. "Medialab Archivo Digital", Mº de Industria, Turismo y Comercio (Plan Avanza TSI-070100-2008-53).
- 2008. Artículo 83. Investigador principal en "Inversión Publicitaria: Medición de su eficacia" (art. 83 UCM-Optimedia).
- 2009, "La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos: conductas y competencias sociocomunicativas en la red de los nativos digitales". Mº de Educación y Ciencia (CCG06-UCM/HUM1152, CCG07-UCM/HUM2225, 931077-684).
- 2010. Artículo 83. Investigador principal en "Dinamización de Marcas en Redes Sociales" (art. 83 UCM-Interacting).
- 2011. Artículo 83. Investigador principal en "Las campañas publicitarias televisivas en el ámbito de la respuesta directa" (art. 83 UCM-Optimedia).

Publicaciones

Libros

- 2010, García Guardia, M.L., "Cambios tecnológicos: el nuevo sistema publicitario", Editorial Estudios de Comunicación Icono 14, Madrid.
- 2010, García Guardia, M.L., "Persistencia de los modelos y técnicas del diseño gráfico en la configuración de la página web", Editorial Estudios de Comunicación Icono 14, Madrid.
- 2010, Alcaraz Lladró, A., García Guardia, M.L., "Comunicación y TICs: su efecto en la distribución comercial", Editorial Fundación para la investigación social avanzada, Madrid.

- 2007, García Guardia, M.L., Menéndez Hevia T., "Fundamentos de la Realización Publicitaria", Editorial Fragua, Madrid.

- 2007, García Guardia, M.L., Menéndez Hevia T., "El diseño digital, mimesis del espacio pictórico", Editorial Fragua, Madrid.

Capítulos de libros

2010, García Guardia, M.L., Núñez Gomez, P., "Redes Sociales, Facebook y Educación ", Editorial Estudios de Comunicación Icono 14, Madrid.

2010, García Guardia, M.L., "La publicidad y la gestión de intangibles: importancia de la figura del planner. Aportación y evolución como representante del consumidor en las empresas publicitarias", Editorial Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

2009, García García F., Gétrudix Barrio M., García Guardia, M.L., "Nuevos modelos de representación audiovisual codificada en los soportes de movilidad", Editorial Círculo de estudios visuales, Málaga.

2008, Cuesta Cambra U., Menéndez Hevia T., García Guardia, M.L., "Efectos de la cobertura del terrorismo: propuesta de un modelo neocognitivo de procesamiento de la información", Editorial Acop Asociación Comunicación Política, Madrid.

2008, Perales V., Adam F., García Guardia, M.L., "La vida del salón virtual: mujer, preciosismo y videojuegos", Editorial Fragua, Madrid.

2008, Cuesta Cambra U., Menéndez Hevia T., García Guardia, M.L., "Comunicación y salud. Un nuevo planteamiento estratégico", Editorial Universidad Complutense de Madrid, Madrid.

Experiencia Profesional

Se inicia en 1983, aplicando las investigaciones académicas en el ámbito profesional, elaborando modelos para la optimización de la comunicación de la marca, productos y servicios para Optimedia, Pepsico, Grupos San Miguel, Diageo, etc.

Por lo que se refiere a idiomas, habla, escribe y lee inglés y francés.