

La Gestión del Conocimiento Basada en las Estrategias de la Comunicación

Institucional: Una Revisión de Experiencias en las Universidades

Knowledge Management Based on Institutional Communication Strategies:

A Review of Experiences in Universities

Aura Patricia Cova Peña¹

Resumen

La función esencial de las universidades se asocia a la generación de conocimiento, el cual representa el soporte en el desarrollo de la sociedad en distintas dimensiones: la cultural, la económica, la política y la tecnológica, entre otras. Particularmente, las tecnologías de información y comunicación han generado un cúmulo de reacciones culturales que han traído consigo nuevos criterios de pensamiento y de soluciones ante los distintos requerimientos relativos a la trasmisión del conocimiento a la comunidad interesada en el saber. De este modo, las universidades, en función de enfrentar las transformaciones que sobrevienen de la globalización y del mismo avance de la tecnología de la información y la comunicación, acuden a la comunicación institucional como alternativa de gestión del conocimiento y de relación con su público interno y externo. Ahora bien, para dar cuenta de las estrategias que en este sentido se han venido aplicando se examinan algunas experiencias propias de las universidades. En este sentido, se recurre a una metodología cualitativa y hermenéutica a partir de la cual se concluye que lo "comunicacional" debe convertirse en parte de la cultura y, por tanto, ante la misma dinámica de las universidades se deben dar transformaciones en gestión comunicacional e institucional para asegurar el cumplimiento de sus objetivos organizacionales.

Palabras clave: universidad, comunicación, gestión, conocimiento, estrategias.

Abstract

The essential function of universities is associated with the generation of knowledge, which represents the support in the development of society in different dimensions: cultural, economic, political and technological, among others. In particular, information and communication technologies have generated a host of cultural reactions that have brought with them new criteria of thought and solutions to the different requirements related to the transmission of knowledge to the community interested in knowledge. In this way, universities, in order to face the transformations that come from globalization and the advancement of information and communication technology, turn to institutional communication as an alternative for managing knowledge and relating to their internal and external public. Now, to account for the strategies that have been applied in this regard, some experiences of the universities are examined. In this sense, a qualitative and hermeneutical methodology is used from which it is concluded that the "communicational" must become part of the culture and, therefore, before the same dynamics of the universities, transformations must be given in communicational and institutional management to ensure the fulfillment of its organizational objectives.

Keywords: university, communication, management, knowledge, strategies.

¹Licenciada en Administración de Empresas y Especialista en Gerencia Pública de la Universidad de Los Andes Mérida- Venezuela, actualmente cursando Doctorado en Ciencias Organizacionales en la Universidad de Los Andes Mérida-Venezuela, Auditor Fiscal de la Contraloría del Municipio Libertador del Estado Bolivariano de Mérida- Venezuela. Correo electrónico: patricova18@gmail.com

1. Introducción

Las universidades conjugan una trilogía (docencia, investigación y extensión) que da cuenta de sus funciones y desde la cual se construye y se gestiona el conocimiento. Este proceso, tal como lo señala Larrea Abásolo (2006), se constituye en referente y orientación de “los cambios que tiene que efectuar el sistema educativo; por una parte para formar los nuevos cuadros profesionales y por la otra para mantenerse en coherencia o en sintonía con los cambios macro estructurales en los que es partícipe” (p.22). En este orden de ideas, Valdiviezo et al. (2015), como se citó en Romero Delgado (2018) resaltan que las universidades “deben aprovechar su condición de generadoras de conocimiento científico, y recurrir a la comunicación como un aliado” (p.19); ello se justifica en que esta es un factor clave para el eficiente funcionamiento de las instituciones.

Es innegable que a las universidades se les plantea el requerimiento de acudir a la comunicación institucional como soporte de la gestión del conocimiento, y que esta se acompañe de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC). En este sentido, la comunicación institucional se constituye para las universidades, según lo expresado por Rodrich Portugal (2012), en “la función de gestión que ofrece un marco para la coordinación efectiva de todas las comunicaciones internas y externas”(p.220) y en la cual confluyen una serie de estrategias en función de responder a los intereses de los diversos grupos de públicos.

Así entonces, reconociendo el aporte de la comunicación institucional en las universidades, se ofrecen algunas experiencias que muestran cómo estas instituciones han procurado gestionar el conocimiento.

2. Metodología de Abordaje y Análisis

Siendo el propósito central de esta contribución investigativa, examinar algunas experiencias de las universidades en torno a la gestión del conocimiento con base en la comunicación institucional, se acude a la estrategia cualitativa de la hermenéutica, la cual se entiende según Arráez et al.(2006) como “una actividad interpretativa que permite la captación plena del sentido de los textos en sus diferentes contextos” (p.174). En este sentido, se efectúa una revisión alrededor de estudios de campo los cuales muestran, por un lado, las experiencias relacionadas con el tema de la gestión del conocimiento desde la comunicación institucional, y, por el otro, el ámbito educativo por ser este el contexto propio del desempeño de las universidades.

