

Iris Carolina Vargas de Carrasquero



PERCEPCIONES, GESTIÓN Y COMUNICACIÓN DE LA
FILOSOFÍA E IDENTIDAD UNIVERSITARIA ECUATORIANA

Adrián Canache Domínguez

Ina Carolina Vargas de Carrasquero



UNIVERSIDAD DEL AZUAY
VICENTE ROCAFRANCO
de Cuenca



Percepciones, Gestión y Comunicación de la Filosofía e Identidad Universitaria Ecuatoriana

Adriam Camacho Domínguez
Iris Carolina Vargas de Carrasquero



Percepciones, Gestión y Comunicación de la Filosofía e Identidad Universitaria Ecuatoriana

Ph.D. Adriam Camacho Domínguez, Ph.D. Iris Carolina Vargas de Carrasquero

Los autores ejercen la calidad de docentes de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

De esta edición:

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, ULVR © 2022

Av. de Las Américas #70, frente al Cuartel Modelo

Guayaquil, Ecuador

PBX: (00-593-4) 259-6500

www.ulvr.edu.ec

El libro *Percepciones, Gestión y Comunicación de la Filosofía e Identidad Universitaria Ecuatoriana*, fue arbitrado por el Departamento de Investigación Científica, Tecnología e Innovación de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil bajo la metodología *double-blind peer review*.

Consejo Editorial de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

| | |
|---------------------------------------|--|
| Ph.D. Aimara Rodríguez Fernández | <i>Rectora</i> |
| Ph.D. Rolando Villavicencio Santillan | <i>Vicerrector Académico de Investigación, Grado y Posgrado</i> |
| Mgtr. Álex Salvatierra Espinoza | <i>Vicerrector Administrativo</i> |
| Mgtr. Óscar Machado Álvarez | <i>Decano de la Facultad de Administración</i> |
| Mgtr. Diana Almeida Aguilera | <i>Decana de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho</i> |
| Mgtr. Kennya Guzmán Huayamave | <i>Decana de la Facultad de Educación</i> |
| Mgtr. Milton Andrade Laborde | <i>Decano de la Facultad de Ingeniería, Industria y Construcción</i> |
| Ing. Com. Alfredo Aguilar Hinojosa | <i>Director del Departamento. de Internacionalización</i> |
| Mtr. Patricia Navarrete Zavala | <i>Directora Editorialista ULVR</i> |



edilaica@ulvr.edu.ec

Av. de Las Américas #70, frente al Cuartel Modelo

Guayaquil, Ecuador

PBX: (00-593-4) 259-6500, extensión 195

Percepciones, Gestión y Comunicación de la Filosofía e Identidad Universitaria Ecuatoriana

Fecha de publicación: 22 de agosto de 2022

ISBN: 978-9942-920-978-99-7

Derechos de autor: GYE-012978

Depósito legal: GYE- 000365

Diseño y diagramación: Lcdo. Andrés Avilés Zavala / aavileszav@ulvr.edu.ec

El contenido de este libro puede ser utilizado referenciando la fuente, de acuerdo a las Normas APA 7a. edición:

Camacho, A., & Vargas, I. (2022, 22 de agosto). *Percepciones, Gestión y Comunicación de la Filosofía e Identidad Universitaria Ecuatoriana*. Editorial ULVR

Clasificación UNESCO:

7207 Filosofía social

7207.01 Filosofía de la cultura

Palabras clave: Comunicación, Filosofía cultural, Identidad, Universidad, Ecuador.

Keywords: Communication, Cultural Philosophy, Identity, Universities, Ecuador.

Queda rigurosamente prohibido, sin la autorización escrita de los titulares del Copyright, bajo las sanciones establecidas en leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamo públicos.

© DRA imágenes tomadas de Internet.

Introducción

El presente libro se contextualiza en el marco de la enseñanza superior latinoamericana y ecuatoriana a partir de las crisis de identidades de las comunidades universitarias tomando en cuenta elementos como la pérdida de valores y la falta de claridad de las misiones, visiones y filosofías institucionales. Precisamente, alineado con este contexto, la investigación tuvo como objetivo fundamental proponer estrategias que permitan el fortalecimiento de la filosofía e identidad institucional en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil (ULVR) Este proceso ha permitido analizar el debate teórico en torno a la interrelación de las variables de misiones, visiones, museos, manuales de imagen y/o identidad corporativa y/o universitaria como herramientas de trabajo y guía para posicionar y fortalecer los procesos de interiorización y exteriorización de los elementos históricos e identitarios.

El libro es fruto del Proyecto I+D+i “Propuesta de estrategias para el fortalecimiento de la filosofía e identidad institucional laica” (IC-ULVR-17-65) desarrollado en la ULVR durante el periodo del 2018-2019. Como parte de los contenidos medulares del texto se analizó la evolución de las percepciones que se tiene de la identidad en sus dimensiones individuales y colectivas en estrecho vínculo con el uso y la responsabilidad social que se deben gestionar desde las instituciones universitarias. Por otra parte, se explica además cómo los fundamentos axiológicos de la filosofía de la educación permiten identificar las potencialidades y desafíos que desde la educación superior latinoamericana y ecuatoriana se deben prestar al trabajo con los valores, la imagen institucional y la cultura de la comunidad universitaria.

La metodología utilizada se basó en el enfoque cualitativo en el que predominaron métodos teóricos como el análisis-síntesis, inductivo-deductivo y lógico histórico desde una tipología de investigación documental, comparativa y explicativa. Se utilizó el análisis de contenido y del discurso



institucional desde una percepción racional y planificada de las imágenes y textos que permitieron identificar las falencias existentes en la concepción de la identidad universitaria desde sus diversas expresiones, generando concepciones parcializadas que se deben centrar más en ordenar los aspectos comunicacionales, de simbología e imagen.

Las propuestas de soluciones que se discuten y presentan como parte de las conclusiones no pretenden ser concluyentes, sino que constituyen el punto de partida para generar conciencia y reflexionar sobre la pertinencia de estos temas para las políticas de las autoridades universitarias en aras de paulatinamente incorporarlas en las agendas de trabajo de las diferentes instancias educativas. El libro está estructurado en cuatro capítulos que permiten delinear el objeto de estudio desde una visión interrelacionada de lo macro-micro en el ámbito ecuatoriano. En un primer capítulo se aborda la filosofía e identidad universitaria en términos referenciales tomando en cuenta diferentes posicionamientos teóricos.

En el capítulo dos se analiza la misión y visión de la universidad ecuatoriana a partir de las deudas históricas y desafíos que se viven desde el presente. En esta sección se comparan diferentes etapas e instituciones de enseñanza superior para definir avances y retrocesos que giran alrededor de la función y responsabilidad social de la universidad.

En el capítulo tres se prioriza el estudio sobre la capacidad de gestionar y comunicar la filosofía e identidad universitaria ecuatoriana tomando en cuenta diferentes experiencias que van de la mano de las redes sociales, manuales de identidad universitaria y en algunos casos de los museos universitarios.

Finalmente, en el capítulo cuatro se muestran los resultados sobre las percepciones y desafíos de la filosofía e identidad universitaria a través de un estudio de caso en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil. Este análisis permite proyectar acciones y estrategias que fortalecerán el trabajo conjunto desde las diferentes unidades académicas y la comunidad universitaria en su conjunto.

Percepciones, Gestión y
Comunicación de la
Filosofía e Identidad
Universitaria Ecuatoriana

Adriam Camacho Domínguez
Iris Carolina Vargas de Carrasquero





Índice

| | |
|--|----|
| Introducción | 7 |
| Capítulo 1 | |
| Filosofía e Identidad Universitaria..... | 13 |
| Capítulo 2 | |
| Misión y Visión de la Universidad Ecuatoriana | 23 |
| Capítulo 3 | |
| ¿Cómo gestionar y comunicar la filosofía e identidad universitaria ecuatoriana?..... | 37 |
| Capítulo 4 | |
| Percepciones y desafíos de la filosofía e identidad universitaria: un estudio de caso en la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil..... | 53 |
| Conclusiones | 69 |
| Referencias Bibliográficas | 71 |





Capítulo 1

Filosofía e Identidad Universitaria



Capítulo 1

Filosofía e Identidad Universitaria

Las universidades latinoamericanas se enfrentan a crisis disímiles que se remontan en algunos casos al siglo pasado. Una buena parte de los centros de estudio de enseñanza superior han perdido la brújula de su propia naturaleza, dinamismo, rol social e identidad dando lugar a las *bussiness university* que se han organizado desde lógicas empresariales en función de la racionalidad técnica – instrumental y las fuerzas del mercado. Se vive una crisis de la universidad hegemónica pues la necesidad de formar generaciones para responder a las necesidades de los sectores productivos provoca dicotomías como alta cultura-cultura popular; educación-trabajo; teoría-práctica. (De Sousa, 2010)

Precisamente, la revisión de las misiones, visiones o filosofías institucionales se han redefinido en muchos centros de enseñanza latinoamericanos en correspondencia con la imagen corporativa, en un proceso complejo de posicionamiento y fortalecimiento de las identidades universitarias. (Zanatta et al., 2017)

Las crisis que se generan al interior de las comunidades universitarias están motivadas por diversos aspectos. Existe un número considerable de estudiantes que no tienen una idea clara de su identidad personal lo que ha provocado que en los campus universitarios se brinden servicios de consejería o de salud mental, también la falta de valores no garantiza que sus principios y acciones cotidianas vayan alineados a lo que estipula la universidad donde estudian, existe poco incentivo de programas sistematizados de construcción y reforzamiento de la identidad institucional que coadyuve a la formación del sentido de pertenencia de los alumnos, profesores, trabajadores administrativos, directivos y egresados hacia su institución, lo que se une a los crecientes recortes de los presupuestos estatales que afectan la estabilidad de los procesos educativos. (González, 2001) Por otra parte, las autoras Cantón y Tardif (2018) resaltan que se dan crisis profesionales como efecto de desajustes curriculares que ponen en situación



de confusión la práctica profesional, o bien como efecto de las condiciones sociales que demandan una nueva forma de trabajo, de sentir, pensar y vivir la actividad profesional. La dualidad crisis profesionales-crisis identitarias en el contexto universitario está en una nueva etapa por los efectos que ha generado la pandemia en las competencias y pertinencia de las formaciones de pregrado y posgrado en un mundo cada vez más globalizado y competitivo. (Castillo et al., 2022)

De todos los problemas mencionados, una buena parte de ellos se resume en la falta de identidad universitaria vigente, por lo que muchas acciones se vienen realizando con el objetivo de consolidar la historia, la imagen, la marca corporativa, los valores y principios universitarios. (Guzmán-Valenzuela y Martínez, 2016)

Es importante dejar claras algunas posturas teóricas sobre la conceptualización de identidad. La identidad no resulta del simple hecho de ser miembro de una comunidad, sino de un proceso social que implica conocer y compartir los valores, la filosofía, la historia, tradiciones, símbolos, aspiraciones, prácticas cotidianas y los compromisos sociales que conforman el ser y quehacer de la universidad (Cappello, 2021). La identidad no queda garantizada por la formulación de una misión, visión o ideario, tiene que ser interiorizada y traducida en medidas estructurales y modos de hacer con los que la institución, como tal, se expresa hacia fuera y con la experiencia vivida hacia adentro en el interior de la institución. (Cortes, 2011)

La identidad es vista erróneamente como un “esencialismo”, es decir, un grupo o un individuo poseen una identidad “esencial”, irreductible e incluso inmutable. Esto supone que la identidad se forma de una vez y para siempre y a pesar de los cambios internos o externos siempre sigue siendo igual a sí misma. La percepción de Lévi-Strauss (1981) sobre este tema nos advierte que no podemos tener la esperanza de llegar a la construcción de una identidad fija e inmovible, ni siquiera a un “sustancialismo dinámico” tratando de encontrar desesperadamente una continuidad en la discontinuidad.

La identidad, ya sea individual o colectiva, se construye histórica, cultural,



social e íntimamente; es cambiante y, paradójicamente, el hombre aspira, a veces de manera ilusoria, a que esta sea unitaria, inmovible, permanente y en algunos casos eterna. (Mercado y Hernández, 2010)

De allí que en la presente obra se asume la identidad universitaria como un fenómeno constante y permanente ya que una cultura determinada puede cambiar y transformarse, se puede hablar de identidad histórica universitaria porque todo grupo posee una experiencia que se acumula o se sintetiza de diversas maneras con procesos únicos, a esto se une su dimensión filosófica como ciencia que se ocupa de responder a las grandes interrogantes del hombre relacionado con su origen, representación y axiología. (López, 2005)

Este texto toma como referencia para dichos análisis los aportes de González (2001) sobre la visión filosófica y humanista como componente de la identidad universitaria, resaltándose que tener identidad universitaria no equivale únicamente a pertenecer a una comunidad universitaria, sino que, es el resultado de todo un proceso social que involucra tener claro y sobre todo compartir los valores éticos y morales, como su historia, sus costumbres, sus símbolos, su misión y visión, el quehacer de la cotidianidad, así como la responsabilidad social que encierra el ser y actuar de la institución.

En la actualidad, los procesos educativos universitarios no sólo toman en cuenta la adquisición de conocimientos; pues de forma paralela se observa un creciente interés en las universidades por contribuir a la formación de profesionales con valores, identificados con la visión y misión de estos centros, que les permitan, no solamente convivir en el mundo actual, sino comprometerse con su transformación a partir de su crecimiento espiritual y profesional como seres humanos.

