



Universidad de Sancti Spiritus

José Martí Pérez

FACULTAD DE HUMANIDADES

*Trabajo de Diploma en opción al título de
Licenciado en Comunicación Social*

***Título: Las TJC y la Comunicación
Interna en la Facultad de
Humanidades de la Uniss***

Autora

Yailenis García González

Tutora

MsC Mirelys Rodríguez
Hernández

2013



“El mundo camina hacia la era electrónica (...) Todo indica que esta ciencia se constituirá en algo así como una medida del desarrollo; quien la domine será un país de vanguardia. Vamos a volcar nuestros esfuerzos en este sentido con audacia revolucionaria (...).”

Le Marzo de 1962

Es muy grato tener personas que te apoyen cuando lo necesitas, a esas personas va dedicado este trabajo, en especial a mis padres por haber depositado su confianza en mí, motivándome a seguir adelante en cualquier tarea que aspire emprender. A mi tía Marina que siempre deseó mi superación profesional y a toda mi familia por servirme de apoyo y estar siempre a mi lado.

Les agradezco a todas las personas que contribuyeron de una forma u otra a hacer posible la realización de esta Tesis, en especial a mi tutora Mirelys por su apoyo, dedicación, paciencia y ejemplo a seguir; a Santiago, que me brindó su ayuda cuando más falta me hacía; a mis amigos, que siempre estuvieron presentes para mí y a mis profesores de Comunicación Social, sin los que no hubiera sido posible este momento.

Resumen

El presente estudio se desarrolla en la Facultad de Humanidades de la Uniss durante el primer trimestre de 2013 y tiene como tema la necesidad de integrar en una política de comunicación interna la correcta utilización de las Tecnologías de Información y Comunicaciones (TIC) en la interrelación con el público interno, se describe el uso de las TIC enfocada en tres canales (Correo Electrónico, Sitio Web, Intranet) para contribuir al desarrollo de la comunicación interna de la Facultad. Esta investigación es la primera de este corte en la organización de análisis y tiene como valor principal el hecho de destacar las potencialidades de las TIC, como soporte de apoyo a la comunicación interna, para definir las actuales formas de uso de estas tecnologías en aras que se puedan explotar en pos de la creación de valores y conocimientos compartidos, enmarcándolas en un proceso de gestión interna de la comunicación; al mismo tiempo que saca a debate la necesidad de organizar estratégicamente esta actividad como apoyo a los objetivos de la institución estudiada. El informe se estructura en dos capítulos, conclusiones y culmina con recomendaciones que tributan al desarrollo de una comunicación gestionada en la organización.

Índice

Introducción	1
Marco Teórico – Referencial.	5
1. La comunicación en la Sociedad del Conocimiento	5
1.1. Las TIC en el marco de la “sociedad del conocimiento”/“sociedad de la información”	13
1.1.1. Revolución tecnológica y cambios culturales en la información y la comunicación	13
1.1.2. Uso y apropiación de las TICs	15
1.2. Comunicación Interna.	16
1.2.1. Las TICs y la comunicación interna	17
1.2.2. Las tecnologías, las tecnologías de la información y la comunicación y la universidad	19
1.2.3. Las TICs, la comunicación interna y la Universidad	20
1.2.4. Medios o canales de comunicación interna, sus propósitos.	22
1.2.5. Canales Tecnológicos	23
1.2.5.1. Intranet	23
1.2.5.2. Correo Electrónico (E-mail)	25
1.2.5.3. Sitios Web	25
1.2.6. Los canales tecnológicos en estudio y la comunicación interna	27
1.3. Universidad de Sancti Spíritus	28
1.3.1. Facultad de Humanidades	29
Capítulo Metodológico	31
Análisis de resultados	38
Conclusiones	47
Recomendaciones	49
Bibliografía	50
Anexos	

INTRODUCCIÓN



Introducción

La gestión de la comunicación interna en las organizaciones ha sido objeto de estudio desde hace años, aunque en Cuba la investigación en este campo se ha desarrollado con intensidad desde finales del siglo pasado (Trelles, 2002). Del Pozo (2004) afirma que invertir en comunicación interna significa invertir en capital humano, en beneficios intangibles y a largo plazo, y en consecuencia dicha inversión supone para la organización generar coherencia, identidad, unidad, participación y lucha por un proyecto común.

La comunicación interna es una herramienta fundamental en la gestión empresarial, pero ha sido una cuestión especialmente poco tratada en el pasado, más aún en el ámbito universitario. (Aportela, 2007).

Es creciente el uso de las nuevas tecnologías de información en el ámbito de la comunicación interna, por lo que habría que considerar que dichas herramientas son potencialmente útiles en el proceso comunicativo considerado en este estudio. Todavía más, las universidades deben considerar el uso sistemático de las TICs (Tecnologías de Información y Comunicación) como parte estratégica esencial de sus procesos comunicativos. Por ello, dichas tecnologías deben ser asumidas de forma paulatina (Gloria y Carbajo, 2005).

La Uniss cuenta con un determinado uso de TICs (Tecnologías de Información y Comunicación) como parte esencial de la emisión y recepción de información entre sus públicos internos, por lo que se considera un sujeto de estudio adecuado al análisis que se pretende.

Según Gloria y Carbajo (2005), “Las nuevas tecnologías implican nuevos retos que se deben ir asumiendo en la cotidianeidad, teniendo presente además la composición del público, en la medida que avancen los días, los nuevos integrantes del público serán –cada vez más– lectores virtuales para quienes la hoja de papel no será el soporte que da estructura y peso a la noticia impresa”

En un mundo tecnológico y cambiante, es necesario encontrarse al día en el acontecer mundial, con respecto a los avances científicos y tecnológicos. Ya no es suficiente contar sólo con el recurso humano requerido (docentes,

administrativos, estudiantes), se impone a las instituciones educativas el uso de la infraestructura tecnológica computacional para la realización de sus procesos cotidianos.

López de Blas (2005) en el documento “Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como apoyo a la innovación y al cambio”, establece estándares que permiten una vinculación efectiva de las tecnologías de la información y comunicación, en el desarrollo académico de las instituciones educativas. En sus conclusiones determina la necesidad de estimular el desarrollo de contenidos interactivos, ricos en multimedia.

Arribas (2012) en su estudio *La circulación de la información y su relevancia para la comunicación interna*, considera que la información en la empresa tiene tres características: puede ser utilizada simultáneamente, no se gasta con el uso, y sus trozos pueden ser combinados para generar más información. Expresa, que la información interna juega un papel decisivo en la empresa y se convierte en su principal patrimonio.

En todas las facultades de la Universidad los profesores de forma cotidiana pueden compartir archivos, acceder a bases de datos desde cualquier parte, conocer las novedades de la Institución, acceder a los datos sobre los estudiantes de la carrera, poner al alcance de todos los cambios en el sistema de calidad, trabajar en equipo sin necesidad de estar en el mismo espacio, fluidez en los procesos docentes, reírse con los chistes del momento, conocer nuevas oportunidades de superación e investigación, gestionar eficaz e interactivamente el plan de formación interno, felicitar a quienes están cumpliendo años o a aquellos que lo merecen por un buen trabajo realizado, realización de cursos on line (e-learning), programas de acogida que sean más agradables que los casi siempre voluminosos manuales impresos, acceso a manuales de procesos en forma clara y rápida y consulta de la biblioteca física o virtual de la compañía.

En la actualidad, en la Facultad de Humanidades de la Uniss se desconoce si los directivos y profesores dominan las herramientas tecnológicas o cuentan con la capacitación y documentación necesaria para cumplir eficientemente con los objetivos y propósitos de su establecimiento. Así mismo, se ignora si existe un

sistema de información que les permitan: compartir proyectos, expedir certificados, informes académicos, permisos y constancias, entre otras solicitudes.

Por lo que esta investigación se plantea como problema ¿Qué usos se hace de las tecnologías existentes en la Facultad de Humanidades de la Uniss como herramientas de apoyo a la Comunicación Interna?

Objetivos de investigación

General: Describir el uso de las TIC en la comunicación interna de la Facultad de Humanidades de la Uniss.

Específicos

1. Analizar los referentes teóricos y tendencias actuales que sustentan la gestión de la comunicación interna con apoyo de las TIC.
2. Diagnosticar la situación actual de las TICs aplicadas a la comunicación interna de la FC.
3. Identificar el nivel de uso y aplicación del Correo Electrónico, el Sitio Web y la Intranet en la comunicación interna de la institución.

Se aplican algunas técnicas como son las entrevistas, las observaciones participativas, que complementan el uso de encuestas analizadas bajo una perspectiva cuantitativa y cualitativa.

La exploración del trabajo permitirá constatar la existencia de una estrategia de comunicación interna, así como describir qué usos se realizan del Correo Electrónico, el Sitio Web y la Intranet en la comunicación interna de la Facultad. Sobre la base de los resultados obtenidos por la presente investigación, se favorecerán recomendaciones que permitan un óptimo manejo de los canales de comunicación estudiados en pos de establecer una adecuada comunicación interna en el seno de la Facultad.

Con los datos obtenidos en la investigación se pretende mejorar el uso y aplicación de estas tecnologías, así como influir en la calidad de la comunicación interna de la Uniss, lo cual favorecerá el logro de los objetivos entre directivos y profesores.

Aunque existe como limitante la poca disponibilidad de tecnología y una infraestructura insuficiente para el eficaz funcionamiento de los públicos internos de la Facultad, este trabajo es relevante, porque contribuye a una futura planificación de las TIC en función de la comunicación interna.

El informe se estructura en dos capítulos. En el primero se tiene en cuenta la reflexión teórica de los principales temas que comprende la investigación y el marco referencial, para presentar una descripción de las características de la Facultad de Humanidades de la Uniss. El segundo presenta un acercamiento metodológico al objeto de estudio, y una aproximación a los resultados analizados. Finalmente se relacionan las Conclusiones y las Recomendaciones.

CAPÍTULO I



Marco Teórico - Referencial.

Para sustentar teóricamente la investigación se han consultado diferentes bibliografías en búsqueda de categorías afines al tema, tales como: comunicación organizacional, comunicación interna, canales de comunicación, flujos de comunicación y usos de las nuevas tecnologías (TIC).

1. La comunicación en la Sociedad del Conocimiento

La ciencia y la tecnología invaden todo el mundo contemporáneo, lo que es resultado de varios procesos sociales relevantes como la Revolución Científica de los siglos XVI y XVII; las Revoluciones industriales y cambios tecnológicos en la segunda mitad del Siglo XX; el ascenso del capitalismo asociado a pautas de consumo y modelos de desarrollo que se promueven; surgimiento, afirmación y crisis del sistema mundial del socialismo; la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados.

La producción del conocimiento en aras de desarrollar la tecnología de las informaciones ha ido *increscendo*. El capitalismo generó necesidades económicas y tecnológicas nuevas que impulsaron la ciencia. Impera una comunicación dirigida a potenciar el conocimiento, se promueven nuevas ideas, imágenes y formas de pensar, formas individualistas, impersonales y mecanicistas de pensar hacia una visión científica del mundo. Se promueven estilos de vida con un avance tecnológico capaz de mejorar e incluso sustituir muchas funciones tanto domésticas como organizacionales.

La Investigación y el Desarrollo han consolidado un nuevo paradigma tecnológico, cuyo liderazgo corresponde al sector electrónico. Las áreas de ese paradigma son la biotecnología, la nueva base energética, las ramas de la electrónica, computación y telecomunicaciones que generan un enorme avance en las tecnologías de la información. En donde el recurso es precisamente el conocimiento.

La Sociedad del Conocimiento, en todos los medios posibles de comunicación y de información, transmite un sentido, un significado de avance, desarrollo, asociado con la tecnología. Así por ejemplo, los colores imperantes son colores

metálicos, la moda minimalista, la decoración, hasta las mismas relaciones interpersonales, todo está dirigido a crear una sociedad funcionalista, tecnológica y supuestamente, avanzada e industrializada. Esto es una tendencia precisamente de lo que acarrea un pensamiento científico y tecnológico asumiendo que más desarrollados e intelectuales somos en la medida en que asimilemos todo lo tecnológico y sepamos trabajar con ello. Inmersos estamos en una era de permanente movilidad en el desarrollo de la ciencia, la tecnología, la información y la calificación permanente de las personas en el mundo del trabajo. En medio de una avalancha tal de información, nuestros conocimientos se hacen obsoletos muy rápidamente y la educación tiene que ser ininterrumpida.

Todas las culturas aportan un conocimiento científico de valor universal que debe estar al servicio de la humanidad para una mejor calidad de vida y un entorno sostenible. Muchos son los beneficios de la ciencia, pues ha aumentado la esperanza de vida, se han descubierto tratamientos a enfermedades, la producción agrícola y los nuevos procedimientos industriales han facilitado el trabajo de los hombres.

Las tecnologías basadas en nuevos métodos de comunicación, tratamiento de información e informática han suscitado oportunidades sin precedentes para la sociedad en general. No obstante, esos beneficios presentan siempre otra consecuencia dada por el nivel de acceso a estas innovaciones, lo que ha desembocado en la brecha entre los países, a la exclusión y/o desequilibrio social. Estos beneficios están desigualmente distribuidos. Lo que distingue a los pobres de los ricos no es la posesión de bienes y riquezas sino la posesión de conocimiento y la inclusión/exclusión de la creación y beneficios del saber científico, así como las barreras de regulación y geográficas para su obtención.