3. El Conocimiento como Base de la Gestión de las Universidades

El principal producto asociado con las universidades es el conocimiento, el cual representa el pilar en el desarrollo de la sociedad en distintas dimensiones: la cultural, la social, la económica, la política y la tecnológica, entre otras. Desde otro sentido, Ortiz (2008, como se citó en Mat Ordaz y Pesca de Acosta, 2011) concibe el conocimiento como aportación que encierra diversos componentes “entre ellos la experiencia, valores, información, esquemas mentales y procesos que facilitan el hacer, forman parte de la complejidad del ser humano, capacitándolo, así como a la organización para afrontar y entender los grandes cambios que se generan constantemente en el mundo y que inciden en la vida de nuestras sociedades” (pp. 57-58). A propósito de la complejidad resalta que toda base del conocimiento debe estar integrada por el error y la ilusión; al respecto Morín (1999) señala que:

Un conocimiento no es el espejo de las cosas o del mundo exterior. Todas las percepciones son a la vez traducciones y reconstrucciones cerebrales, a partir de estímulos o signos captados y codificados por los sentidos; de allí, es bien sabido,

los innumerables errores de percepción que sin embargo nos llegan de nuestro sentido más fiable, el de la visión. (p.5)

Ahora bien, pareciera que las universidades desde el aspecto organizacional e institucional obvian la realidad comunicacional concebida como cultura, dejando de reconocer este factor como intrínseco en su sistema; ello por cuanto según criterio generalizado se considera a la comunicación como un mecanismo natural, el cual como lo afirman Rodiles Casamayor y Viel Fajardo (2015) “puede desarrollarse de manera empírica a partir de la experiencia y quizás la intuición y el buen juicio” (p.4).

Sin embargo, ante la inevitable dinámica mundial de las organizaciones que exige transformaciones culturales, sociales, políticas y económicas, surge la inaplazable inmersión de la gestión comunicacional en los albores de la gestión institucional, formándola y fortaleciéndola como punto inicial del desarrollo organizacional. Al respecto, Muriel y Rota (2005, como se citó en Rodiles Casamayor y Viel Fajardo, 2015) expresan que “la comunicación institucional es un sistema coordinador entre la institución y sus públicos que actúan para facilitar la consecución de los objetivos específicos de ambos y, a través de ello, contribuir al desarrollo nacional” (p.7).

En este sentido, específicamente en el área universitaria, ante el llamado coincidente de las investigaciones y aportes relacionados con las estrategias de comunicación, es fundamental insertar o mantener en las universidades una buena capacidad de comunicación interna y externa que contribuya la interacción con el público.

Todos los aspectos anteriormente referidos enmarcan la gestión comunicacional e institucional hacia la gestión del conocimiento en las universidades, en la cual, según Pérez (2011, como se citó en Rodiles Casamayor y Viel Fajardo, 2015) se “evidencian los fuertes desplazamientos de la comunicación hacia los nuevos paradigmas científicos

y la tendencia a la orientación de la comunicación y la estrategia hacia los seres humanos (relacionales) y en sujetos colectivos (organizacionales)” (p.8).

De allí, incluso se deriva la gran importancia de la comunicación institucional universitaria en el desarrollo de la “*gestión de intangibles*”, permitiendo la creación de marcas generadoras de conocimiento para el desarrollo nacional. A partir de esta gestión se crea la identidad universitaria con la finalidad de captar al público interesado y, así, posicionarse competitivamente frente a ese mercado en particular.

Visto este panorama de generación de conocimiento, la *alma mater* debe tomar en cuenta las transformaciones de las sociedades para avanzar con las potencialidades de las nuevas TIC y, así, obtener la población mejor calidad de vida. Sin embargo, esta arista es un reto para las universidades en virtud de la influencia ininterrumpida de la “incertidumbre”, la cual genera dificultades en la toma de decisiones o en la debida adaptación a estas transformaciones. Al contrario, Casas (2005) plantea que “la incertidumbre no debe conducirnos a la perplejidad, sino a la disposición para el cambio y a la ampliación y renovación incesante del conocimiento” (p.2).