Varios autores coinciden en que este proceso de educar basado en valores es pluridimensional, no debe limitarse solamente a lo ético, también debe tener presente los valores estéticos, políticos, intelectuales, que en su conjunto contribuyen al desarrollo de la personalidad. (Rojas, 2021; Boroel, y Arámburo, 2016)

Tomando en cuenta esta realidad, los valores han logrado encausarse desde



las particularidades identitarias y filosóficas de las universidades. La identidad universitaria es un término que se ha estudiado a profundidad, sin embargo, aún falta una mejor comprensión de sus dimensiones e indicadores para ponerla en uso adecuadamente. Para los efectos de esta publicación se define como el conjunto de dimensiones culturales compartidas por la comunidad universitaria desde la cual se orientan acciones partiendo de la búsqueda de identidades individuales que construyen un universo simbólico con las características de cambio abordadas por cada una de las etapas de existencia y la variabilidad de las personas que lo integran. En este proceso es fundamental el comportamiento y libre expresión de los valores, historias, tradiciones, símbolos, aspiraciones, compromisos y prácticas cotidianas dentro y fuera de la universidad. (Cappello, 2021)

Podemos inferir que la filosofía institucional está estrechamente relacionada con la identidad, ya que constituyen basamentos éticos, axiológicos, que permiten identificar cada recinto y sobre los cuales la comunidad universitaria puede apropiarse a través de un proceso perceptivo complejo en el que la gestión eficiente tiene mucho que ver.

Es por ello que la filosofía universitaria no debe confundirse con la filosofía académica, en la primera es vital la administración y ejecución de un estilo misionario y de visión que se transmite de manera permanente en un ambiente universitario tangible e intangible en el cual la memoria histórica ayuda a direccionar el rumbo. Sobre este orden de ideas es posible mencionar que según Vallaeys (2014), una filosofía de gestión representa el conjunto de postulados que traducen la doctrina fundamental de la institución, estableciendo su razón de ser, dirección de desempeño, conducción y sus modalidades de acción.

La filosofía institucional tiene como base la declaración de los principios y es marco de referencia de la misión. Su manifestación se basa en la integridad ética-moral de la institución, además de su compromiso con la sociedad. No todas las instituciones de enseñanza superior le brindan la debida importancia a su filosofía, por cuanto, se trata de su identidad y postura frente a su responsabilidad como ente dinámico, respecto a sus componentes y los demás



grupos sociales vinculados a su existencia y funcionamiento. Sin principios sin misión es muy difícil, sino imposible, pensar en los objetivos que se pretenden alcanzar, en las acciones que esto implica, en los medios y recursos que se requieren y en establecer un proceso efectivo de mejora continua que involucre a todos.

Adicionalmente, si bien las universidades tienen capacidades de decisión sobre aspectos extremadamente relevantes vinculados a su misión, actividades y relaciones, constantemente están sujetas a regímenes normativos y estilos de gestión que limitan su discrecionalidad y regulan su estructura y funcionamiento, sus relaciones con la autoridad de política universitaria y su régimen administrativo.

En este sentido, todos estos elementos se reflejan en la vida cotidiana de la universidad. Las percepciones de la identidad se desarrollan bajo un ejercicio de autorreflexión, a través del cual los individuos ponderan sus capacidades y potencialidades como parte de un autoconocimiento como miembro de un grupo o comunidad universitaria resaltando una perspectiva sociológica y antropológica desde la dimensión colectiva de la identidad. (Mercado y Hernández, 2010)

Sin embargo, el hecho de que los individuos experimenten que son diferentes a los otros no implica necesariamente que se identifiquen plenamente con el grupo al que pertenecen. Es preciso hacer la distinción entre grado y calidad de la identificación, el grado se refiere a la fuerza con que se experimenta la diferencia con otros grupos; en cambio, la calidad de la identificación equivale a la atracción que siente el individuo hacia el propio grupo.

Esto implica que hay dos niveles de identidad que se manifiestan en los entornos universitarios, el que tiene que ver con la mera adscripción a una comunidad universitaria y el que supone conocer y compartir los contenidos socialmente aceptados por el grupo; es decir, estar conscientes de los rasgos que los hacen comunes y forman el “*nosotros*”.

El logro de estas dimensiones en la percepción de los miembros de una comunidad educativa es complejo ya que intervienen diversos factores



que ponen en crisis a la identidad universitaria en el contexto ecuatoriano, tomando como ejemplo la pérdida de orientación vocacional, la pérdida de valores en los jóvenes, la inestabilidad emocional, las deficiencias en el manejo comunicacional e imagen corporativa o la dependencia curricular de la colonización del saber. Es muy difícil que los sujetos de una comunidad universitaria puedan compartir los principios o valores institucionales pues se requiere que los conozcan y, sobre todo, que coincidan con ellos, o por lo menos con la mayor parte de éstos; de tal manera que les sirvan como marcos de percepción y de interpretación de la realidad, y también como guías de sus comportamientos y prácticas.

De lo anterior, si se hace un paralelismo con lo presentado por Tajfel (1981, citado en Morley, 1982), podemos afirmar que la identidad universitaria se integra de tres componentes: cognitivos, evaluativos y afectivos. Los cognitivos son los conocimientos que tienen los sujetos sobre el grupo al que se adscriben, los evaluativos se refieren a los juicios que los individuos emiten sobre el grupo, y los afectivos tienen que ver con los sentimientos que les provoca pertenecer a determinado grupo.

Esto se relaciona con los criterios emitidos posteriormente por Habermas (1987) cuando reconoció dos fases de integración de la identidad: la primera se refiere a la parte simbólica en la que la homogeneidad del grupo hace posible el predominio de la identidad colectiva sobre la individual. Aquí los individuos se encuentran unidos por valores, imágenes, mitos que constituyen el marco normativo del grupo y, por ende, el elemento cohesionador. La segunda fase es la integración comunicativa, que corresponde a las sociedades modernas, en donde la marcada especialización trae consigo una diversidad de espacios sociales y culturales y una ruptura de creencias; la identidad colectiva se presenta en forma cada vez más abstracta y universal, de tal manera que las normas, imágenes y valores ya no pueden ser adquiridas por medio de la tradición, sino por medio de la interacción comunicativa. La identidad colectiva hoy sólo es posible en forma reflexiva, de modo tal que esté fundamentada en la conciencia de oportunidades generales e iguales de participación en aquellos



procesos de comunicación, en los cuales tiene lugar la formación de identidad en cuanto proceso continuado de aprendizaje (Habermas, 1987).

Cuando la identidad no puede construirse en la base mediante la acción diaria y la plena realización individual (estudiantes, docentes etc) sino a través de la imposición desde el poder (autoridades universitarias) se generan identidades vagas y frágiles en la adscripción del individuo al grupo por medio de la mimesis, la repetición (el eslogan) y los ritos. (Paris, 1990)

Otro constituyente de la identidad universitaria, que es muy importante, se refiere a los valores. El concepto del valor expresa una relación entre los sentimientos de una persona y sus categorías cognoscitivas particulares. El sustrato más profundo de la identidad, junto con las creencias, son el conjunto de valores que hemos internalizado en nuestra experiencia diaria con el mundo en que nos relacionamos. La diferencia entre la creencia y el valor es que este último nos da una dimensión comparativa que nos orienta hacia la aceptación o rechazo de las cosas. (Nucci, 2003; Castro et al., 2017)

La conexión identidad-valores-memoria en los ámbitos universitarios se activa en el curso de las acciones presentes que contribuyen a mantener viva una parte de la memoria anterior, es decir, rescatar anteriores actos del recuerdo. Hay muchos recursos que permiten este tipo de rescate tomando como referentes los museos universitarios, exposiciones o audiovisuales.

Podríamos plantearnos como hipótesis que dentro de la universidad coexisten múltiples identidades, como grupos que hay orientados a una diversa y compleja tarea social, cultural, política y económica. Sin embargo, por su estructura, sus normas, su organización y sus objetivos, son en sí una matriz identitaria que cohesiona, une e integra a sus miembros presentes y pasados, sin perder su diversidad colectiva.

Para que ello se consolide es fundamental prestar atención a la gestión comunicacional, sobre todo tomando en cuenta que existe un ámbito competitivo en la mayor parte de los países desarrollados y, por tanto, las universidades tienen que competir por los estudiantes en los diferentes mercados de captación, muchas veces utilizando como capital simbólico sus



logros, identidad e historia. (Comm y Labay, 1996; Blanco, 2018)

En la actualidad no sólo se deben utilizar los medios tradicionales, sino que la presencia activa tanto en internet como en las redes sociales se hace imprescindible ya que su uso se ha incrementado rápidamente en predomino y popularidad en los últimos años, especialmente entre los alumnos universitarios. Incluso, el propio manejo de las páginas oficiales de las universidades debe apropiarse de manera amigable de todos los recursos semiológicos y tecnológicos que reflejen las expresiones diversas de la comunidad universitaria. (Rojas y Guido, 2021) Las campañas de gestión comunicacional universitaria van acompañadas de un fuerte capital simbólico donde una serie de elementos visuales, históricos, estéticos y tecnológicos se complementan para fortalecer la identidad corporativa.



Capítulo 2

Misión y Visión de la Universidad Ecuatoriana

Desde fines del siglo XX, los modelos de universidad basados en principios fundacionales como la libertad académica y el compromiso en la búsqueda del conocimiento presentan rumbos diversos. La coexistencia de diversos paradigmas ha permitido que las universidades estén más implicadas en servir a la comunidad, conectando la enseñanza e investigación aplicables a la solución de todo tipo de problemas y se ven comprometidas con la inserción laboral de sus egresados alineadas a lo que la sociedad demanda de la universidad.

Uno de los principales retos para las misiones y visiones universitarias lo constituye la aproximación de los modelos de gestión privado al funcionamiento de una economía de mercado. En este modelo, los estudiantes son clientes que buscan conseguir unas habilidades y competencias acreditadas y las universidades compiten por satisfacerlas. De forma paralela, en el ámbito de la investigación se ha producido un incremento de la financiación a través de contratos y una más estrecha colaboración con la industria y el sector privado. La transformación de las misiones y visiones permiten desarrollar el conocimiento científico, tanto puro como aplicado, transmitirlo mediante la formación, la publicación y la divulgación, y transferirlo a las organizaciones del entorno (empresa, entidades públicas, organizaciones sociales, etc.), de forma que impulse la innovación y favorezca el desarrollo económico y social en su entorno bajo un espíritu emprendedor en crecimiento.

La transferencia de conocimiento mediante estudios, proyectos bajo contrato, investigación en colaboración, creación de empresas de base tecnológica resultado de investigaciones, explotación de patentes, etc. se convierte en una actividad básica de la universidad. Para fomentar las incubadoras empresariales, los equipos científicos y tecnológicos o los espacios de innovación, a las misiones clásicas de la universidad se le ha venido a sumar el componente innovador y de emprendimientos.

En el ámbito ecuatoriano las condiciones del entorno universitario son fundamentales para lograr una estabilidad y calidad de los procesos de las

IES ya que se desenvuelven en ambientes dinámicos con crecientes niveles de incertidumbre en los ámbitos social, político y económico que inciden en las condiciones y en la disponibilidad de los recursos para su operación. Los recortes presupuestarios en el plano estatal atentan contra la misión y visión de muchas instituciones públicas que se ven imposibilitadas del logro de sus objetivos.

El conocimiento universitario —o sea el conocimiento científico producido en las universidades o instituciones separadas de las universidades pero que comparten el mismo ethos universitario— fue a lo largo del siglo XX un conocimiento predominantemente disciplinar, cuya autonomía impuso un proceso de producción relativamente descontextualizado con relación a las necesidades del mundo cotidiano de las sociedades. Se coincide con los criterios de Mejías (2020) cuando se resalta que en pleno siglo XXI la mirada multidisciplinar de los fenómenos, los planes de estudio, los procesos investigativos y la vinculación con la sociedad se convierten en desafíos permanentes para los reajustes de las misiones universitarias.

Para sobrevivir, las universidades tienen que estar al servicio de dos ideas maestras—sociedad de la información y economía basada en el conocimiento— y por eso tienen que ser ellas mismas transformadas a través de la tecnología de la información y de la comunicación, y de los nuevos tipos de gestión y de relación entre los trabajadores del conocimiento, y entre estos y los usuarios o consumidores. (De Sousa, 2010)

Ese conocimiento pluri-universitario es un conocimiento contextual en la medida en que el principio organizador de su producción es la aplicación que se le puede dar, de ahí el diálogo permanente de las universidades con los entornos globalizadores y regionales. La aplicación de soluciones a los problemas que ocurren en extramuros, la determinación de los criterios de relevancia de estos son el resultado de un acuerdo entre investigadores y usuarios, docentes y emprendedores, universidades y alcaldías etc. Es un conocimiento transdisciplinar que, por su propia contextualización, obliga a un diálogo o confrontación con otros tipos de conocimiento, lo que lo convierte



internamente en más heterogéneo y más adecuado para ser producido en sistemas abiertos menos perennes y de organización menos rígida y jerárquica. Todas las distinciones en las que se apoya el conocimiento universitario que sostienen las misiones y visiones de la Universidad son cuestionadas por el conocimiento pluriversitario, y en el fondo es la propia relación entre ciencia, tecnología y sociedad (enfoque CTS) la que está cuestionada.

La sociedad deja de ser un objeto de las interpelaciones de la ciencia, para ser ella misma sujeto de interpelaciones a la ciencia. Todo eso obliga al conocimiento científico a confrontarse con otros conocimientos y exige un nivel de responsabilidad social más elevado a las instituciones que lo producen, y por lo tanto también a las universidades.

Se trata del impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en la proliferación de fuentes de información y en las posibilidades de enseñanza-aprendizaje a distancia. La universidad es una entidad con un fuerte componente territorial que es bien evidente en el concepto de campus.