En medio de la sociedad del conocimiento, de la amplia gama de significados y códigos, las personas asimilan o no, lo que los medios deciden incorporar. El fenómeno de la Agenda Setting y el Newsmaking han llevado a una realidad distorsionada, parcial, dependiente de elementos tecnológicos, de creación y producción del conocimiento en aras de la civilización; pero las características del receptor determinan la asimilación que haga de los mensajes y la

interpretación de los mensajes emitidos son diversos. Es relativa la dependencia que los medios han provocado en las personas y el nivel de credibilidad de dichos medios. Así, las formas de apropiación del conocimiento son altamente discutidos y se buscan alternativas de solución para insertar y aplicar el conocimiento a las propias realidades. El nivel de información del receptor es inversamente proporcional a su frecuencia de asimilación.

Redefinir la comunicación es una tarea de orden. La comunicación debe estar en consonancia precisamente con crear un hombre que se desarrolle en socialización. El problema, sigue siendo la tendencia de conceptualizar la comunicación como información y no como diálogo e intercambio. La ciencia debe convertirse en un bien compartido solidariamente en beneficio de todos los pueblos. La Revolución de la información y la comunicación ofrece medios nuevos y más eficaces para intercambiar los conocimientos científicos y hacer progresar la educación y la investigación. El enorme impacto de la llamada "economía digital" sobre el mundo del trabajo y sobre la cultura (en la industria, en la investigación científica, en la educación, en el entretenimiento) transforman la vida de las personas en cuanto al seguimiento de los procesos sociales derivados de una realidad virtual. La comunicación pública o masiva tiene un espacio de acción reducido en cuanto las mediaciones digitales son cada vez más diversas alcanzando un número inimaginable de público receptor. Más que relevancia de un hecho, impera la novedad y una realidad transmitida en tiempo real. Un pequeño rumor puede repercutir como terremoto en regiones del planeta geográficamente distantes.

Entorno a las mediaciones, Internet constituye un nuevo entorno de comunicación, en donde confluyen el resto de las mediaciones. Una nueva estructura social se establece en el mundo con diferentes consecuencias en la cultura, tradiciones e identidades sociales. Internet se proclama como una tecnología de la libertad informacional y cognitiva. Las redes de Internet proporcionan una comunicación global y libre, creándose la llamada "aldea global" en donde los límites culturales están difusos y la individualidad está sometida a la colectividad. El uso de este medio es controlado e incluso monopolizado por intereses comerciales, ideológicos y políticos, a medida que se va convirtiendo en

la infraestructura dominante en nuestras vidas, la verdadera libertad, estaría entonces en la propiedad y el control de acceso.

En una economía global y una sociedad red, estar desconectado de Internet significa estar marginado de toda “realidad”. Dicha exclusión puede producirse por diversos mecanismos: falta de infraestructura tecnológica, obstáculos económicos o institucionales para acceso de redes, insuficiente capacidad educativa y cultural. La libertad a partir de la invención tecnológica y creatividad cultural amenaza con provocar una reacción en su contra. Los sujetos que dependen de la información digital, o como se dice, los cibernautas, están marcados por un sentimiento personal de pérdida de control, aceleración en sus vidas al encontrarse inmersos en una carrera sin fin, en donde la superación es crucial, y llegar a la meta que nos impongan, define nuestra posición en la vida. Pero ¿en qué determinan estas metas nuestras vidas? ¿Hacia dónde vamos?

Los desarrollos tecnológicos han tenido efectos culturales extraordinarios. El consumo siempre ha sido el objeto final de la industria cultural, ahora más que crear estereotipos y estándares, se crea un paradigma tecnológico, un sujeto con evidente dependencia a la tecnología. Son crecientes las innovaciones tecnológicas, la demanda de información y nuevos conocimientos, hay una amplia tendencia a la comercialización del nuevo conocimiento y un auge de la transnacionalización de la economía mundial en la generación y difusión de las nuevas tecnologías. La persuasión, manipulación y distorsión de dicha realidad objetiva no está en manos sólo de los medios; la responsabilidad no recae sólo en los medios sino también en las mediaciones, la experiencia, la cultura, los valores que se fomenten, las diferentes organizaciones donde el individuo se socialice.

La sociedad se está adentrando en la era de la «economía guiada por el conocimiento» en donde es creciente la necesidad de renovar productos, de innovar. El conocimiento adquiere un valor añadido en tanto incluye valor de la tecnología, know-how, calificación de la fuerza de trabajo en el comercio de bienes tangibles e intangibles. Estos procesos están presentes en todos los sectores de la producción y los servicios, pero son más evidentes en algunos sectores llamados «de alta tecnología», caracterizados por altos costos de su mano de obra calificada y del proceso de investigación-desarrollo permanente

quedemandan: se trata de la Biotecnología, la fabricación de computadoras, la industria del software, los sistemas de producción automatizados, la industria farmacéutica, las telecomunicaciones, los polímeros y plásticos de alta tecnología, los nuevos materiales, la industria aeroespacial, la microelectrónica y otros.

Los países industrializados realizan grandes inversiones en la producción de conocimiento, constituyendo un recurso económico. El objetivo fundamental es la producción y diseminación del conocimiento, lo que trae consigo un repertorio de productos, servicios y nuevas tecnologías conduciendo a un conocimiento limitante que se da en un contexto histórico concreto caracterizado por el poder del imperialismo y por la globalización neoliberal. Para acceder al conocimiento hay que pagar, ya sea por adquirirlo (patentes, transferencia de tecnologías, etc.) o por generarlo. Uno de los procesos más complejos y peligrosos del capitalismo actual, consiste precisamente en el intento de encontrar formas de privatizar el conocimiento, como reacción del sistema capitalista a sus nuevas funciones de recurso limitante en la economía. Se trata de uno de los fenómenos más peligrosos de este inicio del Siglo XXI.

Existe una importante diferenciación entre los medios, que condiciona los procesos de interpretación.

Diferentes modalidades tecnológicas implican diferentes modalidades de recepción en función de los usos potenciales que conllevan. Esto se evidencia en la Sociedad del Conocimiento con el avance desmedido de la tecnología, a través de la cual transita la comunicación, o mejor dicho, la información.

Se propone pues una responsabilidad social de los científicos y a su vez de los comunicadores, en todos los medios. Se debe cambiar o redirigir la comunicación hacia un marco más participativo y responsable con el contexto, que las tecnologías y la ciencia respondan a necesidades concretas, que la comunicación llame a todos al avance de la ciencia y tecnología en vías de mejorar los problemas sociales.

Las organizaciones sociales están insertas en una era marcada por la globalización que trae aparejada problemas globales como el crecimiento de la población, escasez de recursos energéticos, migraciones, contaminación

ambiental, transculturación, hibridación y heterogeneidad cultural y de identidad, y no menos importante, la concentración geográfica de la ciencia. La polarización de la actividad científica amenaza con excluir del conocimiento al 80% de la humanidad. Ciencia y conocimiento son prácticamente el mismo problema. En el mundo actual la capacidad para usar el conocimiento está cada vez más vinculada a la capacidad de generarlo. Los modelos de “transferencia de tecnología” son cada vez menos funcionales. Los medios de comunicación han evolucionado y los canales por donde transita la información no son solamente la televisión, radio y cine, además del fenómeno de la Internet, la información y la transmisión de mensajes esta presente en todos los medios posibles de comunicación digital, virtual y telemática.

El conocimiento científico y tecnológico ha producido aplicaciones que han sido de gran beneficio para la humanidad. Sin embargo, estos beneficios no están distribuidos equitativamente y ello ha ampliado la brecha entre los países industrializados y los países en vía de desarrollo. Se requiere, por tanto, de un esfuerzo conjunto genuino entre aquellos que poseen la mayor capacidad en ciencia y tecnología y aquellos que enfrentan los problemas de la pobreza y la exclusión social. La creciente brecha de conocimientos entre el Norte y el Sur implica que casi todo el esfuerzo científico mundial se concibe desde y para el Norte.

La orientación de la cooperación internacional para la investigación científica y tecnológica debería contribuir a la instalación estable en los países con menor desarrollo de capacidades científicas de excelencia; la formación de jóvenes investigadores insertos en sus propias realidades sociales; que la agenda de investigación sea fijada acorde a los valores y prioridades de la región y conforme a una perspectiva mundial.

La Sociedad del Conocimiento se refiere a un mundo muy desigual donde el analfabetismo es aún la regla en muchos países y la capacidad científica y tecnológica de los ricos es un instrumento de saqueo que aplican metódicamente contra los pobres.

Vale la pena considerar la argumentación de Chomsky y Dieterich (La sociedad Global, 1997). En la economía global del siglo XXI la calificación científica y profesional de la fuerza de trabajo debe constituir el arma competitiva fundamental, desplazando las ventajas comparativas tradicionales comorriquezas naturales u otras. Esta tendencia “aumenta, in abstracto, la importancia de los sistemas educativos formales a nivel mundial” (p.126).

Sin embargo, otras tendencias ejercen un efecto opuesto al anterior. Así por ejemplo el capitalismo actual se caracteriza por la proliferación acelerada y generalizada del desempleo. Desde el punto de vista del capital esa población precaria es una población superflua, cuya educación no genera beneficio sino sólo costos. Sumemos a esto, que los trabajos no calificados se desplazan cada vez más hacia la Periferia, en particular hacia América Latina.

El conocimiento es una fuente importante de poder, pero en un mundo desigual, profundamente escindido en cuanto a la riqueza, el conocimiento se convierte en una fuerza más en manos de los que detentan el poder económico y militar. El conocimiento no es una variable independiente de la sociedad; el saber no navega por encima de las circunstancias sociales igualando oportunidades. Lo que convierte al conocimiento en un recurso significativo es la sociedad que lo promueve y desarrolla. El conocimiento hará parte de las desigualdades y oportunidades propias de una sociedad cualquiera. Es la dinámica económica y social, junto a la actuación política, la que determinan el significado social del conocimiento.

En el desarrollo individual y colectivo, la comunicación deviene en una condición necesaria para la existencia del hombre. Desde tiempos inmemoriales, el hombre siempre ha estado asociado a una determinada organización, institución o agrupación social, comunidades primitivas, asociaciones, sectas religiosas, centros educacionales y centros laborales. En estos espacios, con el transcurso del tiempo, el hombre se ha socializado por medio de la comunicación, que es la base de todas sus relaciones y desarrollo sociales.

El desarrollo del hombre refleja la necesidad objetiva de asociación y cooperación mutua. A su vez condiciona la individualidad e integridad del individuo. La

formación de hombre tiene lugar por medio de la relación con otros hombres. El fenómeno de la comunicación en la sociedad está vinculado al surgimiento del hombre como especie diferenciada y pensante. Es justamente su condición de ser social lo que posibilita al hombre el accionar sobre la realidad y su desarrollo. No es posible pensar en socialización sin tener presente el proceso comunicativo, desde el punto de vista participativo y de intercambio de información.

La ciencia y la tecnología están imbricadas en el desarrollo social por el impacto y nivel de influencia que tienen en la evolución y desarrollo de la civilización y de su pensamiento, lo cual ha estado supeditado a los intereses del poder político - económico imperante. Esta situación ha provocado el uso a veces, irracional y desmedido de la ciencia y la tecnología en grandes acontecimientos sociales que han marcado la historia de la humanidad. La tecnología es movida por intereses sociales. Las consecuencias políticas y sociales de la energía nuclear, las telecomunicaciones, las políticas tributarias, son, entre muchos, ejemplos del notable impacto social de la tecnología en los estilos de vida, en las relaciones interpersonales, en los valores, en las relaciones de poder.

Hoy más que nunca, la ciencia y sus aplicaciones son indispensables al desarrollo. Mediante los apropiados programas de educación e investigación se debe prestar más apoyo a la construcción de una capacidad científica y tecnológica adecuada y compartida de manera equitativa, fundamento indispensable de un desarrollo económico, social, cultural y ambiental racional. Esta necesidad es especialmente apremiante en los países en desarrollo. La ciencia y la tecnología también deben orientarse decididamente hacia perspectivas que mejoren el empleo, la competitividad y la justicia social. La cooperación entre los países desarrollados y los países en desarrollo debe llevarse a cabo ateniéndose a los principios de pleno y libre acceso a la información, equidad y beneficio mutuo. Se debe entonces, promover el diálogo, la participación entre comunidad científica y sociedad, crear un compromiso y una responsabilidad no sólo en los científicos, sino en quienes detentan el poder en la producción y comercialización del conocimiento, el cual debe llegar a todos por igual.

1.1. Las TIC en el marco de la “sociedad del conocimiento”/“sociedad de la información”

Hablar de comunicación, de los modelos y de cómo ha evolucionado la investigación en la teoría de comunicación, es fundamental a la hora de establecer una conexión con el fenómeno de la Sociedad del Conocimiento. Dicha interrelación, está marcada por dos aspectos cruciales, percepción de la comunicación y el papel de la comunicación en un era caracterizada por el paradigma tecnológico, la economía del conocimiento, problemas globales y sociales, brecha entre países desarrollados y subdesarrollados.

La comunicación es intercambio de información y no información como lo preconizan los llamados medios de comunicación masiva, por donde se transmite hoy día, una cultura ligada no sólo al consumo sino, al avance científico tecnológico de la sociedad. Se transmite una mejora en la calidad de vida a partir de los beneficios del avance científico. Beneficios que no incluyen a todos los estratos sociales, ni grupos ni naciones, generando una exclusión y desequilibrio social.