Evidentemente, en las universidades el uso de las TIC trascendería en su desarrollo, aun cuando este debe llevarse a cabo de manera divergente en cada espacio social, sea rico o pobre, destacando que la economía se centra en la mayor disponibilidad de conocimiento. Por tanto, al haber mayor demanda de conocimiento, habrá mayor masificación de las universidades; lo que generaría la premura en la aplicación de las TIC que permitirán inclusive el desarrollo de programas de educación superior a distancia, con el fin de obtener mayor formación en las actuales sociedades del conocimiento. Esta idea es reforzada por Casas (2005) mediante las siguientes expresiones:

A partir de los cambios en la teoría educacional y a medida que las nuevas tecnologías de la información y comunicación van ganando terreno, surge una nueva cultura del aprendizaje, que trasciende el marco de la cultura impresa, y que ha contribuido a perfilar un nuevo paradigma: el telemático-informativo. (p.6)

Las precitadas transformaciones contribuyen a que en las sociedades no sea tomado como prioridad o como factor preponderante lo material como: lo financiero, la mano de obra o la materia prima; sino lo subjetivo como el manejo del conocimiento y de la información que en la actualidad representa mayor valor para las naciones, sean desarrolladas o subdesarrolladas. Así entonces, las TIC contribuyen a transformar los medios utilizados y permiten según lo indica Rumble (1997, como se citó en Casas, 2005), en el contexto particular de la docencia en las universidades, “una convergencia entre la educación a distancia y la educación presencial” (p.7) para dar paso a las nuevas teorías del conocimiento.

4. Potencialidades de la Comunicación Institucional en la Gestión Universitaria

La comunicación y la educación representan el eslabón para la preparación de los individuos que conforman una sociedad. Estas incorporan elementos fundamentales para la integridad de una comunidad como lo es: la ética, la equidad y la solidaridad. Con respecto a la comunicación, Parrales-Poveda et al. (2018) la conciben como un:

Proceso complejo en el que dos o más personas se relacionan y, a través de un intercambio de mensajes con códigos similares, tratan de comprenderse e influirse de forma que sus objetivos sean aceptados en forma prevista, utilizando un canal que actúe de soporte en la transmisión de la información. (p.281)

Por su parte, Castells (2009) establece la distinción de la comunicación en:

Comunicación interpersonal y comunicación social. En el primer caso, los emisores y receptores designados son los sujetos de la comunicación. En el segundo, el contenido de la comunicación se puede difundir al conjunto de la sociedad: es lo que generalmente llamamos comunicación en masas. (pp.87-88)

Cabe destacar que a ciencia cierta no se presenta un concepto único de este término social; sin embargo, pasó de ser lenguaje a formar parte de la cultura de cada organización y como factor intrínseco en la sociedad. Todo esto denota que la comunicación está integrada por componentes socio-psicológicos de acuerdo a la interacción presente entre partes, los cuales se desarrollan mediante mecanismos comunicacionales, interactivos y perceptivos; presentando estos últimos una percepción interpersonal a través del contacto y la impresión.

Igualmente, es importante resaltar que este modo de interacción tradicional ha desarrollado transformaciones en las sociedades, pasando de la comunicación tradicional a las comunicaciones móviles. Sin embargo, la comunicación institucional permanece en varios aspectos con las fuentes doctrinales originales que caracterizan a la comunicación organizacional, pero que en el transcurrir del tiempo han acumulado saberes que nutren el desempeño de la actividad profesional, y la convierten en comunicación especializada al incorporar la información como elemento clave en la transformación de la misma. En este aspecto se puntualiza el comportamiento que ha tenido las administraciones públicas, pasando de los patrones históricamente tradicionales unidireccionales a administraciones públicas con mayores volúmenes de información. En este orden de ideas, De Aguilera Moyano et al. (2010) resaltan que:

La comunicación pasaría, en las entidades administrativas, de generar primero desconfianza a reconocerse después como un servicio público, que permitiese a

los administrados conocer sus derechos y deberes, sus oportunidades, que las administraciones lograsen mayor transparencia, rindiendo cuentas a la sociedad y buscando también un mayor grado de participación e inclinación en la consecución de sus fines tanto de los administrados como los administradores.(p. I-94)

Por tanto, la comunicación institucional fue agregando espacio en los cambios del modelo administrativo, inspirados en los principios y criterios iniciales de la comunicación organizacional. Ahora bien, en este contexto, la universidad se puede concebir como una institución especial, por representar un espacio del saber, enseñanza, creación y aplicación de nuevos conocimientos. Su complejidad describe factores internos como lo es la comunidad universitaria y factores externos como la administración pública, la economía, la cultura, entre otros.

Todos estos aspectos han llevado a que la *alma mater* aplique mecanismos de comunicación que contribuyan en la gestión de los elementos tanto intrínsecos como extrínsecos de la sociedad. De Aguilera et al.(2010) acentúan esta apreciación al señalar que “... la Universidad no puede dejar de comunicar, consigo misma y con el exterior, y que esa comunicación se desarrolle no solo mediante ciertas palabras y símbolos (sus acciones intencionales de comunicación), sino también mediante sus comportamiento y muchos otros elementos que constituyen su realidad cotidiana” (p.1-96).