En esa territorialidad, en combinación con el régimen de estudios, se vuelve muy intensa la co-presencia investigativa y la comunicación presencial. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación cuestionan esta territorialidad. Con la conversión de las nuevas tecnologías en instrumentos pedagógicos, la territorialidad es puesta al servicio de la extraterritorialidad y la exigencia de la co-presencia comienza a sufrir la competencia de la exigencia de estar online.

Precisamente, estas nuevas demandas inciden en la transformación de la universidad ecuatoriana en correspondencia con las demandas de la Cuarta Revolución Industrial (Schwab, 2018). Desde el inicio del siglo XXI se ha acelerado la convergencia de las tecnologías digitales, físicas y biológicas, lo que ha permitido nuevos desarrollos en los campos de la inteligencia artificial, la automatización, la comunicación y el trabajo.

¿Cómo se alinean a todos estos desafíos las universidades ecuatorianas? Si observamos la Tabla 1 elaborada tomando en cuenta una decena de las



principales universidades ecuatorianas por su antigüedad, alcance y proyección nacional e internacional; se evidencian algunas lecturas analíticas sobre sus misiones y visiones.

Tabla 1

Misiones y visiones de universidades ecuatorianas.

| Universidad | Año de fundación | Misión | Visión |
|---------------------------------------|------------------|---|---|
| Universidad Central del Ecuador (UCE) | 1620 | Ofrecer acceso al conocimiento y cultura universal y generar investigación de excelencia integrada al desarrollo humano del Ecuador, a través de la formación en grado y posgrado, de la práctica de la investigación social y Ofrecer acceso al conocimiento y cultura universal y generar investigación de excelencia integrada al desarrollo humano del Ecuador, a través de la formación en grado y posgrado, de la práctica de la investigación social y experimental, y de la vinculación con la sociedad mediante una gestión apropiada. Crear y difundir el conocimiento científico-tecnológico, arte y cultura, formar profesionales, investigadores y técnicos críticos de nivel superior y crear espacios para el análisis y solución de los problemas nacionales. | La UCE se proyecta como una de las mejores universidades públicas del país y de la región, internacionalizada, con carreras y programas pertinentes en todas las áreas del conocimiento, con una significativa incidencia en el desarrollo humano a través de sus programas de investigación y de vinculación con la sociedad. Liderará la gestión cultural, académica, científica y administrativa del sistema nacional de educación superior, para contribuir al desarrollo del país y de la humanidad, insertándose en el acelerado cambio del mundo y sus perspectivas. |
| Universidad Nacional de Loja (UNL) | 1867 | Formación académica y profesional, con sólidas bases científicas y técnicas, pertinencia social y valores; la generación y aplicación de conocimientos científicos, tecnológicos y técnicos, que aporten al desarrollo integral del entorno y al avance de la ciencia; el fortalecimiento del pensamiento, la promoción, | La UNL al 2030 lidera y desarrolla, con pertinencia, responsabilidad social y de manera articulada: la formación del talento humano con alto nivel académico-científico, sensibilidad y compromiso humanista; la investigación colaborativa por dominios científicos, tecnológicos e |



| | | | |
|------------------------------------|------|---|--|
| | | desarrollo y difusión de los saberes y culturas; y, la prestación de servicios especializados. | innovación; y, la vinculación con la sociedad, a través de proyectos de transferencia de conocimientos en correspondencia con los requerimientos del desarrollo local, regional, nacional y binacional; en el marco de un modelo de gestión institucional innovado y de mejora continua. |
| Universidad de Cuenca (UCuenca) | 1867 | Formar profesionales y científicos comprometidos con el mejoramiento de la calidad de vida, en el contexto de la interculturalidad y en armonía con la naturaleza. La Universidad se fundamenta en la calidad académica, en la creatividad y en la innovación, su capacidad para responder a los retos científicos y humanos de la época y sociedad regional, nacional e internacional equitativa, solidaria y eficiente. | La UCuenca se proyecta como una institución con reconocimiento nacional e internacional por su excelencia en docencia con investigación y vinculación con la sociedad; comprometida con los planes de desarrollo regional y nacional; que impulsa y lidera un modelo de pensamiento crítico en la sociedad. |
| Escuela Politécnica Nacional (EPN) | 1869 | La EPN es una Universidad pública, laica y democrática que garantiza la libertad de pensamiento de todos sus integrantes, quienes están comprometidos con aportar de manera significativa al progreso del Ecuador. Formamos investigadores y profesionales en ingeniería, ciencias, ciencias administrativas y tecnología, capaces de contribuir al bienestar de la sociedad a través de la difusión del conocimiento científico que generamos en nuestros programas de grado, posgrado y proyectos de investigación. Contamos con una planta docente calificada, estudiantes capaces y personal de apoyo necesario para responder a las demandas de la sociedad ecuatoriana. | En el 2024, la EPN busca ser una de las mejores universidades de Latinoamérica con proyección internacional, reconocida como un actor activo y estratégico en el progreso del Ecuador. Forma profesionales emprendedores en carreras y programas académicos de calidad, capaces de aportar al desarrollo del país, así como promover y adaptarse al cambio y al desarrollo tecnológico global. Posiciona en la comunidad científica internacional a sus grupos de investigación y provee soluciones tecnológicas oportunas e innovadoras a los problemas de la sociedad. La comunidad politécnica se destaca por su cultura de excelencia y dinamismo al |

| | | | |
|---|------|---|--|
| | | | servicio del país dentro de un ambiente de trabajo seguro, creativo y productivo, con infraestructura de primer orden. |
| Universidad de Guayaquil (UG) | 1897 | Generar, difundir y preservar conocimientos científicos, tecnológicos humanísticos y saberes culturales de forma crítica, creativa y para la Innovación social, a través de las funciones de formación, Investigación y vinculación con la sociedad, fortaleciendo profesional y éticamente el talento de la nación y la promoción del buen vivir, en el marco de la sustentabilidad, la justicia y la paz. | La visión de la UG es ser una institución de Educación Superior liderazgo prospectivo nacional e Internacional en el campo de sus dominios científicos, tecnológicos y humanísticos; comprometidos con la democracia cognitiva, el diálogo de saberes, el desarrollo sustentable y la innovación social. |
| Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE) | 1946 | Buscar constantemente la verdad y la promoción de la dignidad humana en todas sus dimensiones, mediante la investigación, la conservación y comunicación del saber, y la vinculación con la sociedad, para el desarrollo sostenible e integral, nacional e internacional. | La PUCE es el referente nacional en formación integral e inclusiva con impacto social. La innovación, agilidad y compromiso identifican su cultura organizacional. Es reconocida internacionalmente por su producción científica y la calidad de sus estudiantes y docentes. |
| Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) | 1958 | Cooperamos con la sociedad para mejorar la calidad de vida y promover el desarrollo sostenible y equitativo, a través de formación profesional íntegra y competente, investigación e innovación. | Ser una comunidad académica consolidada, con altos estándares internacionales, de líderes creativos e innovadores que respondan de forma oportuna a las necesidades de la sociedad. |
| Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (ESPOCH) | 1969 | Ser la institución líder de docencia con investigación, que garantice la formación profesional y de investigadores, la generación de ciencia y tecnología para el desarrollo humano integral, con reconocimiento nacional e internacional”. | Formar profesionales e investigadores competentes, que contribuyan al desarrollo sustentable del país y a la construcción de la sociedad del buen vivir”. |



| | | | |
|---|------|--|--|
| Universidad San Francisco de Quito (USFQ) | 1988 | La USFQ busca formar individuos librepensadores, innovadores, creativos, emprendedores en el marco de las Artes Liberales y bajo sus principios fundacionales. | La USFQ busca ser una universidad de excelencia en todas sus actividades y única en el mundo dadas sus capacidades dentro de la filosofía de Artes Liberales y sus principios fundacionales. |
| Universidad de Especialidades Espíritu Santo (UESS) | 1993 | Servir a la sociedad mediante la generación de entornos de aprendizaje para la formación integral de personas que, a través de la docencia, investigación y vinculación, contribuyan al desarrollo del país. | La UEES se visualiza como un centro de docencia, investigación y orientación que aporta alternativas para el desarrollo del país. |

Llama la atención que muchas de estas universidades tienen misiones que fueron elaboradas hace muchos años y requieren de actualización en correspondencia con los nuevos tiempos que corren. Existen posicionamientos diversos y pocas menciones al trabajo universitario centrado en los siguientes aspectos:

- La misión de salvaguardar, investigar y promocionar los saberes ancestrales y los principios de interculturalidad en armonía con el medio ambiente.
- La innovación no es mencionada en la mayoría de las misiones de las universidades seleccionadas lo que dificulta la modernización y los planteamientos académicos e investigativos institucionales que giren en torno a aspectos como la robótica, la tecnología o la virtualidad de la enseñanza.
- El pensamiento crítico es apenas señalado en las misiones de dos de las universidades seleccionadas, mostrando las fisuras existentes en la actualidad en muchos centros de enseñanza superior en el que predominan el pensamiento memorístico.

La prestación de servicios especializados es reconocida solamente por una de las universidades seleccionadas, por lo que los acercamientos con diferentes instituciones, sectores sociales, empresas o GADs, deben seguir



profundizándose basado en una permanente colaboración.

Por otra parte, si nos enfocamos en las misiones vigentes, continúan observándose incongruencias y poca claridad de los desafíos futuros, como se señala a continuación:

- Se requiere una mayor claridad sobre los procesos de proyección internacional que permitan visibilizar en los diferentes rankings a las universidades ecuatorianas en correspondencia con indicadores de calidad a nivel mundial.
- Solo dos universidades seleccionadas están alineadas con la Agenda 2030 y proyectan sus misiones para este próximo ciclo de manera estratégica.
- La búsqueda de la excelencia en todos sus procesos es mencionada por la minoría, lo que requiere mayores compromisos y exigencias a lo interno de cada una de las instituciones.

En todo este contexto transformador, el impulso de un nuevo enfoque en las políticas públicas permitiría transitar de un sistema cerrado de educación superior centrado en las tradicionales formas de operar de las IES a un sistema abierto, flexible, innovador, articulado y dinámico que potencie la contribución de las IES y faciliten la construcción de una mejor sociedad

En la Declaración de la Conferencia Mundial de Educación Superior celebrada en París en el 2009 se planteó que: “en ningún momento en la historia ha sido más importante invertir en la educación superior como una fuerza importante en la construcción de una sociedad del conocimiento y la diversidad; el promover la investigación, la innovación y la creatividad” (UNESCO, 2009, p. 1).

La formación integral del estudiante está en riesgo, por lo que todos los esfuerzos deben ir dirigidos a seguir promoviendo los valores éticos, morales y culturales y el vínculo universidad-sociedad a través de sus diferentes formas de manifestación (difusión de la cultura científica, tecnológica, socio-



humanística, político-ideológica, de salud, entre otras); además de la prestación de servicios a la comunidad universitaria y a la población en general. Para que la sociedad contemporánea pueda trascender a los problemas ocasionados por una alta polarización distributiva, violencia, corrupción, irrespeto, falta de moral y crisis de valores, la educación superior debe realizar cambios y asumir dimensiones de moralidad y espiritualidad más firmes.

Por otro lado, se debe fomentar el desarrollo de una cultura de planificación, evaluación de resultados y de rendición social de cuentas, que coadyuve a ser más pertinente el impacto de las instituciones. No obstante, aún deben intensificarse los esfuerzos en este sentido, pues si bien se pueden significar algunos logros en estas áreas, quedan por resolverse todavía un conjunto de problemas importantes que lastran dichas aspiraciones, y muchos de ellos encuentran entre sus causas, insuficiencias vinculadas a la gestión.

Según la UNESCO (2009) hay tres aspectos claves que determinan la posición estratégica de la educación superior en la sociedad nuestra: la pertinencia, la calidad y la internacionalización. Para que ello ocurra se deben considerar tres elementos:

- Expansión cuantitativa. La tasa bruta de escolarización superior ha aumentado. En la composición de la población estudiantil aparecen nuevos grupos de edades, nuevas demandas educativas y la matrícula femenina se ha incrementado notablemente, superando a la masculina en varias disciplinas y en la matrícula total.
- Diferenciación de las estructuras institucionales de los programas de estudio. La uniformidad de los programas de estudio de las diferentes carreras, para todas las universidades es uno de los desafíos que tenemos que afrontar.
- Restricciones financieras. Se han vuelto perjudiciales para el funcionamiento general de la educación superior, afectando su calidad y dificultando las tareas de investigación.



Se necesita una nueva filosofía política, social y económica, que desarrolle nuevos paradigmas que hagan más real la aproximación a la libertad, igualdad y solidaridad entre los hombres. Pero la universidad no debe descuidar sus niveles académicos ni su misión esencial, que es la búsqueda del saber y la verdad.

En dicho proceso de validación del entorno de las universidades no se puede descuidar la recuperación de lo público, aunque la gestión sea realizada desde lo estatal o el ámbito privado, priorizando una apropiación de su producción, disfrute y resultados, que es sobre todo social.