La Sociedad del Conocimiento es donde la tecnología y la ciencia caminan de la mano, la comunicación constituye una mediación en la formación y promoción de valores y culturas dirigidas a la tecnología, a la dependencia tecnológica. Es acelerada la producción del conocimiento. El soporte principal de las economías es la producción de conocimiento, la Investigación y Desarrollo (I+D), el desarrollo ascendente de la tecnología, ya es un factor principal en la economía de un país pues el conocimiento es quien define la movilidad social de las personas y el poder de las naciones.

El papel de la comunicación, es pues, proclamar y promover una conducta responsable, más participativa de los entes sociales en la asimilación y aplicación del conocimiento en su propia realidad regional.

1.1.1. Revolución tecnológica y cambios culturales en la información y la comunicación

Las denominadas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son un área de convergencia de la microelectrónica, la fotónica, la computación y las

tecnologías de telecomunicaciones; estas últimas concretadas esencialmente a través de los sistemas digitales (satelitales, inalámbricos o por cable). Emergieron como una de las áreas científico-técnicas de punta en la segunda mitad del siglo XX, como resultado de demandas sociales provenientes, principalmente, del campo militar, del sector económico y de instituciones de diversas áreas de las ciencias y han generado o han contribuido a acelerar múltiples cambios culturales en nuestra época.

Como ha expresado el profesor e investigador cubano José R. Vidal: “El impetuoso desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación han conducido a que éstas se conviertan en una infraestructura básica de la economía, de la ciencia, de la política, de la educación y las artes, invadan la vida cotidiana y modulen nuevas formas de percepción, de hábitos y de ordenamientos lógicos de los procesos cognoscitivos (Vidal, 2004: 301).

Se pueden apreciar dos procesos indisolublemente integrados, por una parte la revolución tecnológica que ha transformado los soportes e instrumentos de comunicación e información; y por otra, cambios culturales que alteran las formas de existencia cotidiana y los modos de desarrollo de las personas, las instituciones y las sociedades en su conjunto.

Esta posibilidad entraña un doble proceso de construcción de sentidos: los sentidos dados, a lo que se recibe y los incorporados, a lo que se emite; demandas y procesos antes sólo presentes en la comunicación interpersonal y de pequeños grupos, lo que “acerca” a los interlocutores por muy distantes que estén físicamente y permite como posibilidad, no automáticamente, el despliegue cultural del modelo comunicativo dialógico.

Los cambios culturales, además, están relacionados con el uso intensivo de la información y el valor creciente del conocimiento en las sociedades contemporáneas. Esto entraña, por una parte, el reto de lidiar con volúmenes de información que exceden las posibilidades naturales de los seres humanos, por lo que se requiere de instrumentos artificiales cada vez más capaces para hacerlo; y por otra, la necesidad de crear capacidades no sólo de aprendizaje de corte reproductivo, sino de utilización práctica de lo aprendido con sentido creativo, de

la habilitación para moverse en un mundo de innovaciones permanentes y de incertidumbres, lo que implica exigencias intelectuales y emotivas inéditas. Es decir, la necesidad de generar realmente conocimiento que no debe identificarse con información (Nuñez Jover, 2009: 86). No obstante, es innegable que el papel de la información, la comunicación y el conocimiento han crecido como factores diferenciales y altamente decisivos en el desempeño social. Al decir de Castell, se ha modificado el modo de desarrollo (Castell, 1995).

La contribución más radical de la comunicación interna al proceso de creación de valor de la empresa, se produce a través de la interactividad y la relación interpersonal, para ello existen herramientas que proporcionan la interactividad y gestionan la información necesaria.

La gran aportación de las TIC es la interactividad y la capacidad de escuchar, donde se explotan desde chats de conversación de experiencias entre equipos separados en la distancia o en el tiempo, hasta el entrenamiento y entrevista a distancia, aunque debemos reconocer la necesidad de añadir un cambio cultural a este cambio tecnológico en casi todas las organizaciones.

Los directivos tienen que promover una cultura que fomente compartir conocimientos, es decir, se trata de generar unas actitudes para querer y poder aprender del conocimiento del otro. Expertos demuestran que la gestión del conocimiento funciona bien en las empresas donde los empleados no temen compartir información, es decir, son confiados y curiosos.

1.1.2. Uso y apropiación de las TICs

“Las Tecnologías de Información y Comunicación hoy constituyen el eje articulador de un nuevo paradigma de organización de la sociedad, que se evidencia en la incorporación de la información a los productos en su composición material, en los procesos de producción y en la materialización de la misma como producto privilegiado de la economía.” (Martín Barbero en Páez y Perozo, 2007).

Diversos factores socioculturales inciden en la vinculación entre la evolución de las TIC y el tiempo que requiere su imbricación en el entorno social de los individuos. El comprender esos factores es lo que permite desarrollar “patrones de uso continuo y generalizado de la nueva tecnología, provocando prácticas

emergentes y suscitando transformaciones paulatinas en procesos sociales de amplio alcance.” (Sagastegui, 2005), lo cual a juicio de esta autora puede denominarse como “tecnologización de la vida cotidiana”.

Otra perspectiva es la “sociopolítica de los usos” considerada como “un sistema de relaciones sociales que tienen lugar en torno a una técnica y por medio de ella.” (Vedel en Sagastegui, 2005). Por otro lado se plantea la “sociología de los usos” que se interesa en determinar “la imbricación entre la técnica y el uso, así como la construcción simultánea de ambos. (Chambat en Sagastegui, 2005). En un último término se conoce “la apropiación social de la tecnología”, en la cual “la técnica no se considera separada de la cultura, sino una forma de expresión de la misma.” (Sagastegui, 2005). La apropiación social de la tecnología es entendida genéricamente como “una forma de crear significado social desde las actividades cotidianas de la vida diaria.”

En el brevísimo nombramiento de estas perspectivas, se busca visualizar que la interrelación entre factores humanos y no humanos, puede darse desde diversos matices, y que las formas de apropiación y uso van a estar mediadas por muchos factores socioculturales relativos por ejemplo, a las dinámicas sociales de los contextos en que se inscriben estas relaciones, a las expectativas, recursos y cuadros culturales de los usuarios, a las prácticas relaciones sociales que se despliegan en una dimensión espacial y temporal, entre otros factores.

El uso y apropiación de las TIC supone continuo proceso de resignificación e intercambio. Reconocer los valores de intercambio, la conceptualización en torno a las mismas, comprender en su justa medida la relevancia de las tecnologías y los matices que presenta el uso de las mismas, entre otros muchos elementos, son factores necesarios a tener en cuenta, sobre todo cuando se considera su uso masivo e intensivo, así como su inserción en los nuevos espacios de intercambio de las sociedades, y específicamente en nuevos proyectos como la gestión de la comunicación interna.

1.2. Comunicación Interna.

La comunicación interna es el centro neurálgico de una organización y puede llegar a convertirse en una verdadera herramienta para el logro de la efectividad

organizacional, porque el éxito está en comunicar de forma clara, concisa, a tiempo, en forma efectiva y precisa, para que todos los miembros se sientan involucrados y verdaderamente comprometidos con dicha organización.

La comunicación interna son los procesos comunicativos desarrollados en el interior de la organización y dirigidos a lograr su estabilidad para conseguir sus objetivos, metas, políticas, desarrollar su cultura y transmitirla, socializar a sus miembros, entre otros. “Es el patrón de mensajes compartidos por los miembros de la organización, es la interacción humana que ocurre dentro de las organizaciones y entre los miembros de las misma”. (Lucas Marín, 1975) La comunicación interna que se desarrolle en la empresa debe asegurar no sólo la información necesaria del papel que a cada uno corresponde en ese proceso de perfeccionamiento: jefes, trabajadores, organizaciones políticas y de masas, sino también la retroalimentación que permita la evaluación sistemática de los resultados y el ajuste constante del proceso mismo, en dependencia de las exigencias de la situación para el logro de sus objetivos. (Barreiro Pousa, 1999)

La comunicación interna coadyuva a la estabilidad y desarrollo de la organización y al cumplimiento de sus objetivos, permitiendo su supervivencia en el tiempo y su avance, ya que es la comunicación convertida en herramienta y medio, la que ayuda a conseguir las metas organizacionales.

La Comunicación Organizacional comprende diversas áreas que están muy relacionadas entre sí y que son necesarias analizar en cuanto a los componentes del proceso de comunicación que ocurre en las organizaciones y que se abordan a continuación.

1.2.1. Las TICs y la comunicación interna

Se viven tiempos de cambios donde fertilizan idearios y prácticas nuevas en todas las esferas de la vida humana, lo que plantea la necesidad de adaptarse a ellos, se impone entonces ante las Ciencias Sociales en general y la comunicación en particular grandes desafíos de la época y de la ciencia.

El conocimiento y la comunicación tienen sus leyes, su organización óptima y por tanto, son objetos de gestión. El papel de la comunicación, es pues, proclamar y

promover una conducta responsable, más participativa de los entes sociales en la asimilación y aplicación del conocimiento en su propia realidad regional.

El empleo de las TIC y su aplicación a nivel interno para uso comunicativo ha llegado a las organizaciones en un momento en el que la información y las ideas se han convertido en recursos sumamente estratégicos para el éxito.

No importa el tamaño de la empresa, todos necesitan solucionar o adoptar estrategias para que cada uno de los elementos involucrados en la comunicación interna fluya con rapidez entre ellos.

Cada día cobra más importancia la necesidad de que la comunicación interna tiene que ver con el buen funcionamiento interno de las organizaciones; el reto es escoger la estrategia adecuada y las herramientas tecnológicas idóneas para que el conocimiento de su empresa esté al servicio de todos.

El papel que juegan los medios sociales en la gestión del conocimiento y la Comunicación Interna dentro de las empresas, adquiere cada vez una mayor relevancia entre las funciones de gestión corporativa.

Las empresas deben apostar por la implementación de las tecnologías a nivel interno, con el objetivo de mejorar la comunicación interna, potenciar su uso y la colaboración por parte de los trabajadores y gestionar el más importante de los activos que poseen: el conocimiento de sus recursos humanos. Los avances actuales de las tecnologías, obligan a establecer tácticas para su desarrollo integral a corto, mediano y largo plazo. El hecho de tener acceso al uso de tecnologías de información y comunicación para desarrollar distintas actividades gerenciales, hace necesario incluir estrategias para una vinculación dinámica y eficaz de estas tecnologías al trabajo de investigación y de apoyo a la gerencia, incluyendo el desarrollo, fortalecimiento y ampliación de los sistemas de información en los diversos servicios administrativos.

A pesar de lo mucho que se ha escrito y hablado sobre el papel que juegan las TIC en la gerencia de las organizaciones modernas, el mundo globalizado, la competencia y los aspectos que marcan su desempeño: la dirección eficaz, planificación estratégica, calidad total y muchos otros términos, lo cierto es que existen muchas instituciones educativas no tecnificadas, que cada día se ven

forzadas a funcionar en un mundo competitivo, donde se requiere ser más eficaces y eficientes.

La incorporación de nuevas tecnologías es de vital importancia desde el área de recursos humanos y la relación beneficio/costo es ampliamente favorable para la empresa de forma tal que facilite el trabajo, permita que fluya la comunicación entre los miembros del equipo, se podrá entonces observar, sentir y escuchar resultados sorprendentes dentro de la organización, que significarán beneficios en el clima laboral y en la forma en la que lo podrá percibir el cliente externo.

1.2.2. Las tecnologías, las tecnologías de la información y la comunicación y la universidad

Las universidades como generadoras y reproductoras de conocimiento son una de las instituciones más capacitadas para ejercer sus funciones en este contexto el cual está signado, entre otros aspectos, por el desarrollo de las TIC, especialmente software, y por la proliferación del conocimiento científico en las actividades productivas.

Las tecnologías adquieren significados en el mundo social y estos significados dan forma y constriñen su desarrollo. A menudo en las etapas iniciales de su producción, se conciben diferentes significados de una tecnología, algunos enfrentados entre sí.

El desarrollo de la informática agudizó la percepción de la centralidad de lo tecnológico en los procesos de cambio social. Al mismo tiempo, pareciera que tales procesos demandan, promueven o motivan cambios tecnológicos

En relación a la educación superior y a la universidad en particular, en la denominada “sociedad de la información” o “del conocimiento” se modifica la misión institucional de las universidades y también se amplían sus alcances territoriales por medio de la generación de propuestas “virtuales” de enseñanza que, en algunos casos, trascienden sus límites institucionales. En tal sentido la cultura infotecnológica acrecienta las posibilidades y habilidades comunicativas de los profesores

1.2.3. Las TICs, la comunicación interna y la Universidad

La educación está más que nunca llamada a ser, en esencia, una puesta en común de los saberes adquiridos por todos los actores del proceso educativo, para que a través del diálogo, la reflexión colectiva y la participación, se construyan nuevos saberes. La comunicación como proceso participativo y dialógico debe ser, entonces, una presencia inviolable en el proceso educativo.

Un desafío permanente en la introducción de las tecnologías en los procesos de las instituciones sociales, incluido por supuesto el sistema educacional, es el que viene dado por la velocidad misma de los cambios tecnológicos y por los modelos de uso de las tecnologías pautados desde los centros generadores de éstas. Ni se puede seguir la carrera de la innovación tecnológica por razones financieras, principal aunque no exclusivamente, ni nos sirven los modelos que casi en exclusivo pautan el uso privado de la red.