A lo anterior, se agrega que las universidades han experimentado una ruta de transformaciones que han ido a la par con las corrientes del pensamiento; siendo entre estas, la postmodernidad la que cuestiona las ideas de la sociedad industrial, modificando la tecnología, la economía y la cultura en la sociedad.

El término posmodernidad, cuestiona en gran parte las nociones clásicas de la verdad, de la razón y de la objetividad, se plantea un cambio paradigmático cultural que modificó de una manera crítica los modos de pensamiento modernos, en el cual el conocimiento integra la principal fuente de producción. Este cambio, lo refuerza Lampert (2008), el cual cita que:

El positivismo, como forma hegemónica de generar conocimientos, perdió su monopolio y credibilidad, pues ya no es capaz de explicar la complejidad y la gran gama de fenómenos, y se descubrió que la razón no es omnipotente, que la ciencia no es absoluta, que la verdad es relativa y cuestionable y que cualquier discurso universal que no considera la diversidad entre culturas, razas, lenguajes, credos religiosos e ideológicos, tienden a ser rechazados. (p.85)

El despertar de la sociedad a entender contextos interdisciplinarios, conllevó a generar la desconfianza del conocimiento moderno, ocasionando caos y vislumbrando nuevas formas de entendimiento directamente relacionadas a las prácticas de la investigación.

De otro lado, también las transformaciones han trascendido en lo que debe ser la comunicación universitaria, enmarcada en la adaptación a los cambios bajo la incertidumbre como factor principal en el desarrollo de la imagen organizacional generadora de conocimiento, que permite inexorablemente la identificación de una universidad frente a las demás. Para ello, es fundamental implantar estrategias sociales que potencien la participación del colectivo, de tal forma de profundizar el cambio del modelo comunicativo, pasando de un enfoque unidireccional a uno conversacional, bajo el que se presente la interacción entre los actores internos y externos para el desarrollo de los distintos intereses sociales.

Adicionalmente, se reconoce que la comunicación está asociada a la información y a la tecnología; y en los últimos tiempos han jugado un rol fundamental en el desarrollo de la sociedad a través de la incorporación de las TIC, afectando todos los ámbitos: políticos, sociales, culturales y económicos. Tal como lo expresan Fernández López et al. (2004) "... los movimientos sociales, la actividad política y la vida cotidiana también se están viendo influenciados por su incorporación a la actividad diaria, ya que las TIC potencian la repercusión de los comportamientos y relaciones existenciales hasta la fecha" (p.15).

Es visto que las modificaciones de la comunicación en las TIC generan en sí la autocomunicación en masas; que se fortalecen con las plataformas tecnológicas como el internet, la telefonía móvil o las plataformas digitales, las cuales proporcionan un mismo mensaje a varios receptores en tiempo real. Dicha situación trae consigo efectos positivos, entre los cuales Castells (2009) realiza "la articulación de todas las formas de comunicación en un hipertexto digital, interactivo y complejo que integra, mezcla y recombina en su diversidad el amplio abanico de expresiones culturales producidas por la interacción humana" (p.88).

De este modo, la sociedad al verse sumergida en todas esas expresiones culturales, pudiera conducir a aplicar las diversas tecnologías en las universidades como instituciones altamente potenciadoras de conocimiento, a través de estrategias de comunicación que generen la captación del interés de la misma sociedad.

5. Las TIC como Herramienta en la Generación del Conocimiento en las Universidades

Una vez planteado el conocimiento como base de la gestión en las universidades y las potencialidades de la comunicación en las mismas, es procedente resaltar que al

insistir en la aplicación de métodos tradicionales se hace más difícil desarrollar competencias necesarias en estos ámbitos; por tanto, se reclama abordar métodos innovadores para cumplir, en principio, con los nuevos retos de esencia educativa. Esto incorpora a las TIC como patrones de cambio en las instituciones y, en consecuencia, en las sociedades.

En armonía con este reclamo a las universidades, Delgado (2003), como se citó en Flórez Romero et al. (2017) expresa que:

Es necesario una “Reforma Universitaria” en la cual, la Universidad se ajuste a las dinámicas actuales de la sociedad del conocimiento y de esa forma, reformule procesos académicos y administrativos que giren en torno a una visión institucional innovadora y adecuada a la realidad contemporánea. (p.41)

Este proceso de reforma universitaria debe ir de la mano de la globalización, estableciendo mecanismos de diversificación en los procesos productivos, informativos y comunicacionales, a la par con la formación de nuevos criterios gerenciales que permita la profundización y el ajuste del conocimiento a la novedosa dinámica de la sociedad. En este contexto Clark (2000, como se citó en Flórez Romero et al., 2017), reafirma con base en análisis efectuados en instituciones superiores que:

