



FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DOCTORADO EN EDUCACIÓN SUPERIOR

SEMINARIO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA: LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LAS
UNIVERSIDADES

PROFESORES DOCTORES DANIEL JONES Y JUAN
PEDRO ALONSO

ALUMNA GLADYS MABEL SOTELO

FECHA DE ENTREGA: 25 de octubre de 2015

TEMA:

Sistema de acciones orientadas a optimizar el proceso de comunicación interna en las instituciones universitarias.

FUNDAMENTACIÓN

En tiempos de producción e intercambio de información dentro de las instituciones universitarias del siglo XXI, se necesita una comunicación interna eficaz que haga efectiva la circulación de saberes, experiencias y conocimientos.

Se desarrolla la reflexión institucional cooperativa de todos los actores institucionales que permite poner en acto las interdisciplinariedad y transdisciplinariedad del mismo objeto de conocimiento: la Comunicación.

En el análisis del proceso comunicativo, lo esencial es tener presente que el fin es **la interacción**, propia de la comunicación humana. Lo importante es la interdependencia de los contenidos que se comparten que benefician y conectan a los participantes, en los objetivos comunes. Berlo (2000).

Por Gestión del Conocimiento (GC) entendemos la planificación, organización, coordinación y control de las actividades que llevan a la creación y difusión del conocimiento en la institución educativa, en la búsqueda de sus logros integrales. Rodríguez Castellanos (2001)

Estas afirmaciones aplicadas a la comunicación interna, nos permiten afirmar como Nonaka (1991) que la GC facilita la interacción de los miembros de una Organización.

El presente trabajo se propone la gestión del conocimiento a través de un sistema de acciones que facilite la comunicación interna en la Universidad B Nicolás Luhman.

ANTECEDENTES

En la búsqueda de caracterizar la problemática comunicacional en Latinoamérica, hemos trabajado con bibliografía de la doctora brasileña Denis Cogo, dedicada a estudios multiculturales. La autora señala que Latinoamérica se define por la desigualdad económica; difíciles procesos democráticos frente al activismo social y político. Refiere el espíritu crítico y autocrítico de los investigadores sobre comunicación universitaria que desean superar el “corsé” del clásico: emisor-receptor-mensaje para definir los procesos comunicacionales.

El actual objeto de conocimiento son las prácticas de comunicación alternativa y popular de los movimientos sociales preocupados por los procesos de democratización de los medios de comunicación.

Esta mirada original de la situación latinoamericana se instala en el mundo de las instituciones universitarias, donde se impone la necesidad de rever dinámicas comunicacionales hacia dentro y fuera de las instituciones.

Respecto de la comunicación interna, una de las variables de análisis iniciales es la ausencia de capitalización de los recursos humanos; la detección de los talentos individuales y/o grupales que con sus conocimientos, contribuyen a la tarea grupal organizada.

Peter Senge señala que ignorar la capacidad y talentos atenta contra las organizaciones. Existen conocimientos individuales y grupales “tácitos” institucionalmente que deben ser explorados. Nonaka (1999) rescata la importancia del capital intelectual y propone este análisis en bien de la tarea institucional y para todos los niveles de gestión de la organización.

Si efectuamos un recorrido por las Universidades podemos descubrir un universo de ideologías, intereses, necesidades; donde la cultura del conocimiento atraviesa toda la actividad y todas las instancias de desarrollo. Perez Lindo (2005)

En ese recorrido la lectura del planeamiento estratégico permite percibir el ideario; la visión, misión; a partir de los cuales se construye la planeación institucional. Es indispensable que todos los actores institucionales conozcan y participen de esta plataforma básica filosófica sobre la cual generar la dinámica de la organización.

La imagen corporativa de la institución universitaria se forja con el consenso y compromiso de todos los integrantes. Un programa de comunicación integrada

permitirá promocionar dicha imagen y obtener sinergias. Cada integrante efectúa sus aportes y se genera a nivel grupal fortaleza institucional y entre todos se construyen estrategias que desactivan las debilidades. Rodríguez Ardura (2007)

La comunicación se orientará desde un enfoque sistémico, para establecer una red de relaciones al modo que lo presenta *N. Luhman* (1996), que asegura que la comunicación nos permite comprender los acuerdos y consensos de carácter social. Los sistemas sociales están constituidos por la comunicación representada por símbolos de intercambios que ponen en contacto las conciencias individuales. La realidad institucional es un gran sistema constituido por subsistemas enlazados por el fenómeno de recursividad.