En un mundo tecnológico y cambiante, es necesario encontrarse al día en el acontecer mundial, con respecto a los avances científicos y tecnológicos. Cada segundo que se agilicen los procesos dentro de las empresas, redundan en una mayor efectividad y competitividad, garantizando así la supervivencia en el mercado.

Ya no es suficiente contar sólo con el recurso humano requerido (docentes, administrativos, estudiantes), se impone a las instituciones educativas el uso de la infraestructura tecnológica computacional para la realización de sus procesos cotidianos.

Las características contemporáneas de la información y la comunicación (en sus componentes tecnológicos y culturales) ofrecen también enormes oportunidades a la educación. Saberlas aprovechar es esencial para que los sistemas educativos logren una formación a la altura de las demandas de la época. Máxime en Cuba que se han planteado avanzar hacia formas de organizarse, valores predominantes, imaginarios y compartidos que sitúan a la plena realización humana en armonía con la naturaleza como su meta.

Para que las universidades puedan desempeñar el papel que les corresponde en la llamada sociedad de la información y del conocimiento, deben interiorizar que su misión alcanza a la gestión de la comunicación, con un alto valor agregado.

Para ello, habrá que desarrollar en los profesionales algunas capacidades como la capacidad de comunicación y relaciones interpersonales, la fluidez tecnológica, la capacidad de identificación, formulación y solución de problemas sobre la base de un fuerte dominio de la metodología de la investigación social, el pensamiento sistemático donde es imprescindible el dominio de herramientas tecnológicas. La tendencia que ha predominado en los últimos años, ha impulsado la consolidación en el proceso de formación y utilización de las TIC, desde el punto de vista del manejo de las esas herramientas para el desarrollo de la actividad diaria.

En ocasiones, se ha considerado que con dichas habilidades se proporcionaba la formación suficiente para interactuar de forma efectiva con la información. Sin embargo, se ha comprobado que las habilidades para el manejo de la computadora no son suficientes para obtener, procesar, comunicar y compartir la información de forma efectiva y, por lo tanto, para generar y compartir conocimiento.

La incorporación de tecnologías de la información y la comunicación (TIC), contribuye a la innovación del sector, al potenciar la dinámica de los cambios que se generan naturalmente al interior de las instituciones, mejora la gestión pública a través de la simplificación del trabajo y la diversificación de las labores cotidianas. Este proceso está necesariamente vinculado a la capacitación del personal y a una cultura abierta al constante devenir.

Se debe considerar que la incorporación de nuevas tecnologías causa un impacto social y produce un cambio en la organización y su entorno. La modernización de la administración de la educación, requiere de infraestructura tecnológica en materia de información y comunicación (TIC), y de los servicios que con ella se proporciona a sus usuarios, tanto internos como externos. Esto no es sólo una posibilidad, sino una exigencia que busca simplificar, optimizar, y agilizar las formas y medios de comunicación entre las personas, y que las instituciones

educativas requieren, como soporte para el procesamiento de grandes y medianos volúmenes de datos.

Conocimiento, rapidez, eficiencia y renovación: cuatro palabras que, en los primeros años del Siglo XXI, se transforman en verdaderos preceptos de trabajo de la era de las comunicaciones.

1.2.4. Medios o canales de comunicación interna, sus propósitos.

Son las vías de difusión empleadas por la organización para enviar sus mensajes y pueden ser directas o mediatizadas. En el caso de lo que se conoce como los canales directos se refieren a la comunicación cara a cara, dígase hablar, escuchar, gesticular, señalar, etc. Los medios o canales mediatizados requieren de algún tipo de tecnología para difundirse y del contacto entre la fuente que emite el mensaje y el receptor del mismo, ya que este contacto no es directo sino mediado a través de la radio, televisión, teléfono, Intranet, etc. La no existencia de una estrategia de comunicación y en particular hacia el interior de la organización provocará en términos generales falta de canales o subutilización de estos, lentitud en las acciones de comunicación, no adecuada información sobre las políticas de la organización, ni en la interacción en las áreas internas de la institución, etc. Para ello, el modelo que se adopte debe tener integralidad, en el sentido de tener en cuenta: quién comunica, qué comunica, a quién comunica y por qué medios comunica. “Algunos autores vinculan la comunicación organizacional con el área de intercambio de información, para ello la comunicación organizacional es el hecho de enviar y recibir información dentro del marco de la organización”. (Trelles, 2000) Para algunos, como Katz y Kahn, “es el intercambio de información y transmisión de mensajes con sentido” y para otros, es sinónimo de comunicación oral directa, dentro de estructuras formales o comunicacionales internas, tanto directa como mediática, formal o informal. (Trelles, 2001)

De lo expuesto anteriormente, se deduce la especial atención que se debe prestar desde la dirección al correcto funcionamiento de todos los canales de comunicación, así como, su formalización para evitar pérdidas de coordinación y de información vitales con el fin de alcanzar los objetivos propuestos.

1.2.5. Canales Tecnológicos

La sociedad de la información es el producto de una revolución tecnológica sin precedentes, basada en las telecomunicaciones, la informática y la comunicación que, con su poder, amplifican y hacen posibles procesos sociales, económicos, políticos y culturales que afectan y transforman todo lo que el hombre produce y consume. Sin embargo, esta transformación no sólo se ha centrado en los medios como aparatos tecnológicos a los que la mayoría tiene acceso, sino como aparatos culturales que, gracias a la comunicación, *“estructuran los modos de pensamiento, imponen conductas y cohesionan comportamientos”*. (Quintana, 2007) La información es hoy un recurso determinante de la competitividad organizacional y sustento de la toma de decisiones, un factor crucial para el progreso social y económico; el único elemento capaz de crear conocimiento y satisfacer las necesidades de quienes trabajan en las organizaciones. Es por eso que, actualmente, no basta con poseer información, sino que esta debe ser de calidad y actualizada, pero sobre todo pertinente a los objetivos de la entidad. Además, como complemento, es necesario poder procesarla, difundirla tan rápido como sea posible y utilizarla como el recurso estratégico que es. En esto, las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) aplicadas al ámbito interno de la organización tienen un lugar fundamental. No obstante, aún cuando su utilidad e importancia para toda institución es innegable, no debe olvidarse que éstas, como cualquier tecnología, son sólo un instrumento para la gestión de las organizaciones.

1.2.5.1. Intranet

La Intranet es una de las categorías utilizadas en la investigación, siendo recomendable su uso en el desarrollo de la comunicación interna en la Facultad.

La misma es una herramienta tecnológica de una red privada, es decir, en redes corporativas internas cuyos usuarios son los miembros de la organización. La utilización de la Intranet brinda gran cantidad de beneficios, entre ellos: optimizar y compartir los recursos de la empresa, incrementar su productividad, minimizar el uso del papel, aumentar la prestación de servicios y la calidad de ellos, disponibilidad de información oportuna que apoye la búsqueda de soluciones y la

toma de decisiones. Por otra parte si su uso es adecuado puede proporcionar una eficiente comunicación interna.

Las TIC han producido un cambio espectacular y drástico en todas las organizaciones y, en este sentido, es Internet el elemento más revolucionario. El uso creciente de Internet como instrumento de comunicación y de distribución de la información ha propiciado que su tecnología se adopte a nivel empresarial mediante la utilización de diversas herramientas informáticas propicias para la colaboración. De esta forma, por la necesidad de gestionar grandes volúmenes de datos y de comunicarse e interactuar eficiente y efectivamente en el interior de las organizaciones, surgió la Intranet. Entonces, puede decirse que “las Intranets son una derivación de Internet, fruto de la aplicación de sus tecnologías en el interior de la organización, que surgen como respuesta a la necesidad de mejorar la productividad, reducir los costes y mantener los sistemas de información existentes”. (González, 2008). Su facilidad de uso y acceso ha permitido que una gran cantidad de usuarios la acepten como medio para obtener información confiable, de calidad y de sencilla manipulación a nivel interno de la empresa.

Constituye un sistema de comunicación interactiva que permite compartir recursos, información y servicios, en función de los distintos papeles desempeñados por los usuarios definidos en la organización; así como la integración de personas, procesos y procedimientos para formar una cultura organizacional y facilitar la comunicación, la colaboración y coordinación entre los empleados, que tribute a una gestión del conocimiento.

De forma general, una Intranet bien diseñada facilita la comunicación interna, la gestión de la información de la organización, la divulgación de las prácticas y procedimientos, la formación virtual y también presencial o el trabajo colaborativo. Todo lo anterior, hace posible mejorar los procesos de trabajo y el flujo de comunicación en la organización; así como compartir el conocimiento, propiciar una mayor identificación de los empleados con los valores de la institución y favorecer su participación, tanto activa como positiva, en la mejora de la organización.

1.2.5.2. Correo Electrónico (E-mail)

En su forma más simple, el Correo Electrónico es un mensaje electrónico enviado de un ordenador a otro. Puede enviar o recibir mensajes personales o relacionados con el trabajo, con archivos adjuntos, como imágenes o documentos formateados. Incluso, puede enviar música y programas de ordenador. El Correo Electrónico se puede enviar a través de la red de área local (LAN) de la empresa o a través de una red de comunicación nacional o internacional. Los servicios de Correo Electrónico utilizan una computadora central para almacenar los mensajes y datos y enviarlos a su destino.

El Correo Electrónico se ha convertido en elemento imprescindible en las redes de comunicación de la mayoría de las oficinas modernas. Permite transmitir datos y mensajes de una computadora a otra a través de la línea telefónica, de conexión por microondas, de satélites de comunicación o de otro equipo de telecomunicaciones y mandar un mismo mensaje a varias direcciones.

Dado el enorme volumen de Correo Electrónico potencial que puede generarse, se han desarrollado sistemas capaces de particularizar el correo para cada usuario. Una carta puede tardar días en llegar, y semanas para llegar al otro lado del mundo. De la misma forma que las cartas en su camino se detienen en diferentes oficinas de correo, el Correo Electrónico pasa de un ordenador, llamado servidor de correo, a otro, en su viaje por Internet. Una vez que llega al servidor de correo de destino, es almacenado en un buzón electrónico hasta que el destinatario lo recoja. Todo este proceso puede llevar segundos, permitiéndole comunicar rápidamente con personas de cualquier parte del mundo, a cualquier hora del día o de la noche. Puede enviar Correo Electrónico a cualquier lugar del mundo, a cualquiera que tenga una dirección de Correo Electrónico. Es rápido, fácil y mucho más barato que el correo postal. Cada vez se utiliza más este soporte tecnológico para ahorrar tiempo y dinero. No es de extrañar que el mismo se haya convertido en el servicio más popular de Internet.

1.2.5.3. Sitios Web

World Wide Web, o simplemente Web, es el universo de información accesible a través de Internet, una fuente inagotable del conocimiento humano. El

componente más usado en el Internet es definitivamente el Web. Su característica sobresaliente es el texto remarcado, un método para referencias cruzadas instantáneas. En la mayoría de los Sitios Web, ciertas palabras aparecen en texto de otro color diferente al resto del documento. Por lo general, este texto es subrayado (LattoArchibald NL, Reyes Izaguirre R, Abreu Pérez NM y Carbonell Ramos D, 2007).

Al seleccionar una palabra o frase, uno es transferido al sitio o página relacionada a esa frase. En algunas ocasiones hay botones, imágenes, o porciones de imágenes que pueden activarse mediante un clic. Si usted mueve el apuntador sobre el contenido del documento y el apuntador cambia a un símbolo con una mano, eso indica que usted puede realizar un clic para ser transferido a otro sitio.

Usando el Web, se tiene acceso a otras de páginas de información. La exploración en el Web se realiza por medio de un software especial denominado Browser o Explorador. La apariencia de un Sitio Web puede variar ligeramente dependiendo del explorador que use. Así mismo, las versiones más recientes disponen de una funcionalidad mucho mayor, tal como animación, realidad virtual, sonido y música (Martí, 2005).

Una página de Internet o página Web es un documento electrónico que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualesquier persona que se conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo. (Pérez, 2007).

Una página Web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de Correo Electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos. (Márquez, 2005).

Estos documentos pueden ser elaborados por los gobiernos, instituciones educativas, instituciones públicas o privadas, empresas o cualquier otro tipo de asociación, y por las propias personas en lo individual.

Sitio Web no es más que un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web referentes a un tema en particular, que incluye una página inicial de bienvenida, generalmente denominada home page, con un nombre de dominio y dirección en Internet específicos.

A veces se utiliza erróneamente el término página Web para referirse a Sitio Web. Una página Web es parte de un Sitio Web y es un único archivo con un nombre de archivo asignado, mientras que un Sitio Web es un conjunto de archivos llamados páginas Web.

Se puede decir, que un Sitio Web es un conjunto de archivos electrónicos y páginas Web que son accesibles mediante el protocolo HTTP de Internet. Este conjunto de páginas tiene como objetivo el desarrollo de algún tema, prestar servicios o entregar contenidos asociados al entorno de la página. Un Sitio Web debe ser codificado por lo general en HTML, siendo navegable mediante un navegador de páginas Webs. También se pueden crear páginas dinámicas usando servidores Webs que posean soporte de algún lenguaje de programación. (Por ejemplo: PHP, ASP, JSP, etc.).