Las grandes instituciones superiores europeas comprendieron que la educación tradicional formadora de profesionales debía adecuarse a una realidad social necesitada de producción científica y tecnológica a través de la cual innovación y el emprendimiento se establecieron como factores decisivos en la transformación de dichos contextos, desarrollando así las nuevas estructuras organizacionales en las administraciones universitarias. (p.42)

De esta manera, las TIC han generado un cúmulo de reacciones culturales que han contribuido a desarrollar nuevos criterios de pensamiento y de soluciones ante los distintos compromisos adquiridos, iniciando con el uso de los correos electrónicos a través de la red global de internet, agendas electrónicas, micro-proyectores, entre otros, para controlar tanto la información que será transmitida en masas, como traspasar el conocimiento a la comunidad interesada en el saber. Adicionalmente, estas plataformas y aparatos tecnológicos inciden en el desarrollo universitario; la incorporación y desarrollo de equipos celulares móviles y por último celulares inteligentes, han permitido traspasar las fronteras de la comunicación que anteriormente impedía la obtención de la información en tiempo expedito. En general, la presencia de la informática y la telemática en el desarrollo de la comunicación universitaria han incidido en las sociedades, tanto internas, asociadas a la comunidad que la integra, como externas, las cuales están relacionadas con los interesados en formar parte de la misma.

Por lo anteriormente descrito, se resalta la instauración de la revolución tecnológica que inicialmente se encuentra centrada en torno a las TIC y que subraya a un paso acelerado las modificaciones de las bases de la sociedad. En este aspecto, Castells (1996) denota que:

La revolución tecnológica de la información, de forma medio consciente, difundió en la cultura material de nuestras sociedades un espíritu libertario que floreció en la década de los setenta. No obstante, tan pronto como se difundieron las nuevas tecnologías de la información y se las apropiaron diferentes países, distintas culturas, diversas organizaciones y metas heterogéneas, explotaron en toda clase de aplicaciones y usos, que retroalimentaron la innovación tecnológica, acelerando la velocidad y ampliando el cambio tecnológico. (p.4)

Es indiscutible que las TIC ante el panorama globalizado, contribuyan a la transformación del ser humano en la percepción individual del ambiente que lo rodea, pues son un mecanismo que coadyuva a los procesos de comunicación asertivos en tanto apoyan en la construcción de nuevas estructuras de pensamiento. Reforzando este aspecto en el ámbito educativo, Kozma (2005, como se citó en Flórez Romero et al. 2017), indica que las TIC pueden ser utilizadas para:

Mejorar la comprensión de los conocimientos por parte de los alumnos, así como en la calidad de la educación y, en consecuencia, pueden aumentar el impacto de la educación en la economía, generando conocimiento, además de la innovación tecnológica, lo cual contribuirá a la transformación del sistema educativo y el sostenimiento del desarrollo económico y social. (p.45)

De allí se derivan las actuales necesidades de las universidades de acoplarse a las TIC, con la finalidad de convertirse en instituciones que ofrezcan calidad en los procesos de enseñanza, ante la alta competencia y las exigencias de la sociedad actual.

6. Algunas Experiencias de Comunicación Institucional para la Gestión del Conocimiento en las Universidades

Visto el panorama actual de la comunicación, no cabe duda que la comunicación institucional cumple un papel fundamental en la educación superior, y por tanto, en la gestión universitaria. Igualmente, se reconoce que las TIC contribuyen a que este proceso se desarrolle en condiciones eficaces dentro de la sociedad.

Ahora bien, en este punto se analizan distintas experiencias de campo- unas en el contexto de gestión y otras en el educativo- que han aportado los patrones a seguir por parte de las universidades en lo que respecta a la adecuada comunicación del

conocimiento, a través de procesos transformadores en las áreas sociales, económicas, culturales y políticas.

Al respecto, Simancas González, y García López (2017) efectúan una investigación cuyo propósito principal es “analizar la gestión de la comunicación institucional llevada a cabo por los departamentos de comunicación de las universidades públicas españolas para determinar modelos dominantes y posibles enfoques alternativos” (p. 736).

Como punto previo, los autores mencionados abordan los elementos inherentes a la comunicación institucional y, en especial, la información institucional a través de las herramientas tecnológicas desarrolladas en las plataformas digitales, destacando como debilidad la poca información suministrada por las instituciones universitarias. Los autores consideran 47 universidades, en las cuales evaluaron los objetivos comunicacionales, el plan estratégico comunicacional y las funciones de cada departamento de comunicación que las integran. Estos puntos clave coadyuvaron a determinar la importancia de transmitir la identidad universitaria y sus valores para posicionarse dentro de la sociedad del saber. Igualmente, se constató la existencia de deficiencias en el plan estratégico comunicacional de las instituciones universitarias tomadas en la muestra analizada, en virtud de la ausencia del mismo; lo que llevaría a un total desconocimiento de las actividades a seguir en un periodo determinado en los departamentos de comunicación de las instituciones superiores.