Se debe atender desde los entornos de los recintos privados del campo universitario el acceso, tránsito y egreso de la universidad de una mayor cantidad de jóvenes y la despatriarcalización del campus universitario abriéndose cada día más a la innovación científica en la sociedad. Por el rezago que tiene el país en investigación, debe ser prioridad de la cooperación internacional la transferencia tecnológica y de conocimientos que apunten a una satisfacción de necesidades básicas más eficiente y con calidad, así como a la consolidación de la industria nacional. (Ramírez, 2010)

La evidente crisis ecuatoriana en la correlación PIB-I+D es un tema en el que Espín (2020) ha profundizado:

Mientras países asiáticos contribuyen cada vez más a la I+D, América Latina está rezagada, según el reporte mundial de innovación de 2019. Entre el 2012 y 2014, el 74,4% de la inversión en innovación en el Ecuador, fue de origen privado y, apenas el 5% de origen gubernamental. A nivel mundial, la inversión promedio en I+D corresponde al 2% del Producto Interno Bruto, PIB; países de la región, como Brasil, destinan el 1,2% del PIB. En Ecuador, la inversión es mucho menor, en 2020 constituyó apenas el 0.47% del PIB. Eso significa que, el Ecuador está bastante rezagado, incluso para la región. Y que no se cumple con la inversión mínima en I+D, que debería ser del 0.55% del PIB, según el Código Ingenios (p. 2).



El consiguiente desfinanciamiento y la descapitalización de la universidad pública, junto con la emergencia de un nuevo mercado universitario que desborda los límites nacionales, configuran un marco de acumulación primitiva por parte del sector privado a costa del sector universitario público. Estos dos procesos —la disminución de la inversión del Estado en la universidad pública y la globalización mercantil de la universidad— son las dos caras de una misma moneda, que refleja un proyecto neoliberal de política universitaria de alcance global, destinado a transformar profundamente la educación universitaria en un amplio campo de valorización del capitalismo.

Frente a este embate neoliberal, se identifican y justifican los principios básicos de una reforma democrática y emancipatoria para la universidad pública. Esta reforma se puede apoyar en las nuevas tecnologías de información y comunicación, y en la constitución de redes nacionales y transnacionales donde circulen nuevas pedagogías, novedosos procesos de construcción y difusión de conocimientos científicos y compromisos sociales. De esta manera la universidad pública se puede convertir en el punto de avanzada de una globalización contrahegemónica, alternativa y solidaria. (De Sousa, 2010)

Existe otro elemento que es en la actualidad un desafío adicional y está presente como columna vertebral en todos los procesos universitarios afectando la puesta en práctica de las misiones y visiones: la burocracia. Sobre esto ya nos advertían Bauman y Donskis (2017) al reconocer que el sistema académico ha sido invadido por la burocracia, cuyo lenguaje empresarial recuerda la neolengua orweliana: “Una aproximación instrumental a la cultura delata inmediatamente un desdén tecnocrático hacia el mundo de las artes y las letras o una apenas disimulada hostilidad hacia los valores y la libertad humana” (p. 56).

Algunos de los factores que desde los procesos burocráticos afectan el accionar de los docentes se encuentran:

- Entre obtener un doctorado, preparar y dar clases, corregir trabajos y tesis, revisar textos de colegas, e investigar y publicar a marcha forzada, los docentes encuentran dificultades para conectarse con el alumnado



con serias crisis de salud ante la demanda de ser ‘más productivos’.

- Se encuentran agobiados por los constantes ajustes internos derivados de los cambios de reglamentos, currículos y syllabus de las materias docentes.
- No existe una estabilidad en algunas cátedras por lo que los docentes deben improvisar cada semestre en el que se le asigna nuevas asignaturas.

Definitivamente se hace difícil lograr un engranaje perfecto entre todos los componentes, instituciones, el papel de las autoridades y del Estado, la situación económica del país y los cambios acelerados a nivel mundial para contar con misiones y visiones de relevancia y sin necesidad de actualización. No obstante, el papel de la universidad ecuatoriana sigue fortaleciéndose y posicionándose a nivel nacional e internacional con la claridad de que los desafíos estarán siempre para impulsar los cambios necesarios, a los que llegarán a tiempo muy pocas universidades.



Capítulo 3

¿Cómo gestionar y comunicar la filosofía e identidad universitaria ecuatoriana?



Uno de los recursos fundamentales para guiar y promover la filosofía e identidad universitaria lo constituyen los manuales de identidad o imagen universitaria. Es usual que muchas instituciones de enseñanza superior se preocupen por la estandarización en el manejo de su imagen para que la comunidad universitaria conozca y aplique correctamente el desarrollo de todos los productos comunicacionales que se generen a nombre de la institución. Autores como Currás (2010), González (2004) y Rowden (2003) han establecido algunos principios elementales para el diseño de estos manuales acerca de la conformación de los sistemas gráficos que permiten apreciar ciertos lineamientos generales a considerar en su organización tales como la taxonomía de los identificadores visuales (logotipo, logosímbolo, isotipo, etc.) así como la estructura y niveles comunicacionales de la empresa. Algunas de las denominaciones más comunes son: “Manual de identidad corporativa”, “Manual de Identidad Institucional” o “Manual de Identidad Visual”. Si bien las dos primeras expresiones no son necesariamente incorrectas, aluden tanto a elementos visuales como no visuales de la identidad de la empresa o institución. La importancia creciente de los manuales frente a condicionantes complejas en el ámbito educativo global permite que los estamentos universitarios tengan un respaldo de materiales comunicacionales para la difusión de información y actividades de manera apropiada, además contienen información institucional útil para identificar las diferentes expresiones de la misión, visión, filosofía, valores y principios universitarios que guíen el proceder de la comunidad. (Grisolía, 2013)

El manual conforma una herramienta indispensable en el proceso de identidad, manteniendo una uniformidad en la información institucional proyectada, de esta forma los mensajes, nociones filosóficas, logotipo, colores y demás elementos usados por la universidad para comunicarse con su entorno son fundamentales para fortalecer entre los miembros de la comunidad universitaria y sus audiencias externas la seguridad, solidez, confianza y razón de ser de la universidad. (Llovera, 2000)

La primera de las dimensiones analizadas se refiere al nombre o enfoque



de los manuales utilizados por las diferentes universidades estudiadas: del ámbito internacional se analizaron la Universitat Rovira i Virgili, Pontificia Universidad Javeriana, Universidad de Colima, Universidad de Lima, Universidad de Navarra y Universidad de Almería. En el caso ecuatoriano se analizó los manuales de: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Universidad de Cuenca, Universidad Nacional de Chimborazo y la Universidad Metropolitana. La mayoría de las instituciones coinciden con la denominación de Manual de Imagen o Marca Corporativa. Evidentemente se nota una mirada desde el ámbito específico del diseño de identidad, la imagen corporativa se refiere a la percepción que se tenga de la empresa o institución (se trata de una representación figurada de un modelo original), mientras que la identidad corporativa alude al ser de la empresa, englobando características y atributos que trascienden lo meramente visual.

Esto ha provocado carencias en la concepción de la identidad universitaria desde sus diversas expresiones lo cual genera resultados parcializados en este tipo de manuales que se centran más en ordenar los aspectos comunicacionales, de simbología e imagen. Esto coincide con los criterios de Capriotti (1999) cuando se refiere a que los institutos universitarios, y muchos departamentos y servicios han ido generando símbolos propios, de forma dispersa y sin un criterio común. Por eso, se ha observado que muchas universidades prefieren mantener símbolos para los usos solemnes y protocolarios, a la vez que se ha creado una nueva identidad corporativa, destinada a los usos académicos, administrativos y sociales, que puedan convivir en condiciones de igualdad con los de otras instituciones.

Por otra parte, la dimensión estructural de los manuales comparados permite identificar, en correspondencia con sus enfoques corporativos y de imagen, que en el 84% de las universidades analizadas estos documentos se centran fundamentalmente en logos, escudos, cromática, banderas, identificación de documentos, departamentos y objetos promocionales que, si bien ayudan a posicionar la imagen e identidad universitaria, quedan incompletos como producto final. Es evidente que hay una necesidad de combinar todos estos



elementos con la información actualizada acerca de la filosofía, misión, visión, valores, principios, a niveles generales de la institución y particulares de cada una de las facultades. (Camacho y Carrasquero, 2020)

Con relación al aspecto temporal, se constata que la mayoría de los manuales analizados se aprobaron en los últimos cinco años. Esto evidencia una mirada al interior de las universidades en una búsqueda de posicionarse y trascender, combinando la modernidad con la tradición en un contexto convulso, en el que los sentidos de pertenencia y la responsabilidad social de las instituciones educativas se vuelven frágiles ante marcos administrativos, incertidumbres económicas, competencias externas y la digitalización del conocimiento.

Finalmente se tomó en cuenta la responsabilidad en la elaboración de los manuales de imagen o identidad para poner en evidencia la gestión de estos aspectos al interior de las universidades y, se observa que la mayoría de ellos recae en los Departamentos de Comunicación o Marketing de las instituciones universitarias cuando se pudieran incluir otras dependencias de facultades o vicerrectorados para brindarle una mirada más amplia y democrática de los actores involucrados en el proceso.

Otro recurso importante desde el punto de vista comunicacional y que a nivel mundial, latinoamericano y ecuatoriano está tomando un mayor reconocimiento es la creciente existencia de museos universitarios. Este elemento es un recurso valedero para promover los valores, desde una identidad y filosofía institucional y ha dejado como resultado una realidad bien dispar que revela potencialidades y deficiencias que deben ser analizadas cuidadosamente para obtener una proyección de soluciones efectivas.

Esto nos permite plantearnos algunas interrogantes problemáticas ¿son los museos universitarios una solución a la pérdida de valores de la comunidad universitaria? ¿Pueden los museos universitarios promover una mayor identidad al interior de las universidades? ¿Se tienen experiencias positivas en el contexto ecuatoriano con la implementación de museos universitarios?

Como punto de partida es necesario decir que toda universidad pública o privada tiene su filosofía para concebir la educación en los valores y lograr con



ello la formación integral de sus alumnos. En este sentido es imprescindible ahondar en la esencia de la filosofía de toda universidad con la intención de delinear lo que se considera el humanismo o laicismo a partir de los valores, principios e ideales que están inscritos en la misión y la visión del legado de estas instituciones.

En el ámbito educativo, la identidad se manifiesta como la toma de conciencia de las diferencias y las similitudes referidas a comunidades, grupos sociales y entidades con procesos históricos similares o disímiles. El tratamiento a la dimensión identitaria de la educación implica la cosmovisión integral de los diferentes ámbitos de resolución social, natural y cultural del fenómeno, donde las relaciones del pasado y del presente se resumen en las culturas, proyecciones espirituales, imaginario social, formaciones político sociales, modos de producción y de vida; que han adoptado desde el pasado formas económicas, sociales y culturales propias.

La universidad cumple con su cometido cuando aviva la conciencia del educando, invita a la construcción de la identidad en función de los valores asumidos en su ideario e imprime en ellos la vocación de servicio. En este sentido, la identidad universitaria no es sólo pertenencia, es sentir orgullo, mantener un compromiso, aportar creatividad, valorar lo que representa y disfrutar del conocimiento que, a través del tiempo, ha podido preservarse y enriquecerse.

Se trata, en definitiva, en hacer resurgir los valores desde la escuela en la vida de cada uno y en la comunidad, donde los valores y actitudes como la solidaridad, el respeto, la tolerancia, la amistad, la convivencia, el diálogo, la interculturalidad, etc., tengan su presencia real. Es por esta necesidad, que a partir de aquí hablamos de una necesaria educación en valores (Díaz, 2006; Alonso, 2004).

Es importante tomar en cuenta en este proceso la filosofía de la educación por ser la rama de la filosofía que trata de la reflexión sobre los procesos educativos vividos por el hombre, los sistemas educativos, la sistematización sobre los métodos de enseñanza aplicados en clase y otros temas relacionados



con la pedagogía, para trabajar como un incentivo y cuestionar la capacidad de aprendizaje que tiene el estudiante. (Vigotski, 1987)

Por otra parte, toda universidad tiene su filosofía para concebir la educación en los valores y lograr con ello la formación integral de sus alumnos y en estos tiempos es imprescindible ahondar en su esencia con la intención de delinear lo que considera la cultura y humanismo, esto a partir de los valores, principios e ideales que están inscritos en la misión y la visión del legado de toda universidad. (Álvarez, 1999).) Esto implica que toda educación basada en los valores debe permitir a los alumnos tener una actitud reflexiva, de juicio y de una consciencia en su tarea, permitiéndoles tener muy claro su futuro y disponerse a enfrentar los retos que demanda toda sociedad.

Desde un punto de vista museográfico, el estudio de los museos universitarios aumenta en los últimos años tras la creación en el año 2000 de un comité especializado, para su estudio y fomento, en el seno del Consejo Internacional de Museos (ICOM), impulsado por *Stanbury* de la Universidad Macquarie de *New South Wales*. Especialistas en este tema son *Stanbury* y *Wallace* en Australia, *Mortara Almeida* en Brasil (país del continente americano con más museos universitarios), *Arnold Foster* en el Reino Unido, *Van Den Driessche* en Bélgica, *Tirrell* y *Holo* en los Estados Unidos, *Lourenço* en Portugal, *Weber* en Alemania, *Tucci* en Italia, o en España. (Alfageme et al., 2006)

Los museos universitarios tal y como se entienden en la actualidad se originan en Inglaterra en el siglo XVIII y desde principios del siglo XIX los hallamos ya asentados en las principales universidades norteamericanas, desde donde el modelo se ha exportado a otras latitudes. Las colecciones universitarias son heterogéneas: galerías de retratos de rectores, obras de arte más o menos relevantes —la pintura mural es frecuente en muchos recintos universitarios—, animales y plantas, máquinas e inventos, acervos heredados o depositados procedentes de particulares o de otras instituciones. (Galí, 2006)

Sin embargo, la conceptualización y tipologías del museo universitario han ido transformándose y en la actualidad podemos definir al museo universitario como una institución al servicio de la comunidad universitaria, y que vincula a

ésta y la sociedad. Coadyuva en la comprensión, interpretación, preservación, reforzamiento, fomento y difusión del patrimonio, en un contexto de pluralismo y diversidad. Mediante la adquisición permanente y o temporal, conservación, estudio, exposición y difusión de bienes materiales e inmateriales, con fines de estudio, educación y recreo, contribuye a proteger y consolidar los valores tanto de la comunidad universitaria como de la sociedad. (Marco, 2002)

Es en el siglo XX cuando se multiplican las colecciones de arte y museos en las universidades de América, son los museos universitarios norteamericanos los que van a la cabeza, los que más actividades realizan y “los que han incorporado al mundo de la museología nuevas propuestas tanto en alternativas de ocio como en autofinanciación” (Marco, 2002, p. 68).