1.2.6. Los canales tecnológicos en estudio y la comunicación interna

En la mayor parte de las organizaciones existen las llamadas islas de la comunicación, donde la información valiosa para el desempeño interno reposa indefinidamente en escritorios o computadoras personales, sin compartirse. Todo esto sucede porque no se han apoyado en las TIC para buscar una gestión adecuada de este proceso. En este sentido, es importante establecer la diferencia existente entre informar y comunicar. Informar aumenta el conocimiento, se advierten novedades; comunicar implica percepción, creación de expectativas y se plantean exigencias. (Escat, 2007) Informar es parte de la comunicación; lo que se comunica en los mensajes es información, y con esto, la comunicación avanza un paso más en las relaciones entre los empleados, porque ella es capaz

de producir determinados comportamientos. Es decir, en la primera se transmite un mensaje, en la segunda se requiere una respuesta del receptor. Por medio de ella, la comunicación fluye en todas las direcciones, tanto horizontal como verticalmente, sea de forma ascendente como descendente. Esta circulación multidireccional de los flujos de comunicación garantiza la existencia del proceso comunicativo, porque se realiza de forma bidireccional; es decir, existe un intercambio entre las partes. De ahí que constituya un mecanismo para que la dirección y los trabajadores interactúen constantemente. La utilización de estas herramientas tecnológicas, permite reducir el tiempo que los trabajadores utilizan en las tareas de procesamiento de información y comunicación rutinarias. Provoca un fortalecimiento de la comunicación en la organización porque la información se sistematiza y fluye. “Especifica quién, cómo y cuándo corresponde, no en dependencia de subjetividades, sino de los privilegios que el usuario de la Intranet tiene respecto de ella. Estos privilegios son fruto de fronteras previamente definidas por los jefes o gerentes de la empresa”. (Pastor, 2007) Dichos canales, de forma general, suelen además reemplazar las formas tradicionales de comunicación, como son los impresos y la comunicación persona a persona, acarreando una reducción en los costos, pues se fomenta el uso de las redes técnicas para consultar o comunicar instrucciones necesarias para el trabajo cotidiano, que tienen claramente identificado al emisor y el destinatario.

1.3. Universidad de Sancti Spíritus

La hoy Universidad de Sancti Spíritus” José Martí Pérez” se crea en 1976 como Filial Universitaria, con subordinación a la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas; marcando un momento importante en el desarrollo de los estudiantes universitarios. Las carreras con más demandas, en aquel entonces, eran las económicas y agropecuarias en el curso para trabajadores. En 1989 se inician los estudios del Curso Regular Diurno en la carrera de Contabilidad y Finanzas.

El 6 de junio de 2003 se aprueba por el Consejo de Ministros el Centro Universitario “José Martí Pérez” que agrupa cuatro facultades que asumen a su vez carreras humanísticas, contables, agropecuarias e ingenieriles; y

posteriormente en el año 2010 se declara oficialmente como Universidad de Sancti Spíritus "José Martí Pérez" (UNISS).

La misma tiene como Misión: *Dirigir la promoción del desarrollo cultural en la UNISS para contribuir a la formación integral de la comunidad universitaria y su entorno a través del trabajo sociocultural, estimulando la educación permanente, la difusión de la cultura científica y tecnológica, la artística – literaria, la cultura física y el deporte, la educación ambiental, la cultura política, económica, y otras dimensiones de la cultura. Organiza y controla los espacios de alojamientos de todos los estudiantes que acceden al CRD, favoreciendo la labor educativa, el trabajo político e ideológico y la recreación sana.*

1.3.1. Facultad de Humanidades

La Facultad de Humanidades surge a partir del antiguo departamento de Ciencias Sociales de la Universidad, que atendía hasta entonces la unidad docente de Derecho de la Universidad Marta Abreu de Las Villas en nuestro territorio. La misma, fue creada el 1ro de Septiembre de 2001 como respuesta a los programas de la Revolución, de dar continuidad de estudio a los jóvenes egresados de las Escuelas de Formación de Trabajadores Sociales, Escuelas de Instructores de Arte, Cuadros del Partido, tarea Álvaro Reinoso. Esos jóvenes ingresan a la educación superior a través de las carreras de Psicología, Derecho, Estudios Socioculturales y Comunicación Social; las cuales se iniciaron en el curso 2002-2003.

Actualmente, la Facultad de Humanidades está integrada por cuatro Departamentos (Comunicación Social y Psicología, Derecho, Estudios Socioculturales e Idioma Inglés) que a su vez se dividen en cinco carreras: Comunicación Social, Psicología, Derecho, Estudios Socioculturales y Bibliotecología donde se imparten asignaturas especializadas, estudiándose a través de las modalidades de Curso Regular Diurno y Continuidad de Estudios.

El claustro está compuesto por 64 trabajadores, de ellos 60 profesores y 4 trabajadores no docentes, dentro de los que se incluye un Decanato y tres Vicedecanos (Docente, Extensión Universitaria e Investigación-Posgrado).

CAPÍTULO II



Capítulo Metodológico

Este capítulo condensa el entramado metodológico de la presente investigación. Perspectiva metodológica, premisa, categorías, métodos, técnicas y lo relativo a la selección de la muestra, que requieren una explicación detallada, pues la aplicación práctica de estos procedimientos conducirá directamente a los frutos de este trabajo.

La Universidad de Sancti Spíritus en general y la Facultad de Humanidades en particular cuentan con una infraestructura tecnológica para el desarrollo de su trabajo desde hace varios años, sin embargo, nunca se ha hecho un planteamiento estratégico para el uso de esta, más allá de los propósitos informativos para los que fue creada. Se conduce el análisis, hacia la posibilidad del uso de las mismas como canales para los mensajes relacionados con el intercambio de valores, opiniones y de cualquier otro corte, que tributen a la formación de conocimiento y sentimientos compartidos, contribuyendo al desarrollo de una fuerte comunicación interna. No existen antecedentes de investigaciones sobre estos procesos en el ámbito institucional de la universidad espirituana.

Teniendo en cuenta la importancia de las nuevas tecnologías en el entorno empresarial, y la eficacia de las mismas en la comunicación y generación de ambientes de intercambio organizacional, se ha decidido centrar el problema de la presente investigación en el estudio de estos procesos dentro de la Uniss, específicamente en la Facultad de Humanidades. El alcance del estudio se centra en las tecnologías que hoy son (o pretenden ser) pilares de la infraestructura tecnológica en función de la comunicación en el mencionado escenario: El Correo Electrónico, el Sitio Web y la Intranet corporativa. De este problema podemos derivar la pregunta y objetivos siguientes:

¿Qué usos se hace de las tecnologías existentes en la Facultad de Humanidades de la Uniss como herramientas para el apoyo a la Comunicación Interna?

Objetivos de investigación

General

Describir el uso de las TIC (Sitio Web, Correo Electrónico e Intranet) en la comunicación interna de la Facultad de Humanidades de la Uniss.

Específicos

1. Analizar los referentes teóricos y tendencias actuales que sustentan la gestión de la comunicación interna con apoyo de las TIC.
2. Diagnosticar la situación actual de las TIC aplicadas a la comunicación interna de la Facultad de Humanidades.
3. Identificar el nivel de uso y aplicación del Correo Electrónico, el Sitio Web y la Intranet en la comunicación interna de la institución.

La presente investigación se inscribe en la perspectiva comunicológica, pues aborda el estudio de mensajes y canales. Prevalece el enfoque metodológico cualitativo, basado fundamentalmente en encuestas que empleará cuestionarios estructurados, para así complementar la indagación de datos, percepciones y sentido de la realidad a través de las respuestas expresadas. De esta forma se podrá tener la oportunidad de realizar lecturas más completas y cercanas sobre la situación comunicativa que se vive en la organización.

Para ello, se utiliza un diseño no experimental de tipo transeccional y descriptivo, modelo que se adecua a la intención de describir la situación de los procesos de comunicación interna, a través del uso de los canales antes mencionados en un tiempo establecido.

Procedimientos

1. Definición de la metodología de la investigación.
2. Elaboración de los diferentes instrumentos según los requerimientos de la metodología empleada.
3. Procesamiento de la información.
4. Análisis e interpretación de los resultados.

5. Sistematización de la información

Sobre la base del conocimiento adquirido hasta el momento acerca del campo y el objeto del estudio, esta investigación se propone la siguiente premisa:

El público interno no hace un uso adecuado del Correo, el Sitio Web y la Intranet para la gestión eficiente de la comunicación interna de la Facultad de Humanidades de la Uniss.

Del presupuesto anterior surgen, como elementos que sustentan al análisis del objeto de estudio en el marco de esta investigación, las siguientes categorías:

- 1. Tecnologías:** (específicamente los tres soportes Correo Electrónico, Intranet y Sitio Web). Se define como la instrumentación de estos medios técnicos que sirvan de soporte a los mensajes que circulan en la organización (se analizan los utilizados por la Facultad y referidos anteriormente).
- 2. Comunicación interna:** Se refiere a la perspectiva de comunicación que está presente en la institución: los conceptos, ideas, valoraciones de los principales directivos sobre el tema de la comunicación interna, apoyo que se le ofrece e importancia que se confiere. Caracteriza la existencia de una función o estructura formal, que se responsabilice con el control de la actividad, la presencia de una estrategia o sentido de uso de la comunicación gestionada dentro de la organización, que se relacione con el cumplimiento de las metas institucionales.

Cada uno de estos conceptos, se operacionaliza en indicadores empíricos que concretan la formulación teórica para su posterior medición.

Definición operacional de la categoría Tecnologías: Correo Electrónico, Sitio Web y la Intranet

El análisis de esta categoría se realiza en las siguientes dimensiones:

1.1 Dimensión Usabilidad: Expresa el modo en que se usan, enfocados a su:

- ✓ *Cobertura*: Quienes poseen acceso a estos soportes tecnológicos de comunicación.
- ✓ *Direccionalidad de los mensajes*: Si se utilizan en forma vertical, transversal y horizontal, tanto unidireccional como bidireccional.
- ✓ *Estímulo a la retroalimentación*: Se incluyen elementos que promuevan la retroalimentación.

1.2. Dimensión Contenidos: Determinación de contenidos para los que se utilizan estos canales, pueden ser:

- ✓ *Informativos*: Entendido como circulación de mensajes relacionados estrictamente con acciones puntuales a ejecutar por las personas, para el logro de una tarea concreta.
- ✓ *Comunicativos*: Entendido como mensajes relacionados con la formación de identidad, conocimientos y valores compartidos.

Definición operacional de la categoría Comunicación Interna:

Esta categoría se analizará en las siguientes dimensiones:

2.1. Objetividad: Correspondencia del contenido con los objetivos de la Facultad.

2.2. Intencionalidad: Existencia de propósito claro y definido en función de la comunicación.

2.3. Visualidad: Manifestación de atributos de identidad en los soportes de comunicación.

Como se citó en el marco teórico de esta investigación, la comunicación interna debe concebirse como herramienta efectiva para el logro de los objetivos de la organización. Para medir esta categoría se toman como indicadores el contenido de los mensajes, si están en correspondencia con los objetivos de la empresa y la intencionalidad con los objetivos de comunicación. También se valorará la visualidad, o sea, cómo se manifiesta la presencia de atributos de identidad en estos soportes de comunicación, a través de la aplicación adecuada del color corporativo, el logo y la tipografía.

Unidad de análisis, población y muestra

La Facultad de Humanidades está compuesta por un total de cinco carreras: Comunicación Social, Psicología, Derecho, Bibliotecología y Estudios Socioculturales. Cuenta con un total de 64 trabajadores, dentro de los que se encuentran 60 profesores y 4 trabajadores no docentes. Dadas las características de la unidad de observación –Facultad de Humanidades de la Uniss– se consideró pertinente seleccionar la muestra mediante el método no probabilístico de tipo intencional.

La población es de 64 trabajadores que conforman la membresía de la Facultad. Cada técnica empleada fue diseñada con sus correspondientes unidades de análisis, teniendo en cuenta los objetivos de su aplicación, así como la participación en el proceso de gestión de la comunicación interna y perfil profesional.

Para las encuestas se determinó una muestra representativa de 20 personas y para las entrevistas 5 directivos y 3 técnicos vinculados con el área de las tecnologías. La composición por Unidades Organizativas se presenta en el Anexo 1.

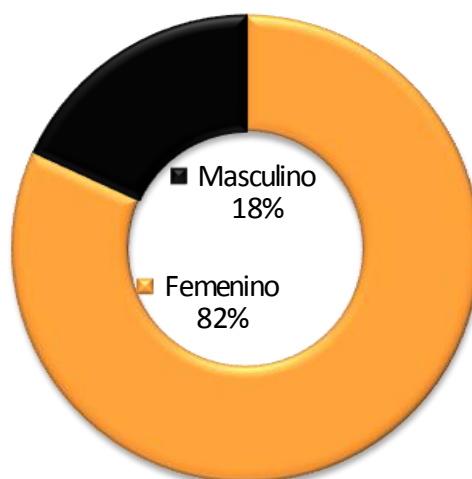
En la tabla 1 se representa la muestra según el área de trabajo a la que pertenecen; mientras que en el gráfico 1 se expone el por ciento que significa en cuanto a sexo los encuestados.

Tabla 1. Comportamiento de la muestra

Área de trabajo	
Docente	73%
No docente	27%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 1. Representación por sexo de la muestra



Fuente: Elaboración propia.