Otra base de lectura teórica se relaciona con *C. A. Bowers* (1996), quien propone revertir una comunicación dominada por un modelo mecanicista; que acepta y privilegia el pensar como procesamiento de información, dando lugar a una comunicación interconectada en una red de relaciones, en la que todos los procesos vitales de subsistencia dependen unos de otros, en una comunidad en que estudiantes, docentes, comunidad y naturaleza están interconectados. Esta comunicación debe poseer y cumplir la función de flexibilidad y heterogeneidad que da cuenta de las constantes recreaciones del entorno.

Miguel Angel Escotet (2000), considera la importancia de la visión institucional holística. Responde a la perspectiva del Holismo (todo) donde lo que se analiza no es cada parte como individualidad, sino el comportamiento que tiene cada parte en relación al todo institucional. Lo que se analiza es cómo funciona cada subsistema en función de los objetivos de la institución. La integración de partes y la sinergia del grupo que aplicaremos al proceso comunicacional.

Para el logro de esa comunicación integrada tomaremos algunos aportes relevantes que propone Ongallo (2007) sobre la comunicación interpersonal; los tipos y funciones de la comunicación descendente, ascendente y horizontal y las herramientas básicas que facilitan la comunicación interna institucional.

A lo largo de las propuestas iremos incorporando los elementos teóricos de este autor aplicables al tema en cuestión.

OBSTÁCULOS

A los fines del presente trabajo se presentan los obstáculos que atentan contra la comunicación interna de las instituciones universitarias:

- ***Cristalización de los modelos conceptuales.***

Se trata del inmovilismo mental frente a los cambios por distintas causales que se manifiestan en no innovar; permanecer en la repetición de

conductas y hábitos institucionales. La regla es no apoyar la innovación educativa en todas sus manifestaciones.

- ***Metabolización de prejuicios instalados en la institución.***

Una vez que se da el inmovilismo y el cierre de debate de ideas, la institución se maneja con prejuicios instalados que se hallan en el centro de producción institucional.

- ***Resistencia al cambio.***

Muchos interrogantes surgen a partir de esta resistencia. Las acciones de conservadorismo, el “status quo” se asocian a la ignorancia de los nuevos paradigmas; la ausencia de actualización y consecución de sinergias para efectivizar cambios esenciales para la permanencia de la institución.

- ***Dinámica institucional basada en acciones individuales.***

La vida interior de la Universidad se concibe en red de relaciones con el aporte de cada uno para la consecución eficaz de objetivos. Sin trabajo grupal que implica sensibilización y compromiso de todo el colectivo docente, administrativo y autoridades; no se obtienen logros con permanencia en el tiempo.

- ***Sistema de gestión verticalista con manejo único de la información***

Este es un obstáculo muy fuerte para el trabajo institucional. Ya sabemos que el que “maneja la información tiene el poder”. He aquí un problema básico de liderazgo.

La distribución democrática de la información permite trabajar las situaciones problemáticas que se gestan en las distintas áreas de trabajo. Para realizar esa distribución la conducción debe ser democrática y organizar en la agenda de trabajo, los grupos de resolución - producción con propuestas de solución y mejoras.

PROCEDIMIENTOS

El objetivo central de estos procedimientos será disolver los obstáculos anunciados en el punto anterior.

Los procedimientos están basados en enfoque sistémico. Los actores institucionales serán los protagonistas de construir proyectos de innovación en cuestiones comunicacionales.

Los aportes que se recibirán son:

Desde la Psicología Social: la construcción del Esquema Referencial Común Operativo para el trabajo en equipo; reingeniería del sistema de relaciones; etc.

Desde la Sociología: la reflexión y renovación de los conceptos de roles y funciones; sistemas de liderazgo; etc.

Desde las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): el aporte instrumental que facilite la interacción interpersonal y la circulación de la información institucional.