En el contexto latinoamericano los países que mayor desarrollo de museos universitarios presentan lo constituyen Chile, Argentina, Perú, Brasil y México. Las redes de trabajo de investigación en ese sentido han permitido que se creen espacios de reflexión en torno a la realidad de los museos universitarios como los Encuentros de Museos Universitarios del Mercosur y de Latinoamérica y el Caribe, realizados de forma paulatina desde ya un lustro.

En el Ecuador a diferencia del resto de los países latinoamericanos mencionados, los museos universitarios se fueron desarrollando paulatinamente en el siglo XX. Al igual que la mayoría de las universidades de mayor tradición en la región, estos primeros recintos tuvieron la particularidad de ir conformando sus colecciones asociadas a la actividad científica de algunas facultades de ciencias biológicas, físicas o de las ciencias sociales con un gran destaque para el aporte arqueológico. Por otra parte, muchos profesores o donantes de diferentes objetos también han contribuido con estas especies de gabinetes de curiosidades que aún sobreviven en el campo universitario ecuatoriano.

En 1925 fue creado el primer museo universitario ecuatoriano, el “Museo Arqueológico Nacional” adscrito a la Universidad Central, aprobado por el Consejo Universitario siendo su rector en ese momento el Doctor Isidro Ayora. Es el más antiguo del país y guarda un patrimonio de singular importancia, tanto por su calidad arqueológica como por el alto nivel académico de sus



donantes e investigadores. Su primer director fue el científico alemán Max Uhle, traído al país por el eminente investigador Don Jacinto Jijón y Caamaño. En el año 1959 se incorporó a la colección original una muestra de cráneos y objetos indígenas contemporáneos, con lo cual adquirió el carácter en museo antropológico y etnográfico, bajo la dirección del doctor Antonio Santiana, que hizo importantes contribuciones a la antropología física y cultural. Luego de una reciente renovación, el museo cuenta con dos salas de exposición y un salón de audiovisuales. Cuenta con un moderno funcionamiento y pone a disposición sus publicaciones. La concepción teórica del museo de la Universidad Central contribuye a desvanecer el mito de América como el continente inferior y sin memoria histórica (Jara-Chávez, 2010)

Desde ese momento la Universidad Central del Ecuador fue desarrollando diferentes colecciones que le dieron vida a otros museos como el Herbario Alfredo Paredes, Museo Laboratorio de Zoología y Anatomía Comparada Gustavo Orcés, Museo de Historia Natural de la Facultad de Filosofía, Museo de Ciencias de la Tierra de la Facultad de Ingeniería en Geología, Minas, Petróleos y Ambiental, Museo Zoológico de la Facultad de Ciencias Químicas, Laboratorio Vivo de la Estación Científica Juri Juri Kawsay y el Museo Antropológico Antonio Santiana de la Facultad de Filosofía.

Por la antigüedad, complejidad e importancia que estos espacios presentan para el campus universitario, la Comisión de Legislación del Consejo Universitario elabora un Reglamento para la Administración y Manejo de Museos para potenciar el trabajo y la historia de cada uno de ellos.

A partir de mediados del siglo XX fueron incrementándose estos recintos, tal es el caso del Museo Jacinto Jijón y Caamaño de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Este museo surge gracias a las investigaciones arqueológicas y estudios estratigráficos de Jijón y Caamaño que definieron la primera secuencia cultural del Ecuador precolombino. Este museo universitario se encuentra dotado de tecnología de última generación, es interactivo, pedagógico y lúdico y expone el pensamiento de Jacinto Jijón y Caamaño respecto de su visión de la historia del Ecuador a partir de sus investigaciones arqueológicas,

antropológicas, lingüísticas, etnográficas. La exposición se desarrolla de acuerdo con los ejes temáticos de arqueología, etnografía, arte e historia, y exhibe 1.200 bienes culturales.

Otro recinto museográfico lo constituye el Museo Arqueológico de la Universidad de Cuenca que está adscrito a su Unidad de Cultura. Posee una importante colección compuesta por aproximadamente 5.000 objetos arqueológicos, que recogen la historia y la cultura de nuestras regiones y de los primeros pueblos de una historia milenaria.

Ya durante el siglo XXI se observan otras experiencias como el Museo “Dr. José Reyes Cedeño” de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí que se encarga de aportar en la difusión de la identidad cultural, involucrando en temas de arte y cultura a la comunidad universitaria en general, especialmente a los estudiantes de las diferentes Unidades Académicas. El Rector de La Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Dr. Medardo Mora, en agosto del 2003, atendió el proyecto del Dr. José Reyes, docente universitario, que detallaba la solicitud de la edificación de un museo que acogiera hallazgos arqueológicos, etnográficos, numismáticos, entre otros de las culturas prehistóricas. Es así que el 23 de julio de ese mismo año el Honorable Consejo Universitario aprobó su creación mediante el apoyo del Banco del Estado para realizar su construcción.

Varios aspectos resaltan sobre la realidad de los museos universitarios ecuatorianos. Lo primero es el bajo nivel de representatividad que tienen tomando en cuenta que solo cuatro universidades del país cuentan con estos espacios tan necesarios para salvaguardar la cultura del pasado, que permiten convertirse en espacios pedagógicos, en escuelas del conocimiento y de la imaginación. Es fundamental que otros campus universitarios recreen la memoria histórica, académica, cultural y la expresión de la imaginación.

Otro elemento importante es que la mayoría de estos museos se concentran fundamentalmente en colecciones muy especializadas de diferentes áreas del conocimiento que por su antigüedad fueron aportando diferentes facultades, pero en ninguno de los casos se le ha dedicado un espacio primordial a la historia integral de las universidades. En varios países el museo universitario



ya dejó de ser ese lugar cargado de objetos coleccionables y ha recurrido a la mirada de la historia institucional para promover los valores que la identidad y la filosofía universitaria necesita. En este sentido deben trabajar todas las universidades, en crear estos espacios que le permitan a la comunidad universitaria sentirse representada y a la vez orgullosa de pertenecer a un lugar que puede potenciar ese pasado que desde la pedagogía fomentó logros en materia educativa, cultural deportiva, etc.

La misión de un recinto universitario dedicado a exposiciones museográficas diversas debe generar un interés colectivo sin tener que depender de colecciones solo enfocadas en un área del conocimiento. Debe promoverse el diálogo entre los museos universitarios ecuatorianos para compartir experiencias y conformar una red que implique una colaboración y un intercambio permanente entre ellos.

Las universidades ecuatorianas deben fomentar la creación de espacios museográficos o de cultura que se conviertan en espacios aglutinadores de la comunidad universitaria.

Finalmente, se debe insistir en el uso de las redes sociales en la universidad ya que ayuda a atraer alumnos, conservar a los existentes y motivar a los graduados, los estudiantes de hoy han crecido comunicándose y compartiendo experiencias en redes sociales como Facebook, Snapchat o Instagram. (Rivas, 2019)

Las instituciones educativas tienen como objetivo captar alumnos y mostrar sus programas de aprendizaje, esto crea una necesidad de hacer uso de lo que se tiene y volverse dinámico en los medios de comunicación de la actualidad que son de bajo costo y de alto impacto. Los estudiantes al buscar una universidad se fijan en las instalaciones, formatos de estudios y otros elementos que les permita sentirse identificados y cómodos.

Las universidades se han fijado de lo que los estudiantes están buscando, y las redes sociales son un medio importante para mostrar su campus a los alumnos y sus padres, de esta manera, plataformas como Instagram se vuelven fundamentales al momento de compartir fotos o videos. Es importante



compartir lo que se está realizando dentro de la universidad, publicar fotos, difundir talleres o eventos, ayuda a mostrar a los futuros estudiantes entrantes lo que se está realizando y lo que hace que una universidad sea diferente a otra. Las universidades deben reforzar su identidad digital, teniendo a los estudiantes como protagonistas, la institución debe estar presente siempre en cada uno de los medios de comunicación disponibles en la actualidad y en el que también formen parte sus alumnos, esto también genera un mayor compromiso y responsabilidad al momento de hacer uso de estas redes sociales.

En las universidades hay muchos temas interesantes que se pueden difundir con la creación de contenido, es importante mostrar a través de las redes sociales lo que sus próximos alumnos pueden aprender, negocios, tecnología, innovación, economía, política, difundir eventos importantes dentro de la universidad, conversatorios, juegos deportivos, mostrar como es el ambiente, lo placentero que será para el estudiante cuando este ahí, de esta manera podrás anticiparle al alumno que su sueño de ser alguien mejor y trascender empieza a forjarse ahí, dentro de la universidad.

Para monitorear este último aspecto, se realizó una encuesta a estudiantes de la carrera de Periodismo que permitió evaluar el uso de las redes sociales que realiza la ULVR donde se obtuvieron los siguientes resultados:

1.- ¿Cuáles son las redes sociales oficiales de la ULVR con las que usted interactúa más?

Tabla 2

Redes sociales de la ULVR con las que usted interactúa

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Facebook | 25 | 25% |
| Twitter | 15 | 15% |
| Instagram | 60 | 60% |
| YouTube | 0 | 0% |
| Total | 100 | 100% |



La aplicación de la encuesta nos muestra que el 60% de las personas encuestadas, indica que la red social con más interacción es Instagram, la cual visitan varias veces al día; el 25% indica que Facebook, mientras que el 15% indica que twitter, es decir que Instagram genera más interacción por su contenido y por ser una red social de moda con fácil acceso

2. ¿Cuál es el tiempo promedio de uso que usted realiza en la cuenta oficial de Instagram de la ULVR?

Tabla 3

Tiempo promedio de uso de Instagram

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|-----------------|------------|------------|
| De 0 a 1 Hora | 69 | 69% |
| De 1 a 3 horas | 27 | 27% |
| De 4 a 7 horas | 3 | 3% |
| De 8 a 10 horas | 0 | 0% |
| Más de 10 horas | 1 | 1% |
| Total | 100 | 100% |

La aplicación de la encuesta permite visualizar que el 69% utiliza Instagram de 0 a 1 hora; mientras tanto que el 27% nos refleja que permanecen en esta red social de 1 a 3 horas, es decir que los estudiantes utilizan este tiempo para revisar información en la cuenta de Instagram de la ULVR.

¿Qué redes sociales usted considera que utilizan más los estudiantes de la ULVR para conocer las novedades de la institución?

Tabla 4

Redes sociales que más utilizan los estudiantes de la ULVR

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|------------|
| Facebook | 28 | 28% |
| Instagram | 63 | 63% |
| Twitter | 9 | 9% |
| Total | 100 | 100% |



¿Qué información te gustaría ver en las redes sociales oficiales de la ULVR?

Tabla 5.

Que información te gustaría ver en las redes sociales de la ULVR

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Eventos Universitarios | 10 | 10% |
| Foros para estudiantes | 16 | 16% |
| Humor | 24 | 24% |
| Logros académicos y estudiantiles | 11 | 11% |
| Reconocimiento a los mejores estudiantes | 7 | 7% |
| Información detallada de cada carrera | 6 | 6% |
| Total | 100 | 100% |

La aplicación de esta encuesta permite determinar que el 26% los estudiantes consideran que en las redes sociales oficiales de la ULVR se deben realizar publicaciones de actividades culturales, mientras que el 24% se inclina por las publicaciones de humor.

¿Usted sigue cuentas oficiales de otras universidades ecuatorianas?

Tabla 6

Redes sociales de otras universidades

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|-------------|
| Si | 55 | 55% |
| No | 45 | 45% |
| Total | 100 | 100% |

La aplicación de la encuesta permite visualizar que el 55% indica que si sigue cuentas de redes sociales oficiales de otras universidades; mientras que el 45% no las sigue; es decir que existe un alto porcentaje de estudiantes que siguen las redes sociales de otras universidades.



¿Usted cómo se enteró de las redes sociales de la ULVR?

Tabla 7

Como se enteró de las redes sociales de la ULVR

| Datos | Frecuencia | Porcentaje |
|---|------------|------------|
| Por amigos | 20 | 20% |
| Por los profesores | 25 | 25% |
| Por la publicidad en las redes sociales | 43 | 43% |
| Navegando en Internet | 12 | 12% |
| Total | 100 | 100% |

La aplicación de la encuesta permite visualizar que el 43% indica que se enteraron de las redes sociales de la ULVR por la publicidad en redes sociales; es decir que es importante mantener la publicidad a través de diferentes medios para llegar a más personas.

En un sentido más abierto, ante la interrogante ¿qué recomendaciones usted daría para mejorar el manejo comunicacional de las redes sociales, en especial de la cuenta de Instagram de la ULVR?, en las principales generalidades de las respuestas se han podido identificar las siguientes sugerencias:

- Contestar las inquietudes de los estudiantes de manera rápida.
- Publicar las actividades que se van a realizar durante la semana.
- Hacer un posteo mensual de los estudiantes destacados de cada carrera.
- Publicar información detallada de cada una de las carreras que oferta la institución.
- Darle más promoción a los eventos culturales y deportivos.
- Publicaciones de Humor.
- Publicar logros deportivos de los estudiantes.
- Utilizar más las historias de Instagram.
- Realizar videos en los que se refleje el día a día de los estudiantes.
- Publicar fotos de los estudiantes en su lugar de clases.
- Poner música en la plaza de los fundadores.