Métodos y técnicas utilizadas

La recopilación y procesamiento de los datos se realizó mediante métodos y técnicas, herramientas que guiaron el actuar hacia la obtención de los resultados. Aunque la investigación es de corte cualitativo en cuanto a su concepción epistemológica, se utilizaron técnicas mixtas, cualitativas y cuantitativas:

La **Investigación Documental o Bibliográfica** ha sido un indispensable punto de partida para el acercamiento al mundo de la comunicación interna, develando conocimientos imprescindibles que luego auxiliaron la conformación del Capítulo Teórico y la instrumentación metodológica, así como modelaron los criterios para el análisis. Dentro de ella han sido priorizadas las fuentes documentales, en su mayoría en formato digital. Estas permitieron conocer elementos generales, como las posibilidades que brindan las tecnologías en la comunicación interna y las particularidades en la Universidad. (Anexo 2)

La **Entrevista** resulta una técnica imprescindible para rescatar, acumular y evaluar la información. Los entrevistados fueron seleccionados teniendo en cuenta el conocimiento técnico y/o teórico sobre el campo y el objeto de la

investigación para buscar matices que complementaran desde la individualidad los diferentes aspectos evaluados en los cuestionarios o encuestas. (Ver Anexos 3, y 5)

Observación fue realizada durante la aplicación de las diferentes técnicas, con el objetivo de complementar información, que posteriormente sirviera para el necesario proceso de triangulación de resultados e interpretación. (Anexo 6)

Otra técnica utilizada fue la **Encuesta** por cuestionario que posee un valor significativo al verificar efectos emergentes en técnicas anteriores, brindando los comportamientos de los sujetos en los diferentes contextos en que se manifiestan, además de enriquecer la información obtenida en otras técnicas aplicadas durante la investigación. Como técnica anónima posibilita expresar lo que realmente se siente, sin la presión de sus compañeros, facilitando así datos veraces y medibles. Se determinó aplicarla al público interno para fortalecer los resultados de las entrevistas. El principal objetivo que se persigue es evaluar el uso de los canales estudiados en función de la comunicación interna de la Facultad (Ver Anexo 4)

Análisis de resultados

Este apartado condensa dos meses de análisis del uso de las tecnologías en la comunicación interna de la Facultad de Humanidades. Aquí se exponen los resultados pormenorizados de cada uno de los parámetros e indicadores que guiaron el análisis.

Los resultados de cada uno de los instrumentos fueron triangulados para obtener conclusiones más completas y fidedignas, igualmente permitió corroborar la poca utilización de las tecnologías estudiadas en el ámbito de la comunicación interna de la casa de altos estudios, donde influye la fragmentación e improvisación de las acciones comunicativas en la entidad.

Presentación de los resultados

Como se afirma en la introducción de este trabajo, el tema de tesis está motivado por la necesidad práctica de describir la comunicación interna de la Facultad de Humanidades, a través del uso de algunos de sus canales de comunicación, específicamente el Correo Electrónico, el Sitio Web y la Intranet. Los instrumentos de investigación descritos en el capítulo metodológico fueron aplicados a los públicos también definidos en ese acápite, durante el período investigativo que se extendió desde el 1 de enero al 15 de marzo de 2013. La composición de la muestra estuvo dividida en directivos, especialistas y trabajadores.

Los instrumentos aplicados por unidad organizativa siguieron un criterio de distribución equitativa, ponderada al número de trabajadores activos de cada área. El resultado de las técnicas aplicadas se realiza para facilitar su comprensión, a partir del análisis de los indicadores de las variables estudiadas, que se expone más adelante.

A través de la Investigación Documental se pudo constatar que no existen estudios que relacionen la comunicación organizacional interna con la aplicación de las TIC. Asimismo, quedó evidenciado en los documentos rectores, que no existen estrategias implementadas para la gestión y la utilización eficiente de los

recursos tecnológicos disponibles. Fue revisado el Plan de Seguridad Informática para comprobar los servicios, usuarios, tecnología disponible y uso de la Intranet.

Según consta, los principales servicios que se ofrecen son mensajería nacional e internacional, servidor de ficheros, servicios web y FTP, Sitios Web de la Facultad de Humanidades, plataformas interactivas, entre otros. También se ofrecen servicios de protección y respaldo como son las actualizaciones de los principales antivirus.

El servicio de acceso a Internet y el Correo Internacional llega a todos los profesores, investigadores, estudiantes internacionales y los nacionales de 5to año del Curso Diurno.

Se revisaron libros e investigaciones digitales relacionadas con el tema que nos ocupa, dentro de las que se pueden mencionar: “Análisis sobre las nuevas formas de comunicación a través de las comunidades virtuales o redes sociales”; “El uso de las TICs en la comunicación interna de la Universidad: el caso de la Universidad Europea Miguel de Cervantes”, “La Gestión de Información y la Infotecnología en la formación del profesional de las ciencias económicas y sociales”.

Resultados de las Entrevistas

Las entrevistas se realizaron tras previo diálogo coordinado por parte de la autora de la investigación, a los directivos de la Facultad de Humanidades de la UNISS; técnicos y administradores de la red, de manera individual. Las respuestas ofrecidas por cada uno de los entrevistados fueron analizadas, y se obtuvieron los siguientes resultados:

De la entrevista aplicada a los directivos se reveló que los canales de comunicación más utilizados para relacionarse con los subordinados son los directos (cara a cara), el Correo Electrónico y la propaganda gráfica.

La mayoría de la información que manejan fluye a través de canales informales y una mínima porción de la formal lo hace mediante Correo Electrónico y avisos.

La casi totalidad de los directivos entrevistados considera que la comunicación interna de la Facultad no funciona correctamente, debido a falta de retroalimentación en la mayoría de los casos.

La entrevista realizada al personal que atiende las tecnologías de la información y la comunicación dentro de la Facultad mostró que todos los trabajadores docentes y algunos no docentes poseen cuenta de Correo Electrónico, pero a pesar que están conformadas listas de distribución masiva, no se utilizan.

Las tecnologías que dispone la Facultad están conformadas por 55 computadoras personales (PC), distribuidas por los diferentes departamentos y los 2 laboratorios de computación disponibles para profesores y estudiantes

Existen espacios para chats internos y externos, que propician el intercambio entre alumnos y profesores, pero el chat interno de la Facultad no funciona, ya que depende del servidor del Docente I.

La Facultad tiene un Sitio Web institucional, su edición está a cargo de un técnico, pero no se actualiza con frecuencia, por diferentes motivos. La web tiene parte pública y parte privada. La pública es a la que acceden todos los usuarios y la parte privada es la que tiene privilegios establecidos según el rol de los usuarios. Como gestores de recursos, cuenta con las plataformas docentes Moodle y Sigenu, el discurso respecto de estas plataformas es que ayudan a docentes y a alumnos a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje, que tienen una metodología que permite sustentar y guiar a los usuarios de estas plataformas.

Todos los entrevistados coinciden que no se realizan estudios sobre nivel de uso de la web, ni existe un sistema eficiente de comunicación interna implementado a través de las posibilidades que brindan las tecnologías objeto de estudio.

Resultados de la observación

Durante el trabajo de campo y como una de las técnicas se pudo constatar, a través de la observación participante, que todos los trabajadores docentes tienen acceso a las TICs y algunos no docentes como secretarias, técnicos de computación, administradores de red, cuentan también con estos privilegios. Se corroboró que el Sitio Web de la Facultad de Humanidades se encuentra

desactualizado; los contenidos que posee no se corresponden con las necesidades de profesores y estudiantes.

Se observó en el laboratorio y en algunos departamentos que no se explotan al máximo las posibilidades que ofrecen los soportes tecnológicos, ya que no se publican notas de las diferentes asignaturas y carreras en el Sitio Web, no hay un chat interno (pues el que existe depende del Docente I y muchas veces no funciona) que posibilite una comunicación más rápida y eficiente, los profesores dependen del técnico de computación para publicar en la red materiales de apoyo, de diferentes asignaturas.

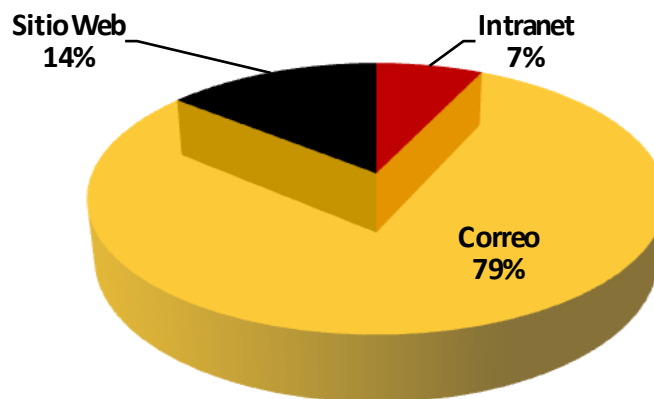
No existe ningún trabajo investigativo publicado en el Sitio Web. Para acceder a trabajos y tesis hay que dirigirse a la Biblioteca de la Universidad que radica en otro edificio.

Resultados de las Encuestas

Este método permitió recoger la información acerca del uso y aplicación de las TICs, que hace el público interno de la Facultad de Humanidades, específicamente los trabajadores, manifestada en el nivel de acceso y la frecuencia, los principales temas tratados a través de estos medios tecnológicos, así como la direccionalidad de los mensajes que circulan por estos canales. Para la recogida de datos mediante la encuesta, se les entregó una copia a cada persona seleccionada, donde el encuestado respondió anónimamente y por su propia selección.

Mediante las encuestas se pudo confirmar que todos los trabajadores docentes tienen acceso a los recursos tecnológicos de Intranet, Correo Electrónico y Sitio Web; a pesar de que una pequeña porción de la muestra no conoce que posee acceso al Sitio Web y la Intranet, desconociéndose en ocasiones que la Facultad posee un Sitio Web. (*Gráfico 2*)

Gráfico 2. Acceso a las tecnologías



Fuente: Elaboración propia. Encuesta a trabajadores

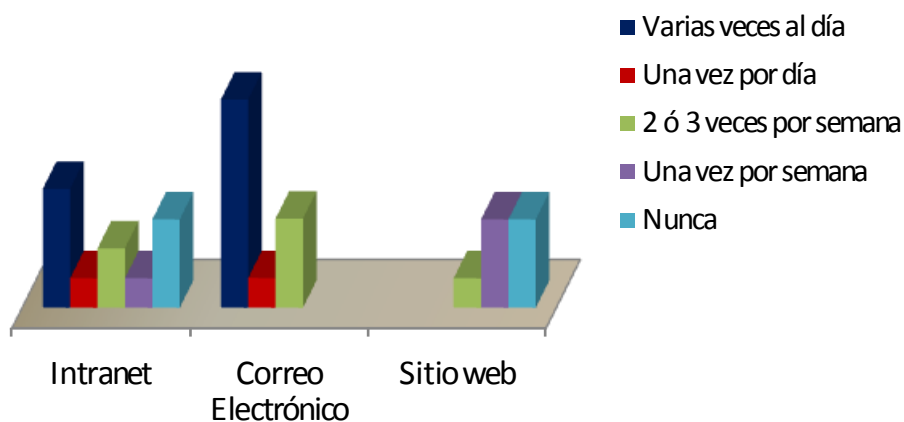
La Tabla 2 expone los resultados obtenidos con relación a la frecuencia de acceso de estos recursos, el gráfico 3 muestra que entre los más utilizados varias veces al día, están el Correo Electrónico y la Intranet.

Tabla 2. Frecuencia de acceso a los servicios

Servicios	Varias veces al día	Una vez por día	2 ó 3 veces por semana	Una vez por semana	Nunca
Intranet	36	9	18	9	27
Correo Electrónico	64	9	27	-	-
Sitio Web	-	-	9	27	27

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 3. Frecuencia de acceso a las tecnologías



Fuente: Elaboración propia. Encuesta a trabajadores

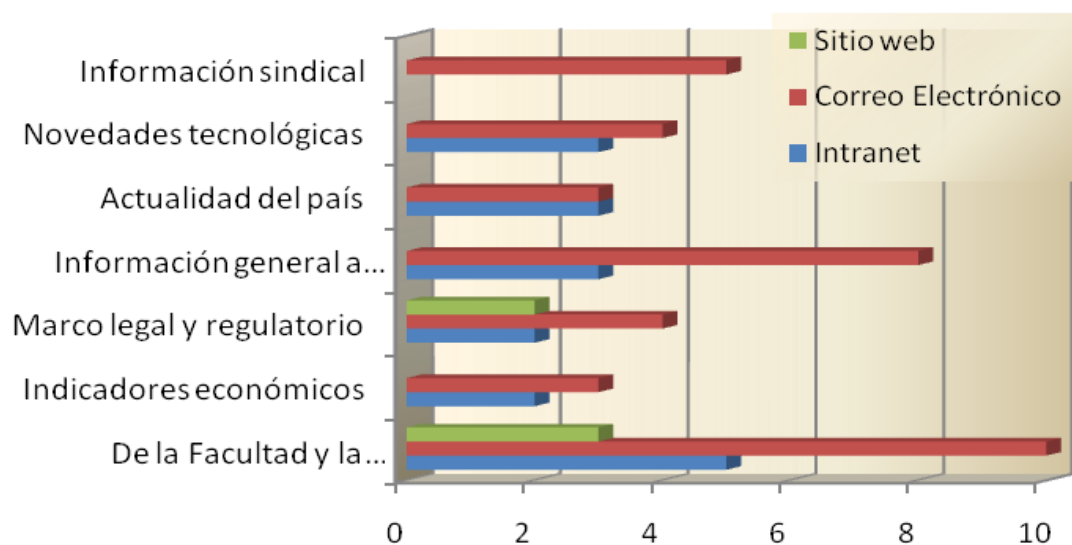
Los contenidos que más se utilizan a través de estas tecnologías son los relacionados con: la Facultad y las carreras, información general a los trabajadores, información sindical y en menor medida las novedades tecnológicas. Estos temas son más difundidos a través del Correo Electrónico como recurso tecnológico y casi nunca se divulgan a través del Sitio Web de la Facultad.