Adicionalmente, es notable en esta investigación la claridad de los miembros de los departamentos evaluados en cuanto a las funciones que tienen que desempeñar; sin embargo, la mayoría carece de gestión comunicacional digital y en las mismas se

evidencia la creación de redes sociales únicamente para ilustrar anuncios informativos, limitando la interacción con la institución por parte del interesado.

En el mismo orden de ideas, las evaluaciones aplicadas denotan que el proceso de comunicación interna se limita solo a suministrar información que pueda afectar a algún miembro de la institución, y es divulgada mediante medios de comunicación creados por la casa de estudios. Igualmente, en el seguimiento del cumplimiento de funciones, los investigadores muestran que 45% de estas se concentran en el desarrollo de actividades como: gestión de la publicidad y marketing, gestión en la identidad visual corporativa y divulgación científica.

En términos generales, se puede ilustrar de esta experiencia que las instituciones superiores en su mayor porcentaje, carecen de claridad en los procesos de elaboración del plan de comunicación, se centran en fortalecer la competitividad de su imagen institucional; no obstante, limitan la acertada comunicación interna y externa entre sus miembros y el entorno social, aplazando los procesos transformadores exigidos por la globalización. En este sentido, Simancas González, y García López (2017) consideran “que sería necesaria, y seguramente más eficaz en términos de imagen, la búsqueda de soluciones comunicativas que promuevan el diálogo con agentes externos y fomenten la participación activa de la comunidad universitaria” (p.743).

Siguiendo con el abordaje de experiencias, y habiéndose destacado en apartados anteriores, que en las universidades por ser instituciones del saber, su pilar fundamental en los tiempos actuales es la incorporación de las TIC en los programas educativos, llama la atención los hallazgos de Padilla Verdugo et al.(2018), los cuales destacan que “en la universidad la incorporación de servicios de acceso a información confiables, disponibles

y seguros con características de calidad y eficiencia, es un requerimiento indiscutible para fortalecer su desarrollo académico y de investigación” (p.13).

Para este análisis, los autores tomaron de un total de 60 universidades entre públicas y privadas, una muestra de treinta y siete 37 universidades ecuatorianas, aplicando la “encuesta” como instrumento de recolección de datos; igualmente, se adaptó un sistema para el levantamiento de la información, de tal forma de facilitar el análisis de los resultados.

En principio, se pudo constatar que 82% de las universidades que participaron en este proyecto aceptaron que dentro de su planificación estratégica se consideraron las TIC en sus procesos e integran con estas un plan operativo, asignando recursos en la partida de inversiones e igualmente estableciendo los parámetros en las políticas a desempeñar; destacando que estas tres últimas aristas resultaron con indicadores superiores a 60% de su receptividad.

Al identificar el desenvolvimiento de los procedimientos de las TIC, se pudo evidenciar según este estudio que 46% de la muestra tiene definido estos procesos; igualmente, en cuanto a las funciones de las dependencias encargadas de su desarrollo se constató más de 49% de cumplimiento; es decir, que en las universidades se tienen claras las funciones a desempeñar en el manejo de dichas tecnologías.

Ahora bien, al momento de evaluar la aplicación de los distintos mecanismos de control interno; se observó que 49% no cumple con patrones de control interno para asegurar el cumplimiento de las políticas y procedimientos de las TIC; carecen de un comité como órgano de decisión consultivo y de gestión. Sin embargo, se evidencia que se presenta en la mayoría de las universidades una dependencia en el organigrama institucional dirigido al desarrollo de estas políticas, integrada por empleados de las

instituciones superiores, pero únicamente 46% cumple con planes de capacitación dirigido al personal que la integra.

Por otra parte, los autores de este proyecto de investigación además de efectuar un estudio descriptivo de cómo las TIC se incorporan en las estructuras jerárquicas universitarias; como anteriormente se mencionó, elaboran un compendio de los datos generales de sus servicios en las casas de estudio. Al respecto, los autores afirman que 46% del total de la muestra, cuentan con un portafolio de proyectos alineados con los objetivos organizacionales. Sin embargo, solo 13% de las universidades parte de la muestra, desarrollan auditorías periódicas mediante las que se verifiquen la efectividad y eficiencia de los servicios.

En relación con la existencia de normas y procedimientos en la materia, se expresa que 50% de las instituciones elaboran y presentan estos manuales y normativas de procedimientos.