- Realizar conversatorios.
- Darle mayor uso a los hashtags para que los estudiantes puedan interactuar.
- Publicar con más frecuencia videos para ofrecerle al público un contenido más vistoso.
- Realizar concursos educativos dirigido a los estudiantes.



Capítulo 4

**Percepciones y desafíos de la filosofía
e identidad universitaria: un estudio
de caso en la Universidad Laica
VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.**



En el caso del presente estudio, la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil surgió del Decreto N° 1536 expedido por el presidente Interino, Clemente Yerovi Indaburu, con el cual se autoriza la creación y funcionamiento de la ULVR, el 10 de noviembre de 1966. Sus primeras facultades creadas fueron: Jurisprudencia, Educación, Arquitectura, Ciencias Económicas e Ingeniería Civil, bajo la responsabilidad del Dr. Leonardo Stagg como Primer Rector.

Las relaciones de integración, como vínculos para el desarrollo del perfil del profesional del estudiante laico, y el desempeño que se espera de los egresados, han caracterizado el proceso pedagógico según las exigencias de la ULVR. Las relaciones con la vida social para la transformación del entorno con la aplicación de una visión holística de los conocimientos de los profesionales laicos han privilegiado la aplicación de un enfoque socio-crítico con miras a la transformación de la sociedad en el contexto de la Universidad.

La finalidad del estudiante laico se relaciona con el proyecto de incorporar a la educación el conocimiento histórico reflexivo, que inspire un nuevo modo de pensar integrado sobre el espacio y el tiempo, motive al redescubrimiento y se recree en él, profundice y consolide las relaciones de identificación con lo institucional, desde las raíces más cercanas para poder desarrollar el proceso docente con iguales objetivos y características. (Tippelt y Lindeman, 2002)

Las aspiraciones del desarrollo profesional con la aplicación a través de la historia institucional laica, según se patentiza en sus objetivos, debe promover la identidad y filosofía en los estudiantes, concebidas en el plano teórico-conceptual del Modelo Profesional, así como en los modos de actuación esperados de este profesional. Para lograr que el futuro egresado deba alcanzar un pensamiento histórico para fortalecer la imagen de la universidad y la historia ecuatoriana, debemos promover las siguientes preguntas: ¿quiénes somos como cultura? ¿Qué criterios definen nuestra identidad y diversidad hoy? Las posibles respuestas están relacionadas con los significados y códigos de las personas que conforman la comunidad universitaria e inciden positivamente en el desarrollo de representaciones históricas. En la reconstrucción de la realidad se debe considerar la aplicación del método



histórico combinado con técnicas de carácter etnográfico y de otras influencias sociológicas, diseñadas para la reconstrucción por los estudiantes de la identidad y filosofía de la universidad a fin de comprenderla, explicarla y valorarla, desarrollar potencialidades para indagarla, descubrirla y comprenderla, en síntesis, investigar en la realidad social y cultural más lejana, contenido que conforma la enseñanza de la universidad desde su contexto hasta su carácter más universal.

En tal sentido es una necesidad no solamente indagar en lo referente a la historia de la universidad sino también de su didáctica; al respecto existen posiciones científicas que apuntan hacia el desarrollo de la relación ciudadana con la localidad, en especial la vinculada a la historia universitaria. (Aimini y Busso, 2001)

Son estas potencialidades las que debe desarrollar el docente a través del proceso de enseñanza-aprendizaje con estrategias didácticas promoviendo la identidad y filosofía en los estudiantes para fortalecer la imagen de la universidad a través de la historia institucional laica, en la formación educativa bajo principios de responsabilidad social para el desarrollo de los significados relacionados con el amor a su historia, al conocimiento del espacio, sus recursos, la actividad del hombre que vive en una localidad, su memoria histórica, sus valores sociales y ciudadanos (Ramírez, 2010).

Lo expuesto orienta la formulación de la siguiente interrogante ¿cómo se desarrolla el proceso de enseñanza-aprendizaje para fortalecer los valores basados en la identidad y filosofía de la universidad en los estudiantes laicos a través de la historia institucional?

Para responder y analizar estos aspectos de forma paralela a la revisión bibliográfica surgió la idea de desarrollar una investigación que fuera de tipo descriptiva, de campo y documental con un enfoque cuanti y cualitativo para el logro de un análisis integral del problema de investigación seleccionado teniendo en cuenta la triangulación de fuentes de información diversas y la inclusión de métodos de investigación de nivel teórico y empírico, sustentados en una concepción materialista y dialéctica del fenómeno estudiado.

En este sentido, la utilidad de los métodos teóricos como el lógico-histórico e inductivo-deductivo fueran esenciales para analizar los antecedentes,



contradicciones y retos que presenta el tema desde una contextualización que interrelaciona factores externos e internos que influyen sobre el problema seleccionado.

En el caso de los métodos empíricos se privilegió el uso de la encuesta estableciendo indicadores que apuntaron a medir el grado de aprobación que tiene la enseñanza basada en la identidad y filosofía institucional.

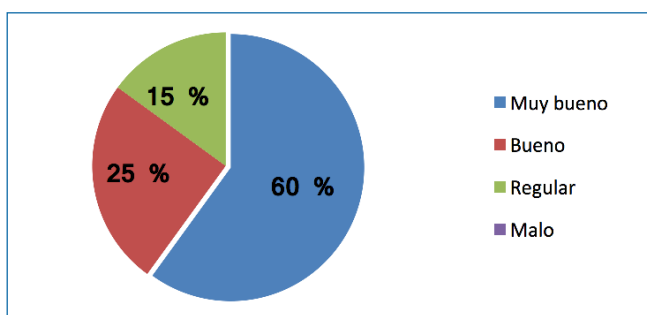
Primeramente, se trabajó con una muestra que incluyó 100 estudiantes de los primeros semestres de la carrera de Ingeniería Civil seleccionados de forma aleatoria simple, por ser los de más reciente incorporación para constatar su percepción sobre estos aspectos.

En este sentido, a través de la encuesta y la revisión de documentos se constata la existencia de una historia institucional laica que sirve de base para desarrollar la capacidad de construir una visión histórica que contribuya al logro de los conocimientos, habilidades, valores sociales y ciudadanos, que influya en el sentido de pertenencia en el estudiante en formación, de modo que los pueda patentizar conscientemente en su vinculación con la práctica.

En la Figura 1 los estudiantes manifiestan que desde su ingreso a la universidad han percibido con bastante claridad la identidad y filosofía institucional de la ULVR a través del trabajo docente e institucional, aunque una parte aun califica este proceso como impreciso y que debe mejorar tomando en cuenta la didáctica en clases y la inclusión paulatina de estos temas en cada una de las materias.

Figura 1

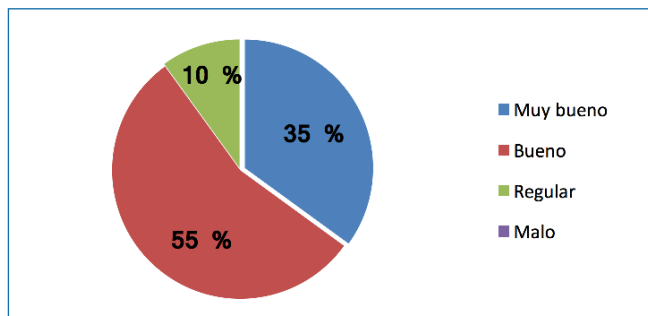
Nivel de comprensión de la identidad y filosofía institucional ULVR



En la Figura 2 se percibe en los estudiantes un interés por estudiar la filosofía e identidad institucional ya que esto puede resultar beneficioso para su formación e integración efectiva con la comunidad universitaria.

Figura 2

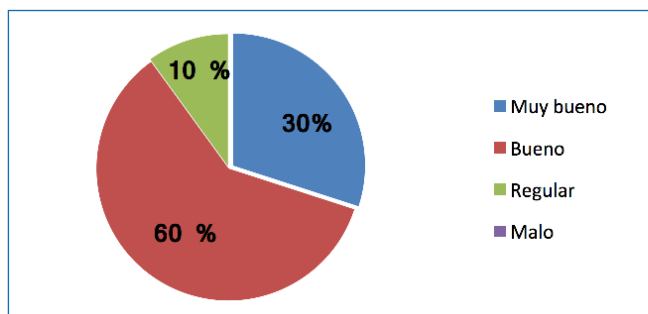
Nivel de comprensión sobre los beneficios de estudiar la filosofía e identidad institucional.



La Figura 3 puntualiza en las habilidades para resolver problemas prácticos y teóricos de la sociedad basada en la filosofía e identidad laica para lo cual la inmensa mayoría de los estudiantes constatan de manera positiva cómo desde el vínculo que establecen las materias con la sociedad con la aplicación de conocimientos teóricos se puede implementar de manera responsables basados en la ética que se enseña desde un inicio en los salones.

Figura 3

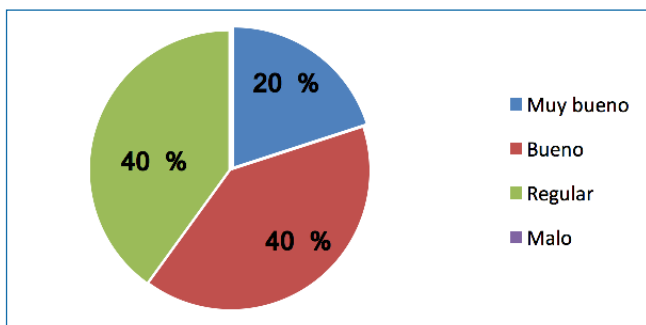
Calificación de habilidades para resolver problemas prácticos y teóricos de la sociedad basados en la filosofía e identidad laica.



Estudiantes que realizaron prácticas preprofesionales por carrera

Figura 4

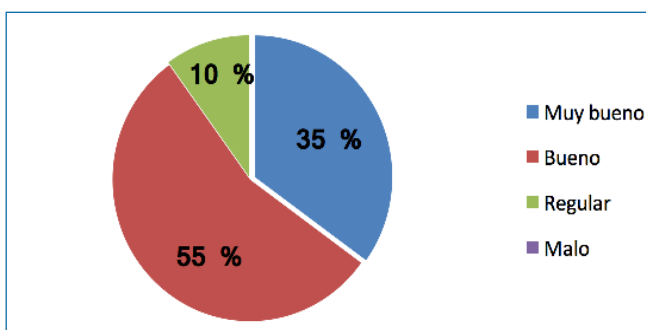
Calificación de los docentes como promotores de la identidad y filosofía laica.



En el caso de la Figura 5 los estudiantes se refieren a su actitud personal y aspiraciones profesionales basadas en la identidad y filosofía laica como un aspecto destacable que va relacionado con la pertinencia de las carreras, su competitividad en el sector laboral, sus formas de comprender la sociedad y de impulsar transformaciones y soluciones a sus problemas.

Figura 5

Calificación de actitud personal y aspiraciones profesionales basadas en la identidad y filosofía laica.

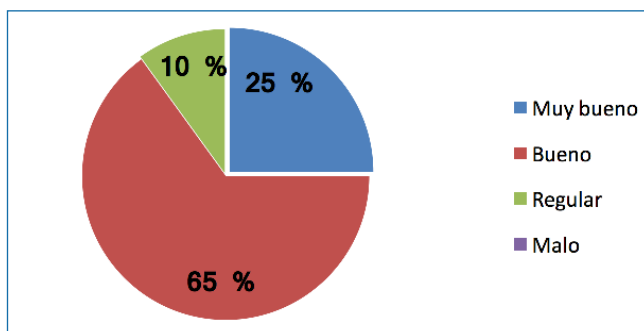


Por último, en la Figura 6 relacionado con el sentido de pertenencia universitario basado en la identidad y filosofía laica, los estudiantes manifiestan sentirse identificados con la visión y misión de su Alma Mater lo que denota que se deben seguir promoviendo por todos los niveles esos aspectos, desde la docencia, lo académico, lo cultural o deportivo.



Figura 6

Calificación del sentido de pertenencia universitario basado en la identidad y filosofía laica.



Los estudios teóricos sobre los aspectos de identidad y filosofía identitaria son necesarios para el trabajo axiológico que se desarrolla en los recintos universitarios y se convierten en un valioso recurso que puede ser aprovechado por sus autoridades y docentes.

Las debilidades manifestadas en el diagnóstico realizado dan cuenta de que precisamente los docentes deben tomar en cuenta estos aspectos para superar una enseñanza tradicional, no motivadora e irreflexiva, y por otra parte, para motivar a un estudiante desconocedor acerca de lo que significa el aspecto de la identidad y filosofía de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

La necesaria integración identidad y filosofía permite alcanzar la transposición didáctica, es decir, mostrar la lógica de los vínculos entre la identidad y filosofía de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil con una selección fundamentada en la finalidad de concretar en estos conocimientos, habilidades y los valores en el salón de clases.