Tabla 3. Canales electrónicos más utilizados

Tipo de contenido	Intranet	Correo Electrónico	Sitio Web
De la Facultad y la carrera	5	10	3
Indicadores económicos	2	3	-
Marco legal y regulatorio	2	4	2
Información general a los trabajadores	3	8	-
Actualidad del país	3	3	-
Novedades tecnológicas	3	4	-
Información sindical	-	5	-

Fuente: Elaboración propia. Encuestas realizadas.

Gráfico 4. Tipo de información y canales electrónicos más utilizados



Fuente: Tabla 3.

De manera general la comunicación descendente, ascendente y horizontal, así como la respuesta inmediata o mediata de los temas se realiza a través del Correo Electrónico como único canal tecnológico.

Análisis Integral.

Las dimensiones de la categoría Tecnología arrojaron los siguientes resultados:

1.1 Dimensión Usabilidad

- ✓ *Cobertura:* Todos los trabajadores docentes incluyendo a algunos no docentes como secretarías y técnicos de computación, tienen acceso a los soportes tecnológicos de comunicación objetos de estudio. Se constató que a pesar que la Intranet cubre toda institución, no está en correspondencia con la planeación estratégica de la organización, ni responde plenamente a los objetivos y esquemas organizacionales. Los públicos no conciben las tecnologías disponibles y la comunicación interna como un proceso de valor añadido, que amplía y extiende el valor de la información a la organización y a sus usuarios.
- ✓ *Direccionalidad de los mensajes:* La mayoría de los mensajes que se envían, se utilizan en forma unidireccional y prevalece el flujo descendente, aunque también se emplea la comunicación horizontal entre colegas y la ascendente en menor grado.
- ✓ *Estímulo a la retroalimentación:* En el Sitio Web de la Facultad no se incluyen elementos que promuevan la retroalimentación en la comunicación interna: entendida como mensajes relacionados con la formación de identidad, conocimientos y valores compartidos, a través de los canales tecnológicos. Los directivos de la entidad deben tomar conciencia que el avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) representan una oportunidad para replantear la gestión de la comunicación interna al ofrecer nuevos medios y modificar las estructuras internas (organización en red). No existe espacios de intercambio como foros, listas de distribución ó buzón de sugerencias.

1.2. Dimensión Contenidos

- ✓ *Informativos:* Todas las fuentes consultadas fundamentan que las tecnologías estudiadas son instrumentos al servicio de la gestión de la organización y herramientas de dirección y administración, permitiendo el intercambio de información operativa; sirven de vehículo de la cultura corporativa, facilitando la distribución de la filosofía de la organización; sin embargo la mayoría de los mensajes digitales que circulan en la Facultad de Humanidades pertenecen a este ítem, principalmente a través del Sitio Web o Correos Electrónicos.
- ✓ *Comunicativos:* En la triangulación de los resultados queda demostrado que no está visible en el Sitio Web la misión, ni la visión, ni objetivos estratégicos de la Facultad de Humanidades. Los valores organizaciones no son promovidos en el entorno digital.

En la categoría Comunicación Interna, los resultados según las dimensiones analizadas fueron:

2.1. Dimensión Objetividad: Se evidenció, a través de las técnicas empleadas en la investigación, que los contenidos utilizados en los medios tecnológicos no se corresponden con las necesidades de profesores y estudiantes. No se gestionan adecuadamente como herramienta de trabajo y de comunicación interna imprescindibles para los trabajadores, que contribuyen a la motivación y fidelidad de estos.

2.2. Dimensión Intencionalidad: Se pudo comprobar que no existe un propósito definido para el uso de las TICs en función de una gestión eficiente de la comunicación interna en la Facultad de Humanidades. No se usan eficazmente los ambientes webs como el Moodle y el Sigenu, que tienen como propósito facilitar el trabajo colaborativo entre los profesores y estudiantes.

El Sitio Web institucional no constituye un medio de comunicación que fortalece el desarrollo del proceso comunicativo en el interior de la organización. No se aprovechan sus potencialidades como canal de comunicación interactivo, por el cual trabajadores y directivos intercambian información multidireccionalmente, se

desconoce su papel crucial en el funcionamiento y desarrollo de los grupos de trabajo que existen en la Facultad, sean formales o informales.

2.3. Visualidad. A través de los datos obtenidos se puede concluir que no se utilizan los atributos de identidad en los soportes comunicativos estudiados. El portal de la Universidad presenta a cada Facultad con sus rasgos identitarios, pero al acceder al Sitio Web de la Facultad de Humanidades no se expone ningún atributo que haga alusión a la misma, o sea, no se explotan adecuadamente como instrumento de comunicación externa capaz de proyectar hacia el interior y exterior una misma imagen de la entidad.

CONCLUSIONES



Conclusiones

Los resultados obtenidos en la investigación permiten establecer criterios y opiniones concluyentes y generalizables, en relación con el uso de las TIC en la comunicación interna en la entidad estudiada.

1. Se contextualizaron los referentes teóricos y tendencias actuales que sustentan la gestión de la comunicación interna con apoyo de las tecnologías en el ambiente interno de una institución de la educación superior. En la bibliografía consultada se expone cómo las TIC suponen un cambio sustancial, en la forma de entender la comunicación interna en las organizaciones tanto por su influencia directa sobre la gestión, la cultura corporativa y la comunicación externa de las mismas, como por el hecho de constituir en sí mismas nuevos canales de relación con y entre los públicos internos.
2. La situación actual de la utilización de las TIC en función de la comunicación interna de la Facultad de Humanidades muestra que existen problemas de efectividad en el manejo de las herramientas estudiadas. No hay conciencia de la importancia de las tecnologías como herramientas poderosas, que hoy día puede tener la organización, si se utilizan de forma adecuada en el entorno organizacional para afrontar los cambios dictados por el entorno, al mejorar y agilizar la dinámica organizacional en un ambiente fértil para la creación, intercambio y gestión del conocimiento entre los trabajadores. Es necesario un cambio de paradigma organizacional que impliquen a las tecnologías de la información en función de la comunicación, no puede dejarse al azar o a la simple reacción espontánea, sino que debe responder a una planificación previa que facilite su integración dentro de la estrategia general de la organización.
3. En relación con el uso y aplicación de las TICs aplicadas en la comunicación interna, es válido señalar que Facultad no explota las tecnologías disponibles en la necesaria retroalimentación, la utilización está lejos de la inmediatez y gestión de información en distintos niveles que pudieran suscitarse. Tanto los docentes como directivos afirman que existe

un desbalance en el manejo del Correo Electrónico, del Sitio Web y la Intranet; toda vez que el primero se revisa todos los días más de una vez; sin embargo, se desconoce muchas veces de las facilidades que brinda la Intranet y el Ambiente Web; se requieren acciones de capacitaciones en el trabajo con éstos para optimizar su empleo y aprovechar las distintas ventajas que promulgan.

RECOMENDACIONES



Recomendaciones

A partir del análisis de los resultados obtenidos en la presente investigación acerca la incorporación de las tecnologías en la gestión de la comunicación interna, en la Facultad de Humanidades de la Uniss, se determinó la propuesta de las siguientes recomendaciones para que la entidad estudiada valore la posibilidad de:

- ✓ Presentar a la directiva de la Facultad los resultados obtenidos en la investigación y delimitar un espacio para exponerlos como vía que fomente la utilización y aprovechamiento de las tecnologías, como recursos imprescindibles que propician la retroalimentación y la participación de los trabajadores en procesos claves de la organización.
- ✓ Desarrollar acciones de capacitación destinadas a los directivos y trabajadores en tópicos concernientes a la gestión de la comunicación con apoyo de las TIC, dirigidas a incrementar y solidificar sus conocimientos en el campo.
- ✓ Incorporar en las estrategias de comunicación, el óptimo empleo de los canales de comunicación digitales estudiados (Sitio Web, Correo y la Intranet) como herramientas de trabajo eficaz.

BIBLIOGRAFÍA



Bibliografía

- ✚ Aportela Rodríguez, Ivett M. (2007): Intranets: las tecnologías de información y comunicación en función de la organización. En ACIMED v.16 n.4 Ciudad de La Habana oct.-oct. En Línea. [Consultado. 31/01/2013]. Disponible en http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024
- ✚ Arribas Urrutia, Amaia (2012): Intranet para la Gestión del Conocimiento y la Comunicación Interna. En razón y palabra. No. 48. En Línea. [Consultado. 12/12/2012]. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n48/aarribas.html#au>.
- ✚ Arribas Urrutia, Amaia (2000): Comunicación en la empresa. La importancia de la información interna en la empresa. En Rev Latina de Comunicación Social, 27. [Consultado. 31/01/2013]. Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000tma/127amaia.html>
- ✚ Barreiro Pousa, Luis. (2000): El perfeccionamiento empresarial y la comunicación interna. Ed. Pablo de la Torre.
- ✚ Carrillo Durán MV, Castillo Díaz A, Gómez Cabranes L. (2006): Las nuevas tecnologías al servicio de la comunicación empresarial. Año III (4). [Consultado. 04/02/2013]. Disponible en: http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/198/hologramatica4_pp35_54.pdf
- ✚ Castells, Manuel: Internet y la Sociedad Red. Catalunya, 1999. En línea. [Consultado: 12/12/2012]. Disponible en <http://www.forum-global.de/soc/bibliot/castells/InternetCastells.htm>
- ✚ Castells, Manuel. (1998): La era de la información. Alianza Editorial.
- ✚ Chomsky, N; H. Dietrich (1997): La Sociedad Global. La Habana: Ed. Abril.
- ✚ Del Pozo Iribarría, J y Pérez Gómez, L (2009): Adicciones y nuevas tecnologías de la información y de la comunicación. [Consultado: 12/12/2012]. Disponible en http://www.riojasalud.es/ficheros/libro_drojnet.pdf,

- ✚ Escat Cortés M. (2010): Diferencia entre comunicación e información. [Consultado: 12/1/2013]. Disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/43/difcominf.htm>
- ✚ Espinosa Serna DX. (2006): Comunicación organizacional y responsabilidad social empresaria (RSE) [Consultado: 16/01/2013]. Disponible en:
http://www.comunicanet.com.ar/index.php?option=com_content&task=view&id=21&Itemid=30
- ✚ González Frígoli M. (2008): Algunas claves acerca de Intranet. [Consultado: 16/12/2012] Disponible en:
http://www.las5w.com.ar/herramientas/articulos_Intranet.htm
- ✚ López de Blas (2005): "Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Tic) como apoyo a la innovación y al cambio".
- ✚ López Viera, Luis. (2003): Comunicación Social: Selección de textos. La Habana: Ed. Félix Varela.
- ✚ Lucas Marín, Antonio. (1977): La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Colección Bosch Comunicación. Barcelona.
- ✚ Marqués Graells P. (2005): Glosario de informática. Biblioteca Digital de Informática. ISP "José Martí Camagüey [Consultado: 08/02/2013]. Disponible en:
http://www.ispcmw.rimed.cu/sitios/digbiblio/cont/EI/glos_inf.htm
- ✚ Martí Arias J. (2005): Introducción a las tecnologías de la información y la comunicación. Universidad de la Habana. [Consultado: 08/02/2013]. Disponible en: <http://fbio.uh.cu/ilene/NTIC/FOLLETO.PDF>
- ✚ Nuñez Jover, J. (1999): La Ciencia y la Tecnología como Procesos Sociales. Lo que la educación científica no debería olvidar. La Habana: Ed. Félix Varela.
- ✚ Páez, Ángel y Migdalia Perozo. (2007): Ruta cibergráfica para el estudio de los proceso de participación ciudadana a través de las plataformas de Gobierno Electrónico. (versión digital)

- ✚ Palencia-LeflerOrs, M. (2008): La comunicación interna en la Universidad española. En *Revista Latina de Comunicación Social*, vol. 63. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, [Consultado 03/02/2013] Disponible en www.ull.es/publicaciones/latina/_2008/22_36_UPF/Manel_Palencia.html
- ✚ Pastor P.: Intranet. Un sistema para la gestión de información. [Consultado 04/03/2013]. Disponible en: <http://biblioteca.udea.edu.co/~hlopera/Intranet.html>
- ✚ Pérez Mesa, S.: Diseño de Aplicaciones. Portal educativo CUJAE. La Habana; 2007. [Consultado 03/02/2013] Disponible en: teleformacion.cujae.edu.cu/repositorios/cvrppi/recursos/documentos/878561a57/disenoclase1.ppt.
- ✚ Quintana AL. (2011): La importancia de la Intranet como medio de comunicación. [Consultado: 26/11/2012]. Disponible en: <http://www.miespacio.org/cont/trin/intrane.htm>
- ✚ Rivero Hernández, Magda. (2000): Comunicación Organizacional. INCOMEX. Versión digital.
- ✚ Rivero Verdecia, Arnaldo. (2001): Una aproximación a la comunicación, la propaganda y la promoción de la Lectura. La Habana: Ed. Félix Varela.
- ✚ Sagástegui Rodríguez, Diana. (2005): La apropiación social de la tecnología. Un enfoque sociocultural del conocimiento. Guadalajara. (versión digital)
- ✚ Sánchez, I. y Ferrás Sexto, C. (Coord.) (2007): "Alfabetización Tecnológica y el desarrollo regional". En *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 10, nº 2. Universidad de Salamanca. [Consultado: 26/11/2012]. Disponible en http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_10_02/n10_02_ortega_sanchez.pdf
- ✚ Trelles, Irene. (2000): (comp) Selección de Lecturas de Comunicación Organizacional. La Habana: Ed. Pablo de la Torriente Brau.