La aplicabilidad de los aportes:

Para la elaboración del sistema de acciones se necesita la participación y compromiso de todos los actores institucionales.

Las reuniones de reflexión debieran organizarse sobre la base de investigación-acción (Elliot) y la teoría de psicología social de P. Riviere. Lo esencial es la pertinencia individual y pertenencia grupal en torno a la tarea.

Se debe constituir un esquema conceptual referencial operativo que sirva de referencia y plataforma de acciones. El contenido de la retroalimentación grupal es fuente de saberes y cambios. Quiroga (2001).

Aporte de la Psicología Social: se traduce en encuentros; talleres; actividades grupales; etc.

Aporte de la Sociología: actividades concretas en la institución basadas en los contenidos recibidos en conferencias, simposios, workshop, etc.

Aportes de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC): creación de un software que capte los ingresos, egresos; visita a los links de novedades diarias, semanales, mensuales; notificación de reuniones con directivos, en áreas, con pares. Se incluyen varias herramientas tecnológicas que se visualizarán en el próximo cuadro.

SISTEMA DE ACCIONES

Objetivos por dimensiones	Aportes	Actividades grupales	Observaciones
MEJORAR LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL	Psicología Social	Formación de un Eco y código de significaciones en encuentros, talleres de juegos y dramatizaciones, con rol-playing. Gamificación en el aprendizaje grupal	
	Sociología	Participación en congresos, seminarios, capacitaciones. Posterior trabajo con técnicas de proyectos institucionales. Participación en eventos culturales y deportivos.	
	TIC	En la actividades grupales se pueden incorporar murales interactivos para ingresar y analizar imágenes y frases (Padlet; Tagxedo).	
		Se pueden crear diálogos con voces e imágenes para	

		de Diigo; Netvibes; Pinterest, Reddit.	
--	--	---	--

CONCLUSIONES

Las Universidades tienen incorporadas su impronta de instituciones de producción de conocimiento y como tal deben continuar en esa dirección. Deben cumplir esta premisa, a pesar de algunas opiniones que aseguran que sus funciones han sido reemplazadas por centros tecnológicos, consultoras u otros.

Mantener la creatividad en las Universidades es tarea de todos. La gestión del conocimiento significa capitalizar profesionales, generar entornos inteligentes y proveer soluciones a las problemáticas sociales, propiciando la formación de ciudadanos comprometidos.

En el campo comunicacional la tarea en Latinoamérica está abierta a las propuestas innovadoras y originales. Se trata de investigar y vivenciar la conectividad interna y la sinergia de las relaciones interinstitucionales.

BIBLIOGRAFIA

Berlo, David (2000); el proceso de comunicación; editorial Ateneo; Buenos Aires.

Bowers; C A (2002); Detrás de la apariencia, hacia la descolonización de la educación; editorial Pratec, primer edición.

Cogo, Denise (1997); los estudios de recepción en A Latina; Portal de Comunicación; Brasil.

Luhman, Niklas (1992); sistemas sociales, lineamientos para una teoría general; edic. Suhrkamp; Frankfurt

Nonaka, I. (1991): The Knowledge -creating company È, *Harvard Business Review*, Vol. 69, pp. 96-104.

Ikujiro Nonaka; Hirotaka Takeuchi (1999). La organización creadora del conocimiento, Oxford University Press, Mexico; Cap. 2, "Conocimiento y administración".

Ongallo, Carlos (2007); Manual de Comunicación: gestión del conocimiento, la información y las relaciones humanas en las empresas y organizaciones; editorial Dickinson; Madrid.

Pérez Lindo y otros (2005); Gestión del conocimiento, un nuevo enfoque aplicable a las organizaciones y a la Universidad; editorial Norma; Buenos Aires.

Quiroga, Ana (2001) enfoques y perspectivas en psicología social; editorial Paidós.

Rodríguez Ardura (2007); estrategias y técnicas de comunicación; editorial UOC, Madrid.

Rodríguez Castellanos y otros (2001); la gestión del conocimiento en la Universidad. Un caso y un proyecto; Universidad País Vasco; Cuadernos de gestión; febrero 2001.