Esta experiencia investigativa incluye, además, la elaboración de un compendio inherente al funcionamiento de los sistemas informativos, llegando a la conclusión que únicamente 14% de las instituciones superiores cuentan con un modelo de información completa; 49% cuentan con una arquitectura de información definida y 62% presentan metodologías para el desarrollo del software informativo.

Los autores Padilla Verdugo et al. (2018) dejaron abierta esta investigación, con la finalidad que otras instituciones de educación superior se incorporen y, a través de información que puedan facilitar en relación al desarrollo de sus procesos, contribuyan a mejorar los servicios tecnológicos y a fortalecer las TIC.

De lo antes descrito, y específicamente en el ámbito universitario, se deduce que las TIC han generado gran impacto en la educación, contribuyendo al desenvolvimiento

del estudiantado que la integra, y en este sentido, Alcibar et al. (2018) señalan que “las TIC juegan un papel indispensable en el aprendizaje por la facilidad del manejo existente puesto que superan las dificultades espacio-temporales, promueven ambientes cooperativos dentro de entornos digitales” (p.104).

Estos investigadores realizaron un estudio de tipo descriptivo correlacional en la Ciudad de México, concretamente en el Instituto Politécnico Nacional. De un total 13.000 estudiantes de la Unidad Interdisciplinaria de Ingeniería y Ciencias Sociales y Administrativas, tomaron una muestra de 235 estudiantes, con aplicación de encuestas semiestructuradas. Según los resultados, la mayoría de los encuestados se benefician de las herramientas informáticas como la computadora y el internet, en un promedio de frecuencia de tres veces por semana para el desarrollo de sus actividades.

El precitado estudio resalta la experiencia en torno al internet, advirtiendo que esta cumple un rol fundamental dentro de las TIC, motivado a que se ha convertido en un recurso indispensable para los estudiantes de educación superior. Tal como lo afirma Linne (2015, como se citó en Alcibar et al. 2018), se revela:

La importancia de su uso que conlleva a la creación de aprendizajes competitivos a través de los recursos a los que se tiene acceso, además se incrementa las comunicaciones de estos profesores y alumnos y da paso a la consulta de diversas fuentes que permiten la autonomía en el proceso de aprendizaje así como su fortalecimiento.(p.108)

Finalmente, en la investigación de Alcibar et al. (2018) se recalca la importancia de desarrollar el uso del internet en la metodología de aprendizaje en la actualidad, destacando que esta herramienta tiene muchas potencialidades en el proceso de desarrollo

y transformación social, que a la vez encaminan los procesos comunicacionales a las TIC, sea cual sea la condición socioeconómica de las naciones.

Todas las experiencias de comunicación institucional antes descritas enmarcan la importancia de la incorporación de las TIC en la gestión del conocimiento en las universidades, siendo éstas un pilar fundamental para el desarrollo actual de las sociedades del conocimiento. No obstante, es importante resaltar que, de los precitados estudios, se observan debilidades en el cumplimiento de las normativas de aprendizaje tecnológico, que vislumbra ausencias de patrones de control interno que coadyuven al uso adecuado de las herramientas tecnológicas.

Por lo tanto, el control interno de las TIC, por ser un factor fundamental en el control previo de cada proceso en las universidades, debe enmarcarse como una política de monitoreo para garantizar que los mecanismos tecnológicos comunicacionales aplicados en el aprendizaje, permitan ser desarrollados con la mayor eficiencia por parte de cada integrante de la institución.

7. Reflexiones Finales

De la revisión en torno a la gestión del conocimiento a partir de las experiencias de comunicación institucional en las universidades y considerando su misión natural en la sociedad, se ratifica que lo “comunicacional” debe convertirse en parte de su cultura y, por tanto, en un factor intrínseco y propio de este tipo de instituciones. Al respecto, las experiencias tanto en el campo de gestión como en el educativo, muestran el requerimiento en tanto poner en práctica alternativas comunicacionales, que promuevan el diálogo a lo interno y externo de las universidades.

Asimismo, se resalta que ante la misma dinámica de las universidades, se deben dar transformaciones en gestión comunicacional e institucional, para asegurar el

cumplimiento de sus objetivos organizacionales y, por tanto, como respuesta a los requerimientos de sus agentes internos y externos.

En respuesta a estas exigencias, resulta perentorio que las universidades se orienten a la aplicación de estrategias que, por una parte, faciliten la participación del colectivo y, por la otra, permitan que dichas organizaciones se incorporen a un modelo comunicativo e institucional de mayor apertura, teniendo como principal soporte de gestión las TIC de espectro social.

Es importante resaltar que el panorama mundial que en la actualidad la sociedad está experimentado, con la crisis de la COVID-19, demanda el uso de las tecnologías como herramienta útil e imprescindible en la generación de los saberes; por lo que obliga a las instituciones universitarias a implementar políticas eficientes en la incorporación de las TIC como estrategias comunicacionales. No obstante, aún se presentan debilidades en el marco de la implementación de estrategias tecnológicas que deberían estar contempladas en el plan estratégico de cada institución, y visto este escenario, las mismas se encuentran en el compromiso de desarrollar las TIC como herramienta primordial en la nueva generación del conocimiento.