Por otra parte, se realizaron diferentes talleres de socialización con el personal docente de las cuatro facultades y el personal administrativo, espacio propicio para la aplicación de una encuesta con preguntas abiertas y cerradas que quedaron distribuidos de la siguiente forma:

- De la Facultad de Ingeniería, Industria y Construcción participaron 21 docentes de la Carrera de Arquitectura y 11 de la Carrera de Ingeniería



Civil para un total de 32. De este número, el 90 % de los docentes tiene un tiempo de relación laboral menor a los 10 años en la ULVR siendo un indicador de un claustro de reciente incorporación pues una buena parte se ubica en el intervalo de 3 a 5 años. Esto permite justificar la necesidad de desarrollar acciones que permitan su vinculación con las expresiones de la identidad universitaria y la misión y visión de la institución.

- De la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho participaron 9 docentes de la Carrera de Economía, 8 de la Carrera de Derecho y 10 de la Carrera de Periodismo para un total de 27 docentes. Coincide igualmente que el 88% de los docentes llevan menos de 10 años en la ULVR y su percepción y desconocimiento de la historia y expresiones de la identidad universitaria se hacen evidentes.
- De la Facultad de Educación participaron en la capacitación 20 docentes de los cuales el 90% también manifiesta un nexo laboral de menos de 10 años con la ULVR, entre estos llama la atención que un grupo apenas sobrepasa los dos años de trabajo.
- En la Facultad de Administración se integraron 43 docentes a la capacitación y las encuestas arrojaron que de estos el 76 % lleva trabajando en la ULVR un tiempo menor a los 10 años, se pudo identificar además que un 16% de los docentes se ubican en la franja de tiempo de 15-30 años de trabajo laico con una gran experiencia y sentido de pertenencia hacia la institución.
- En total se encuestaron a un grupo de 122 docentes de todas las facultades con una representatividad del 86% con vínculos laborales que fluctúan por debajo de los 10 años, dicho indicador valida las acciones realizadas y las actividades para promover y fortalecer la filosofía e identidad institucional.
- El personal administrativo que participó en las jornadas de capacitación y recopilación de información estuvo representado por trabajadores de diferentes dependencias como: Secretaría General, Vicerrectorado Académico, Facultad de Ingeniería, Industria y Construcción, Facultad de Educación, Facultad de Ciencias Sociales y Derecho, Facultad de Administración, Biblioteca, Rectorado, Departamento de Calidad



Universitaria, Departamento de Talento Humano, Consultorio Jurídico, Departamento de Investigación Científica, Departamento de Marketing, Vinculación con la Sociedad, Departamento Financiero, Espacio de Innovación, Admisión y Nivelación, Bienestar Estudiantil, Posgrado y Recaudaciones. En total fueron encuestadas 69 personas con una distribución de tiempo laboral en la ULVR bien heterogénea: Tiempo de trabajo en la ULVR: -10 años (36), 10-15 años (6) 15- 20 años (9), 20- 25 años (10), 25-30 años (5), 32 años (1), 37 años (1) 41 años (1).

Las variables de trabajo que guiaron el proceso de elaboración de las encuestas se centraron en la identidad universitaria y sus diversas expresiones, así como en la gestión institucional para su atención.

En la Tabla 8 se puede observar la evaluación realizada por los docentes y administrativos sobre las estrategias que desarrolla la ULVR para fortalecer la identidad universitaria.

Tabla 8

Percepción sobre las estrategias que desarrolla la ULVR para el fortalecimiento de la identidad universitaria.

| | FIIC | FCSD | FED | FAD | Administrativos | Total |
|-----------------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | C | | C | M | | |
| Inadecuados | 4 | 2 | 1 | - | - | 7 |
| Poco Adecuados | 2 | 5 | 4 | 14 | - | 25 |
| Adecuados | 16 | 18 | 16 | 28 | | 78 |
| Muy Adecuados | 10 | 2 | 4 | 14 | | 30 |

Existe un predominio adecuado sobre las estrategias que actualmente desarrolla la universidad para atender la identidad sin descuidar que una trentena de docentes de las diferentes facultades consideran que hay que realizar cambios y replantearse la gestión en este sentido.

En la Tabla 9 se muestra la opinión de la comunidad universitaria sobre la frecuencia en que la ULVR desarrolla un sistema de acciones para fortalecer su identidad.



Tabla 9

Percepción sobre la frecuencia con la que la ULVR desarrolla un sistema de acciones para fortalecer su identidad.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|---------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | | D | M | C | | |
| Nunca | 2 | - | - | 3 | - | 5 |
| Algunas veces | 8 | 19 | 30 | 11 | 16 | 68 |
| Casi siempre | 12 | 6 | 11 | 10 | 20 | 39 |
| Siempre | 10 | 2 | 11 | 1 | 35 | 24 |

La mayoría de los encuestados considera que, a pesar de ser adecuadas las acciones, su frecuencia debe aumentar y establecerse como un trabajo sistemático que regularice el accionar de la comunidad universitaria.

Uno de los elementos fundamentales para consolidar los valores e historia de la universidad lo constituye la gestión comunicacional que se realiza. En la Tabla 10 podemos identificar una evaluación de la comunidad universitaria sobre estos aspectos. La mayor representación de los encuestados reconoce la efectividad del manejo comunicacional sin descuidar que un aproximado de un 30 % insiste que debe existir una mayor presencia en los medios y diversas plataformas digitales.

Tabla 10

Evaluación sobre la efectividad del manejo comunicacional que realiza la ULVR (página web, e-mail, redes sociales, radio) sobre su identidad institucional.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|---------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | | D | M | C | | |
| Inefectivo | 1 | 3 | 3 | - | 1 | 7 |
| Poco efectivo | 8 | 6 | 19 | 7 | 2 | 40 |
| Efectivo | 11 | 16 | 20 | 17 | 36 | 64 |
| Muy efectivo | 12 | 2 | 8 | 2 | 37 | 24 |



La Tabla 11 puntualiza en el conocimiento que se tienen sobre los símbolos y valores de la ULVR, sin dudas la comunidad universitaria se siente identificada con estos aspectos identificadores con un porcentaje más alto en el ámbito de los trabajadores administrativos.

Tabla 11

Conocimiento sobre los símbolos (Escudo, Himno, Logo, etc) y valores de la ULVR.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|----|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | C | | M | C | | |
| Sí | 26 | 26 | 43 | 24 | 68 | 119 |
| No | 6 | 1 | 6 | 1 | 4 | 14 |

En la Tabla 12 se puede observar el modo en que se utilizan los símbolos laicos en los procesos educativos sustantivos de la institución, deben agregarse otros aspectos mencionados por los encuestados como: firma de correos electrónicos, oficios, papelería, volantes informativos, afiches, lomos de carpetas, forros para el celular o artefactos electrónicos.

Tabla 12

Utilización en los procesos educativos sustantivos de los símbolos y valores de la ULVR.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|-----------------------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | | | M | C | | |
| Trabajos de clase | 21 | 17 | 43 | 22 | 7 | 103 |
| Vinculación con la sociedad | 15 | 8 | 20 | 11 | 14 | 54 |
| Conferencias impartidas | 2 | 9 | 14 | 2 | 13 | 27 |
| Procesos investigativos | 7 | 6 | 23 | 5 | 38 | 41 |
| Proyectos áulicos | 20 | 11 | 34 | 16 | 49 | 81 |
| Redes Sociales | 4 | 9 | 8 | 1 | 15 | 22 |
| Artículos identificativos | | 1 | 7 | 2 | 18 | 10 |



Se debe trabajar más en la apropiación por parte de la comunidad universitaria de promover en sus redes sociales su pertenencia y representatividad laica. Igualmente, desde los departamentos correspondientes se deben promover y divulgar en mayor medida los artículos identificativos (Pegatinas, bisutería, sellos, etc) entre los miembros de la institución.

En la Tabla 13 se exhibe una autoevaluación docente sobre la manera en que se transmiten los valores y principios de la ULVR en los procesos sustantivos de su trabajo cotidiano.

Tabla 13

Autoevaluación docente sobre el modo en que transmiten los valores y principios de la ULVR en los procesos sustantivos de su trabajo.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|---------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | C | D | M | C | | |
| Inefectivo | - | - | 1 | - | | 1 |
| Poco efectivo | 6 | 5 | 11 | 2 | 1 | 24 |
| Efectivo | 14 | 15 | 21 | 17 | 35 | 67 |
| Muy efectivo | 11 | 7 | 16 | 6 | 35 | 40 |

Predomina el correcto uso de los valores y principios de la ULVR en el trabajo docente, ya sea a través de las clases, vinculación con la sociedad o los procesos de investigación.

La Tabla 14 puntualiza en la valoración adecuada que realizan los docentes sobre la presencia en los modelos pedagógicos y syllabus de las diferentes carreras de temas que ayudan al fortalecimiento de la identidad universitaria.

Tabla 14

Valoración sobre la presencia en los modelos pedagógicos y syllabus de diferentes carreras de temas para el fortalecimiento de la identidad universitaria.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|----------------|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | | | M | C | | |
| Inadecuado | - | 1 | - | - | | 1 |
| Poco adecuados | 2 | 6 | 9 | 4 | 1 | 21 |
| Adecuados | 18 | 3 | 23 | 14 | 27 | 58 |
| Muy adecuados | 11 | 5 | 17 | 7 | 43 | 40 |



En la Tabla 15 podemos analizar la opinión que se tiene sobre la utilidad de un Manual de Identidad Institucional como estrategia para fortalecer las prácticas cotidianas y el sentido de pertenencia hacia la ULVR. La inmensa mayoría coincide en que debe elaborarse y divulgarse un manual de identidad por lo que el Departamento de Marketing debe trabajar a corto plazo en este sentido.

Tabla 15

Consideración de un Manual de Identidad Institucional para fortalecer las prácticas cotidianas y el sentido de pertenencia hacia la ULVR.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|----|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | C | D | M | C | | |
| Sí | 30 | 27 | 47 | 24 | 69 | 128 |
| No | | | 2 | | 2 | 2 |

En la Tabla 16 puede evidenciarse que es una opinión mayoritaria de la comunidad universitaria de apoyar la creación de un museo laico con el objetivo de mostrar y enorgullecernos de diferentes expresiones de la historia e identidad laica.

Tabla 16

Valoración para la fundación de un museo universitario como estrategia para el fortalecimiento de la identidad institucional.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|----|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | C | D | M | C | | |
| Sí | 29 | 27 | 44 | 22 | 70 | 122 |
| No | 1 | | 4 | 2 | 1 | 7 |

Precisamente en la Tabla 17 podemos identificar que percepción existe sobre la composición de la colección que podría albergar un museo universitario laico. Como parte de las preguntas abiertas surgieron varias sugerencias al respecto: incluir elementos resultados de investigaciones, tener una sala polivalente, videoteca, álbum de graduados por año con fotos, esculturas y pantallas interactivas, maquetas, réplicas antiguas, trayectorias de alumnos, muestras de



primeras tesis, videos promocionales, libros en biblioteca que son históricos, rostros de cera de los rectores, incorporar un área donde se pasen diapositivas sobre la evolución de la universidad, estatuas de autoridades, convenios, fotos de personajes públicos graduados en la ULVR, fotografías anuales de la comunidad laica, reconocimientos a autoridades de la universidad.

A esto se suma la percepción de que lo más importante deben ser las fotografías, las imágenes de época que atestiguan los hechos fundamentales. Le siguen en nivel de importancia los premios y reconocimientos, sobre este particular se podría extender al museo laico la colección que ya se exhibe en el lobby del edificio principal o parte de otros premios que no se hayan podido colocar en las muestras. Otros aspectos interesantes que deben incluirse en la colección pasan por los documentos de carácter histórico, objetos de carácter patrimonial, fuentes de información generadas por la ULVR y planos de la institución.

Tabla 17

Composición de un museo universitario laico.

| | FIIC | FCSD | FAD | FED | Administrativos | Total |
|--|------|------|-----|-----|-----------------|-------|
| | | D | M | C | | |
| Constructivo de la Universidad | 13 | 14 | 18 | 9 | 38 | 54 |
| Fotografías | 24 | 23 | 36 | 20 | 57 | 103 |
| Documentos de carácter histórico | 19 | 21 | 31 | 15 | 48 | 86 |
| Bibliografía o fuentes periódicas pioneras generadas en la Universidad | 12 | 15 | 15 | 13 | 41 | 55 |
| Premios y reconocimientos obtenidos por la Universidad | 23 | 23 | 34 | 16 | 55 | 96 |
| Objetos de carácter patrimonial | 16 | 15 | 23 | 15 | 39 | 69 |



Algunas sugerencias se derivan el análisis presentado:

- **Espacio físico:** La disponibilidad de espacios para la creación de un museo laico en la ULVR debe enmarcarse en el proceso de modernización y ampliación de su campus y los criterios especializados de ingenieros y arquitectos. No obstante, a partir del análisis de otros museos y la observación participante desarrollada en la investigación, se recomienda que su ubicación disponga de fácil acceso para personas con discapacidad, se encuentre cercano al edificio del rectorado como una extensión fundamental de la presentación protocolar que pueda realizarse para visitas o nuevo personal, que cuente con una extensión adecuada para colocar varias secciones con sus respectivas urnas, cuadros, maquetas, proyectores o estatuas. Debería contemplarse una sala de muestras transitorias que sirva además para incentivar la participación del alumnado con manifestaciones artísticas a lo largo del año. Igualmente se podría considerar una pequeña sala de reuniones para la presentación de resultados investigativos o material audiovisual que tengan relación directa con la historia de la institución.
- **Composición:** Aspectos relacionados con cuestiones de semiología, imagen, deporte, cultura, logros académicos, evolución de los currículos, vestuario, ocio, constituyen puertas abiertas para recrear el pasado de toda institución y conectarlo con el presente. En varios países el museo universitario ya dejó de ser ese lugar cargado de objetos coleccionables y ha recurrido a la mirada de la historia institucional para promover los valores que la identidad y la filosofía universitaria necesita. El museo debe ser un espacio para ser críticos, de acuerdo con las necesidades actuales y en el que se enfrenten, física e intelectualmente, el pasado con la contemporaneidad. Para una idea de su composición expositiva véase lo mencionado en la Tabla 17.
- **Gestión:** Un museo universitario laico debe convertirse en una sala multifuncional que promueva discursos interdisciplinarios y orientadores,



lo cual se logra estando en continuo contacto con los demás, tanto los de adentro (equipo del museo) como los de afuera (los públicos). Es fundamental involucrar en estos espacios a los estudiantes y docentes de todas las facultades que puedan contribuir desde sus áreas del conocimiento a la conformación de colecciones inclusivas y representativas de la identidad y filosofía institucional. Los encuentros con graduados, que han logrado convertirse en excelentes profesionales, con los estudiantes en formación, constituyen un botón de muestra de la ruta a seguir en correspondencia con los valores institucionales. La utilidad de este espacio podría ser parte de la agenda de recibimiento de todos los estudiantes que llegan a la institución para que se vayan empoderando de su historia, valores y principios éticos. La presentación de libros y revistas también podrían realizarse en este espacio para incentivar la investigación y el sentido de pertenencia por la institución.