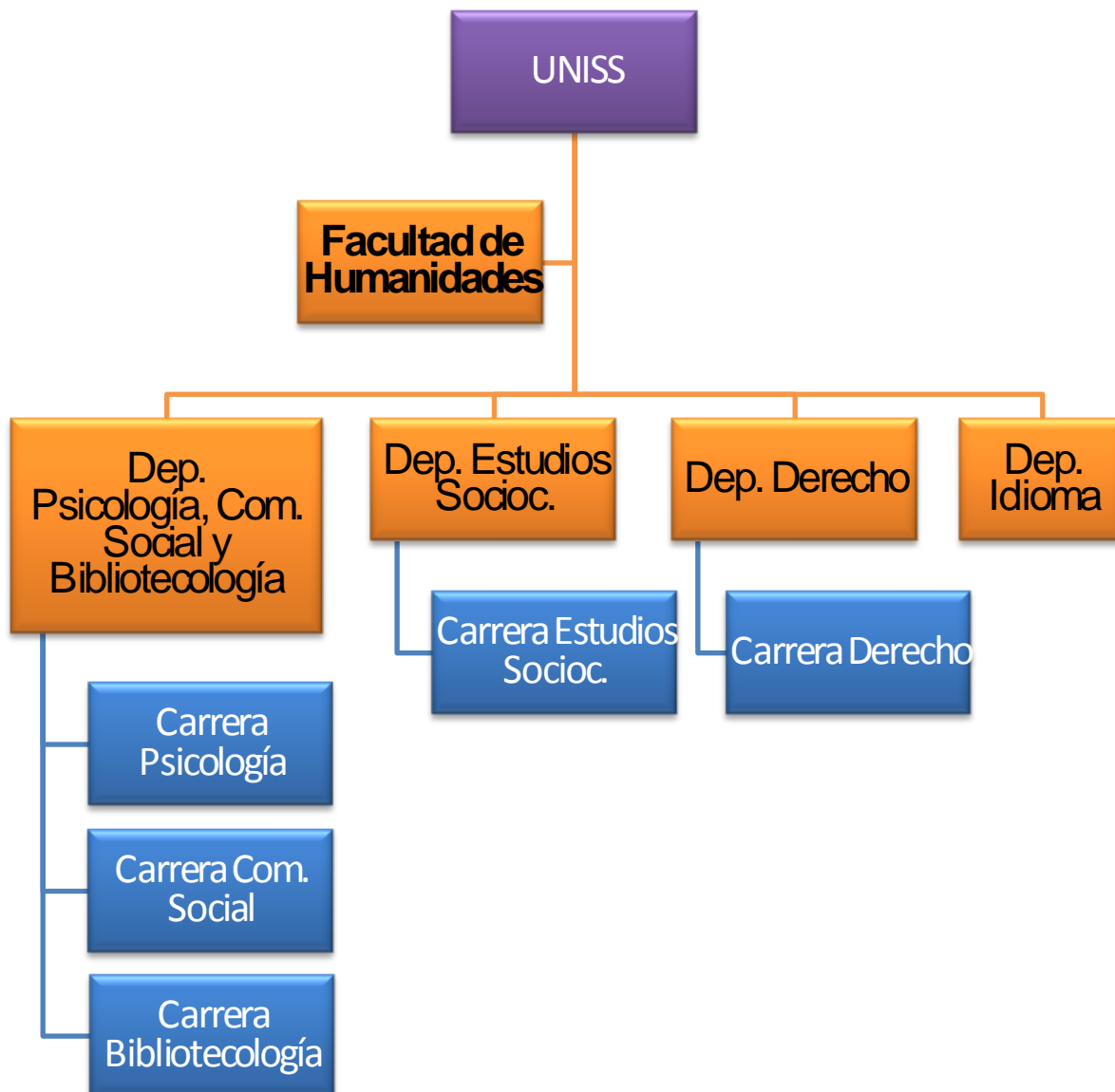
- ✚ Trelles, Irene. (2003):“Comunicación Organizacional: ¿Ciencia, disciplina o herramienta?”En Revista Espacio. ACCS. No 9.
- ✚ Trelles, Irene. (2001):“Comunicación y Cultura Organizacional: entramados e interrelaciones”. En Revista Espacio. ACCS. No 5.
- ✚ Trelles, Irene. (2003):“El dialogo fructífero de la comunicación y la cultura”. En Revista Espacio. ACCS No. 9.
- ✚ Trelles, Irene. (2005):“Gestión de Comunicación Institucional. Reflexiones en torno a un concepto y una praxis”. En Revista Espacio. ACCS. No. 10
- ✚ Vidal, J. (2004): La clave está en el conocimiento. Temas. Cultura Ideología Sociedad, (20-21; 51-55).
- ✚ Villamizar Carrillo, L. P. (2007): Estrategias de formación de profesores universitarios para el uso de las tecnologías de información y comunicaciones (TICs) a partir de un sistema de aprendizaje Let me learn: dos estudios de caso. Tesis Doctoral, Universidad Rovira i Virgili (Tarragona).
- ✚ Wolf, Mauro (1994): Los efectos sociales de los media. Barcelona: Ed. Paidós
- ✚ Wolf, Mauro. (1987): La investigación de la Comunicación de Masas. Barcelona: Ed. Paidós.
- ✚ Zylberdyk Y. (2012): Desarrollo de la comunicación interna. [Consultado: 05/01/2013]. Disponible en:
<http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/56/dci.htm>

ANEXOS



Anexos

Anexo 1. Organigrama de la Facultad



Anexo 2. Análisis Documental

Con el objetivo de identificar los principales datos de la organización que presentan una incidencia directa de las tecnologías en la comunicación interna, se realizará un análisis de los siguientes documentos:

1. Estructura funcional y Administrativa.
2. Manuales de procedimientos en la organización.
3. Documentos de la Estrategia.
4. Plan de Seguridad Informática.
5. Estudio de Usuarios.

Anexo 3. Entrevista a directivos de la Facultad de Humanidad

Objetivo: Conocer la incidencia de las TIC en la gestión de la comunicación interna en la Facultad de Humanidades.

Entrevistado (a): _____

Fecha: _____

Cargo que ocupa: _____

Lugar: _____

Antigüedad en la Facultad: _____

Horario: De ____ a ____

1. Comunicación organizacional:

- a) ¿Cuál es su función dentro de la empresa?
- b) ¿Cuántas personas tiene a su cargo?
- c) ¿Tiene registrado el correo de cada uno de ellos?

2. Canales de Comunicación:

- a) ¿Qué canales de comunicación utiliza usted para relacionarse con sus subordinados?
- b) Aproximadamente qué proporción de la información que usted maneja fluye por canales formales (memos, circulares, avisos, correos electrónicos, Sitios Web, Intranet)
- c) ¿Qué informaciones fluyen por canales informales (pasillos, baños, rumor, comentarios, recesos)?
- d) ¿Qué tipo de canales de comunicación considera usted que son los más efectivos y los menos efectivos para lograr sus objetivos: los verbales, los escritos o los electrónicos? ¿Por qué?
- e) ¿Cómo considera que funciona la comunicación interna en la Facultad?

Anexo 4. Encuesta aplicada a los trabajadores

Se necesita su colaboración para una investigación que se realiza sobre el uso de algunos medios tecnológicos en función de la comunicación interna de la Facultad de Humanidades. Todas las preguntas que se aplican pueden tener múltiples respuestas. Gracias.

Sexo: ____ Edad: ____ [] Trabajador docente [] Trabajador no docente
Carrera _____

1. Indique si como parte de su actividad laboral, es usted usuario de los siguientes servicios:
____ Intranet ____ Correo Electrónico ____ Sitio Web

2. Con qué frecuencia usted accede a los servicios mencionados

	Varias veces al día	Una vez por día	2 ó 3 veces por semana	Una vez por semana	Nunca
Intranet					
Correo Electrónico					
Sitio Web					

3. De los siguientes contenidos, responda según los incisos que suceden a la tabla

Tipo de contenido	Canal electrónico		
	Intranet	Correo Electrónico	Sitio Web
De la Facultad y la carrera			
Indicadores económicos			
Marco legal y regulatorio			
Información general a los trabajadores			
Actualidad del país			
Novedades tecnológicas			
Información sindical			

4. De acuerdo con su experiencia, al recibir una indicación de un superior a través de alguno de los medios mencionados, es usual que ocurra a través de:
____ Intranet ____ Correo Electrónico ____ Sitio Web

Otros ¿Cuáles? _____

5. De acuerdo con su experiencia, para comunicarle algún tema a un superior a través de alguno de los medios mencionados, es usual que usted lo haga a través de:

___ Intranet ___ Correo Electrónico ___ Sitio Web

___ Otro canal ¿Cuál? _____

6. De acuerdo con su experiencia, si usted necesita intercambiar con algún colega u homólogo, a través de alguno de los canales electrónicos mencionados, suele hacerlo usando:

___ Intranet ___ Correo Electrónico ___ Sitio Web

___ Otro canal ¿Cuál? _____

7. El seguimiento o respuesta (inmediata o mediata), a temas tratados por usted con colegas, subordinados o superiores, suele ocurrir a través de:

___ Intranet ___ Correo Electrónico ___ Sitio Web

___ Otro canal ¿Cuál? _____

Anexo 5. Entrevista realizada a los técnicos de computación y administrador de red

Se necesita su colaboración para una investigación que se realiza sobre el uso de algunos medios tecnológicos en función de la comunicación interna de la Facultad de Humanidades. Gracias.

Sexo: ____ Edad: ____

- 1) Diga la cantidad de medios de cómputo que posee la Facultad.
- 2) ¿Todos los trabajadores tienen una cuenta de Correo Electrónico propia?
- 3) ¿Cuenta la Facultad de Humanidades con listas de distribución masiva de Correo Electrónico?
- 4) ¿Cuenta la web de la Facultad con espacios para chats?
- 5) ¿Ofrece la Facultad conexión a Internet desde el departamento o algún tipo de ventaja para el acceso a la Red?
- 6) ¿Tiene webs adicionales? ¿Qué estrategia se sigue con los mismos (autonomía, independencia, alineación al portal)?
- 7) ¿Cuál es el tratamiento entre la parte pública y privada del web de la Facultad? ¿Son dos webs diferentes o un mismo web con parte pública y parte privada?
- 8) Estadísticas de consultas del web. Páginas o secciones más consultadas a nivel interno.
- 9) ¿De quién depende el web corporativo? ¿Con qué periodicidad se actualiza?
- 10) ¿Existen procedimientos conocidos para la publicación y difusión de contenidos a través de la Intranet corporativa?
- 11) ¿Existen en el Sitio Web mecanismos de participación y/o descentralización que permitan a docentes incorporar contenidos a la misma? Señale cuáles.
- 12) ¿Cuál es la periodicidad de la actualización de contenidos del sitio?
(Varias veces al día. Una vez al día. Varias veces a la semana. Una vez a la semana. Más tiempo.)
- 13) ¿Cuál es la periodicidad de la actualización de contenidos de la portada del sitio?
(Varias veces al día. Una vez al día. Varias veces a la semana. Una vez a la semana. Más tiempo.)
- 14) ¿Qué contenidos se actualizan con más frecuencia?
- 15) ¿Qué contenidos se priorizan en el portal de la Facultad?

- 16) ¿Realiza la Facultad algún tipo de seguimiento sobre el consumo de su Sitio Web a nivel interno? ¿Qué tipo de investigación y/o medición realiza?
- 17) ¿Utiliza algún sistema de gestión de contenidos? ¿Cuál?
- 18) Mencione cinco virtudes (puntos fuertes) que tiene actualmente el Sitio Web de su Facultad desde el punto de vista de su utilización como herramienta de comunicación interna.
- 19) Mencione cinco virtudes que debería tener y actualmente no posee (puntos débiles) el portal de su Facultad desde el punto de vista de su utilización como herramienta de comunicación interna.
- 20) ¿Utiliza algún sistema de gestión de contenidos? ¿Cuál?
- 21) ¿Qué mecanismos de retroalimentación pone a disposición de los usuarios el portal corporativo? (espacios de publicación, buzón de sugerencias)
- 22) ¿Tiene estudios sobre el nivel de usabilidad y accesibilidad del web corporativo?

Anexo 6. Guía de observación Participante

Gestión de comunicación interna.

Uso y disponibilidad de los recursos tecnológicos.

Canales de comunicación utilizados (Correo, Web e Intranet).

Usos de las tecnologías de la información y las comunicaciones en el funcionamiento de la entidad.