Referencias

- Alcibar, M.; Monroy, A. y Jiménez M. (2018). Impacto y aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones en la Educación Superior. *Revista Información Tecnológica*, 29(5), 101-110. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/infotec/v29n5/0718-0764-infotec-29-05-00101.pdf>.
- Arráez, M.; Calles, J. y Moreno de Tovar, L. (2006). La hermenéutica: una actividad interpretativa. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*. Universidad

- Pedagógica Experimental Libertador, 7(2), 171-181. <https://www.redalyc.org/pdf/410/41070212.pdf>.
- Casas, M. (2005). Nueva universidad ante la sociedad del conocimiento. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 2(2), 1-18. www.uoc.edu/rusc.
- Castells M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Siglo XXI.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Traducción de María Hernández. Madrid: Alianza Editorial, S.A.
- De Aguilera Moyano, M.; Farias Batlle, P. y Baraybar Fernández, A. (2010). La comunicación universitaria. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos. *Revista ICONO 14*, 8(2), 90-124. <https://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/248>.
- Fernández López, S., Rodeiro Pazos, D., Ruzo Sanmartín, E., Canay Pazos, R. y Franco Tubio, J. (2004). *Las tecnologías de la información y las comunicaciones en el sistema universitario español*. Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas. <https://ddd.uab.cat/pub/dim/16993748n0/16993748n0a6.pdf>.
- Flórez Romero, M.; Aguilar Barreto, A.; Hernández Peña, Y.; Salazar Torres, J.; Pinillos Villamizar, J. y Pérez Fuentes, C. (2017). Sociedad del conocimiento, las TIC y su influencia en la educación. *Revista Espacios*, 38(35), 39-53. <https://www.revistaespacios.com/a17v38n35/a17v38n35p39.pdf>.
- Lampert, Ernani (2008). Posmodernidad y universidad, ¿una reflexión necesaria?. *Perfiles Educativos-Instituto de Investigaciones sobre la Universidad y la Educación*. XXX(120), 79-93. <http://www.scielo.org.mx/pdf/peredu/v30n120/v30n120a5.pdf>.

Larrea Abásolo, M. (2006). La gestión del conocimiento y la universidad del futuro.

Revista *FACES*, *XVII*(1), 21-34.

<http://servicio.bc.uc.edu.ve/faces/revista/vol27n1/art%202.pdf>.

Mata Ordaz, Y. y Pesca de Acosta, C (2011). Gestión del conocimiento en las universidades como baluarte organizacional. *Revista de las Sedes Regionales*,

XII(23), 56-73. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66622603005.pdf>.

Morín, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Traducción de Mercedes Vallejo-Gómez. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

Padilla Verdugo, R.; Cadena Vela, S.; Enríquez Reyes, R.; Córdova Ochoa, J. y Llorens Largo, F. (2017). *Estado de las tecnologías de la información y la comunicación de las universidades ecuatorianas*. Red Nacional de Investigación y Educación del Ecuador, CEDIA.

https://www.cedia.edu.ec/dmdocuments/publicaciones/Libros/UETIC_2017.pdf.

Parrales-Poveda, M.; Sornoza-Parrales, D.; Cano-Andrade, R. y Moreira-Cañarte, M. (2018). Una mirada acerca de la comunicación en la Educación Superior. *Revista*

Polo del Conocimiento, *3*(6), 277-289.

<https://www.researchgate.net/journal/Polo-del-Conocimiento-2550-682X>.

Rodiles Casamayor, A. y Viel Fajardo, M. (2015). Comunicación universitaria. Pautas para su gestión desde el contexto de la Educación Superior cubana. *Revista Razón*

y *Palabra*, *(92)*, 1-

29. <https://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/97/pdf>.

Rodrich Portugal, R. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: Una aproximación histórica y conceptual de la profesión. *Revista de Comunicación*, (11), 212-234.

[https://dialnet.uniroja.es/FundamentosDeLaComunicacionInstitucional-4508714\(1\).pdf](https://dialnet.uniroja.es/FundamentosDeLaComunicacionInstitucional-4508714(1).pdf).

Romero Delgado, C. (2018). *Las universidades como empresas de comunicación: análisis de los procesos de información*. [Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias de la Documentación].

<https://eprints.ucm.es/id/eprint/49332/1/T40247.pdf>.

Simancas González, E. y García López, M. (2017). Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas. *Revista El Profesional de la Información*, 26(4), 735-744.

<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2017.jul.17>.