Conclusiones

La educación en valores en el siglo XX es un proceso que amerita ser investigado de la mano de la identidad y la filosofía institucional en la enseñanza superior. En el plano específico de las universidades, los procesos de apropiación identitaria deben ser gestionados por sus autoridades de forma efectiva para generar identidades colectivas de orgullo por el alma mater en un proceso de retroalimentación permanente con toda la comunidad universitaria.

Los estudios teóricos sobre estos temas todavía encuentran terreno fértil desde el campo de la ciencias sociales y educativas y en la academia ecuatoriana se hace necesario que se amplíen las líneas de estudio incorporando un enfoque interdisciplinario. La utilización de otras áreas del saber para investigar las identidades y filosofías universitarias abren un abanico de posibilidades a través de uso del marketing, la comunicación, la gobernanza universitaria, la descolonización del poder-saber, la semiología o la psicología. Sin dudas, las referencias y conceptualizaciones de orden teórico sobre los aspectos relacionados con la imagen, simbología e historia universitaria aún continúan



siendo una línea investigativa desigual y poco explorada en los ámbitos académicos ecuatorianos. Se puede observar que en el campo investigativo latinoamericano a los temas de identidad universitaria se le brinda una atención creciente en los últimos años enfocados en los jóvenes, deporte, cultura, descolonización curricular y otros procesos al interior de los recintos universitarios.

Es imprescindible que en base a estos objetivos se fortalezca más el trabajo con los museos universitarios como estrategia valedera y que pueda promoverse más el trabajo en redes y grupos de investigación en el contexto universitario ecuatoriano.

Los museos universitarios pueden convertirse en salas multifuncionales, salas de arte o espacios alternativos que promuevan discursos interdisciplinarios y orientadores, lo cual se logra estando en continuo contacto con los demás, tanto los de adentro (equipo del museo) como los de afuera (los públicos).

Es fundamental involucrar en estos espacios a los estudiantes y docentes de todas las facultades que puedan contribuir desde sus áreas del conocimiento a la conformación de colecciones inclusivas y representativas de la identidad y filosofía institucional.

La generación de un material referencial que brinde aclaraciones y ayude a posicionar en el debate cotidiano y académico los temas de imagen e identidad universitaria contribuirían, no sólo a otorgar orden y estructura a los programas, software o páginas web realizadas por diseñadores sino, más aún, a educar a las comunidades universitarias en base a los lineamientos misionales, visionarios y de filosofías e historias institucionales.

Los manuales de identidad universitaria aún carecen de una conformación integral de todos los componentes que identifican a las instituciones de enseñanza superior y deben ser un recurso que se utilicen las universidades de una manera más amplia. Más allá de un fuerte contenido de la imagen corporativa, se impone la inserción de aspectos humanistas, axiológicos e históricos que permitan ampliar su impacto social.



Referencias bibliográficas

- Aimini, R., y P. Busso (2001). El discurso museológico. En *Los Museos y las Ciencias Sociales en busca de una didáctica compartida*. Secretaría de Cultura de la Provincia de Santa Fe.
- Alfageme, B., y Marín T. (2006, enero-diciembre). Uso formativo de los Museos Universitarios en España. *Revista de Teoría y Didáctica de las Ciencias Sociales*, (11), 263-286. <https://bit.ly/3kU8pVy>
- Alonso, J. M. (2003, 31 de diciembre). *La educación en valores en la institución escolar: Planeación-programación*. Plaza y Valdés.
- Álvarez de Z. (1999). *Hacia un currículo integral y contextualizado*. Edición Academia.
- Bauman, Z., y Donskis, L. (2017, enero). *Ceguera moral. La pérdida de sensibilidad en la modernidad líquida* (3ª reimp.). Paidós. <https://bit.ly/3P5Jso1>
- Blanco, T. (2018). La construcción de la identidad corporativa en las universidades españolas. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades, SOCIOTAM*, 28(2), 141-157. <https://bit.ly/3smxZ9I>
- Boroel, B., y Arámburo, V. (2016). El posicionamiento del y la docente ante la formación en valores en la educación superior. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 7(13), 463-482. <https://bit.ly/3MZCf6Z>
- Camacho, A., y Carrasquero, I. (2020, enero-junio). Fundamentos de los manuales de identidad universitaria para la responsabilidad social. *Yachana Revista Científica*, 9(1), 22-27. <https://bit.ly/39H4au9>



- Cantón, I., y Tardif, M. (Coords.). (2018). *Identidad profesional docente*. Narcea. <https://bit.ly/3PalqIH>
- Cappello, H. (2021). La identidad universitaria. *SOCIOTAM Revista Multidisciplinaria de Investigaciones sobre la Sociedad, la Política y la Cultura*, 31(2), 29-44. <https://bit.ly/38b7fT4>
- Capriotti, P. (1992). *La imagen de la empresa. Estrategias para una comunicación integrada*. El Ateneo
- Castillo, M., Sernas, C., y González, J. (2022, enero-junio). Resignificación del trabajo y la práctica docente en educación superior a la luz de la crisis por el virus SARS-CoV-2. *Pedagogía y Saberes*, (56), 69-82. <https://bit.ly/3LZicpk>
- Castro, B. M., Reis Neto, M. T., Pena, L. K., y Ribeiro, M. H. (2017). Valores. Una revisión de la literatura. *Mediaciones Sociales* 16, 211-229. <https://bit.ly/388nkZL>
- Comm, C. L. & Labay, D. G. (1997). Repositioning Colleges Using Changing Student Quality Perceptions: An Exploratory Analysis [Abstract]. *Journal of Marketing for Higher Education*, 7(4). 21-35. <https://bit.ly/3N3VJY6>
- Cortés, D. (2011). Aportes para el estudio de la identidad institucional universitaria. El caso de la UNAM. *Perfiles educativos*, 33, 78-90. <https://bit.ly/37tmlmv>
- Currás, R. (2010). Identidad e imagen corporativas: revisión conceptual e interrelación. *Teoría y Praxis*, 7, 9-34. <https://bit.ly/3yptDCL>
- De Sousa, B. (2010). *Descolonizar el saber, reinventar el poder*. Trilce. <https://bit.ly/38gNSHZ>
- Díaz, Á. (2006, mayo). La educación en valores: Avatares del currículum



- formal, oculto y los temas transversales. *Revista electrónica de investigación educativa*, 8(1), 1-15. <https://bit.ly/3FINbUt>
- Espín, E. (2020, 11 de octubre). *Ciencia y tecnología: sin presupuesto, con menos investigación y con poca regulación*. GK. <https://bit.ly/3P5xjj1>
- Galí, M. (2006). Nuevos caminos para los Museos Universitarios. *Revista de la Universidad de México*, (30), 92-94. <https://bit.ly/3MYnguf>
- González, J. (2002). *Identidad Visual Corporativa. La imagen de nuestro tiempo*. Síntesis.
- González, P. (2001). *La Universidad necesaria en el siglo XXI*. Ediciones Era.
- Grisolía, C. (2013, julio). Problemas y retos en la construcción de los manuales de identidad visual en Latinoamérica. *Actas de Diseño*, 8(15). <https://bit.ly/3FrKkPi>
- Guzmán-Valenzuela, C., y Martínez, M. (2016). Tensiones en la construcción de identidades académicas en una universidad chilena. *Estudios pedagógicos*, 42(3), 191-206. <https://bit.ly/3vY3Zn9>
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Taurus
- Jara-Chávez, H. (2010). *Cosmovisión antropocéntrica de las culturas del antiguo Ecuador: museología, museografía y catálogo del Museo Antonio Santiana*. FONSAL. <https://zenon.dainst.org/Record/001520134>
- Lévi-Strauss, C. (1981). *La identidad*. Petrel.
- Llovera, R. (2000, marzo). *Manual para la Comunicación Institucional. Normas Para los Procesos Comunicativos en las Organizaciones*. Universidad Católica Andrés Bello. <https://bit.ly/37tmu9x>



- López, H. (2005). *La axiología en la pedagogía cubana. La educación como macro valor*. Editorial Pueblo y Educación.
- Marco, M. (2002). Marco conceptual de los museos universitarios. En C. Belda y M. Marín (Eds.), *Quince miradas sobre los museos* (pp. 57-69). Universidad de Murcia. <https://bit.ly/3w2B01y>
- Mejías, C. (2020). Transdisciplinariedad universitaria del siglo XXI. *Aula Virtual*, 1 (1). <https://bit.ly/3KYU6tB>
- Mercado, A., y Hernández, A. (2010, mayo-agosto). El proceso de construcción de la identidad colectiva. *Convergencia*, 17(53), 229-251. <https://bit.ly/3N24yln>
- Morley, I. (1982, September). Henri Tajfel's Human groups and social categories. *British Journal of Social Psychology*, (21), 189-201. <https://bit.ly/3vSOHzP>
- Nucci, L. P. (2003). *La dimensión moral de la educación*. Desclée de Brouwer.
- Paris, M. D. (1990). *Crisis e identidades colectivas en América Latina*. Plaza y Valdés.
- Ramírez, R. (Coord.). (2010). *Transformar la universidad para transformar la sociedad*. SENPLADES.
- Rivas, A. (2019). Uso de las redes sociales en las universidades públicas del municipio Cabimas. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración ENFOQUES*, 3 (10), 111-125. <https://bit.ly/39CfMP0>
- Rojas de la Puente, E., y Arista, G. (2021). Comunicación y lenguaje: Estrategias potenciales para las Instituciones de Educación Superior. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 40-49. <https://bit.ly/37swvDI>



- Rojas, S. (2021, enero-junio). Metodología postmoderna para profundizar en los valores educativos. *Red De Investigación Educativa*, 14(1), 1-17. <https://bit.ly/3M0Tkh1>
- Rowden, M. (2004). *El Arte de la Identidad: Creación y manejo de una entidad corporativa exitosa*. McGraw-Hill.
- Tippelt, R., y Lindeman, H. (2001, septiembre). *El Método de Proyectos*. Ministerio de Educación. Gobierno de El Salvador. <https://bit.ly/3vUq99M>
- UNESCO. (2010). *Conferencia Mundial de Educación Superior 2009. Las nuevas dinámicas de la educación superior y de la investigación para el cambio social y el desarrollo*. <https://bit.ly/3N4VqN1>
- Vallaes, F. (2014). La responsabilidad social universitaria: un nuevo modelo universitario contra la mercantilización. *Revista Iberoamericana de Educación Superior*, 5(12), 105-117. <https://bit.ly/38g6Ezo>
- Vigotski, L. (1987). *Historia del desarrollo de las funciones psíquicas superiores*. Editorial Científico Técnica. <https://bit.ly/3wiFbVw>
- Schwab, K. (2018). *The Global Competitiveness Report 2018* [Insight Report]. World Economic Forum. <https://bit.ly/3yuOzsc>
- Zanatta, E., Ponce, T., García, S., Sánchez, C., y Gama, J. (2017). Diseño del cuestionario: Estrategias identitarias de académicos universitarios ante las reformas educativas. *Revista de Psicología*, 35(2), 679-700. <https://bit.ly/3vW7QRt>



El presente libro se contextualiza en el marco de la enseñanza superior latinoamericana y ecuatoriana a partir de las crisis de identidades de las comunidades universitarias tomando en cuenta elementos como la pérdida de valores y la falta de claridad de las misiones, visiones y filosofías institucionales. Precisamente, alineado con este contexto, su contenido analiza el debate teórico en torno a la interrelación de las variables de misiones, visiones, museos, manuales de imagen y/o identidad corporativa y/o universitaria como herramientas de trabajo y guía para posicionar y fortalecer los procesos de interiorización y exteriorización de los elementos históricos e identitarios. El libro es fruto del Proyecto I+D+i "Propuesta de estrategias para el fortalecimiento de la filosofía e identidad institucional laica" (IC-ULVR-17-65) desarrollado en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil (ULVR) durante el periodo del 2018-2019. Como parte de los contenidos medulares del texto también sobresale el estudio de la evolución de las percepciones que se tiene de la identidad en sus dimensiones individuales y colectivas en estrecho vínculo con el uso y la responsabilidad social que se deben gestionar desde las instituciones universitarias. Por otra parte, se explica además cómo los fundamentos axiológicos de la filosofía de la educación permiten identificar las potencialidades y desafíos que desde la educación superior latinoamericana y ecuatoriana se deben prestar al trabajo con los valores, la imagen institucional y la cultura de la comunidad universitaria.

