

La comunicación del conocimiento sobre el desarrollo local mediante las plataformas digitales de las universidades

Knowledge communication about local development via university digital platforms

Viena Medina González^{1*} <https://orcid.org/0000-0003-3568-7490>

Ana Almansa Martínez¹ <http://orcid.org/0000-0003-0256-6369>

¹Universidad de Málaga. Málaga, España.

*Autor para la correspondencia: medina.viena@gmail.com

RESUMEN

El artículo tuvo como objetivo conocer cómo se comunica el conocimiento que se genera sobre proyectos y acciones de desarrollo local en las universidades, por medio de sus plataformas digitales. Se abordan aspectos teóricos sobre la comunicación, la gestión del conocimiento, la universidad, la responsabilidad social y el desarrollo local. Los métodos y técnicas empleados fueron el estudio de caso, el análisis de contenido y la revisión teórica y documental. La muestra estuvo basada en las plataformas de la Universidad de Málaga, España, y la Universidad de La Habana, Cuba. Se realizó un diagnóstico, derivado de un análisis comparativo, donde se presentaron las convergencias y divergencias entre ambas entidades. El estudio demostró, por un lado, el interés de ambas instituciones por formar parte de los proyectos y acciones sobre el desarrollo local y divulgar la información al respecto; y por otro, las diferencias en cuanto a la dinámica, la cantidad de contenidos divulgados y las formas de difusión e interacción con los usuarios. Como conclusión, se evidencia la conexión existente entre el proceso de comunicación y la gestión del conocimiento en las universidades, principalmente

durante las acciones de compartición/distribución. Se aprecia la importancia del uso de las plataformas digitales para la comunicación del conocimiento asociado al desarrollo local.

Palabras clave: Comunicación; gestión del conocimiento; universidad; plataformas digitales; desarrollo local.

ABSTRACT

The purpose of the study was to become acquainted with the ways in which knowledge about local development projects and actions generated at universities is communicated on their digital platforms. The theoretical aspects addressed include communication, knowledge management, university, social responsibility and local development. The methods and techniques used were case study, content analysis, and theoretical and document review. The study sample was based on platforms from the University of Málaga, Spain, and the University of Havana, Cuba. The diagnosis conducted was derived from a comparative analysis of similarities and differences between the two universities. The study showed, on the one hand, the interest of both institutions in taking part in local development projects and actions, and disseminate information in that respect, and on the other hand, their differences concerning dynamics, amount of content disseminated, forms of diffusion and interaction with users. Conclusions point to an evident connection between the communication process and knowledge management at the universities, particularly during sharing / distribution actions. Confirmation was made of the importance of digital platforms for knowledge communication about local development.

Key words: Communication; knowledge management; university; digital platforms; local development.

Recibido: 27/08/2020

Aceptado: 14/04/2021

Introducción

La universidad es una institución donde continuamente se crea nuevo conocimiento a partir de la interacción entre profesores, investigadores, estudiantes, directivos, empresas, organizaciones, etcétera. En estos espacios de producción de conocimiento es donde se contextualiza una responsabilidad social orientada a cumplir con las necesidades y exigencias de la sociedad para la cual se preparan los futuros profesionales. De ahí, que deba ser premisa fundamental en las políticas de comunicación de dicha institución poner a dialogar a la universidad con su sociedad.⁽¹⁾

Al respecto, *Núñez, Montalvo y Pérez* ⁽²⁾ señalan que el conocimiento generado en dichas entidades se convierte en socialmente relevante y contribuye al alcance de metas sociales deseables: justicia y equidad social, educación continua, mejoría de los servicios de salud, de los servicios socioculturales, aumento de la producción de alimentos, cuidado del medio ambiente, entre otros elementos influyentes en el desarrollo local. Esto último enfocado desde diversas perspectivas, según los contextos y modelos económicos y sociales, los cuales se relacionan con diversos términos: participación ciudadana, desarrollo local, innovación social y tecnológica, emprendimiento, empleabilidad, inclusión social, así como las acciones orientadas a garantizar una sociedad sostenible y de transformación.

A esto se une el uso de plataformas digitales (sitios web, redes sociales, portal de comunicación científica, revistas digitales, intranet, sitios de campañas promocionales o recaudación de fondos, repositorios) como herramientas de comunicación, las cuales hacen posible una mayor socialización de la información y el conocimiento relacionados con las acciones que se realizan en las universidades, y que se convierten en esenciales para los procesos docentes, investigativos y de extensión.

La presente investigación tuvo el objetivo de conocer cómo se comunica el conocimiento que se genera sobre proyectos y acciones de desarrollo local en las universidades, por medio de sus plataformas digitales.

Universidad y responsabilidad social

Uno de los aspectos que caracterizan a la universidad es la responsabilidad social que presenta ante la sociedad en la cual está insertada, donde los planes de formación deben proponerse retos encaminados al desarrollo económico y a la cohesión social. Igualmente, la universidad debe trabajar para promover acciones orientadas a fortalecer la educación y a la implicación de los miembros de la comunidad universitaria en el desarrollo sostenible.⁽³⁾ Al respecto, se destaca su dimensión social, donde el conocimiento generado se transfiere a la sociedad para la solución de problemas, además de favorecer el intercambio de buenas prácticas entre los actores involucrados en los procesos de transformación. *Vallaes, de la Cruz y Sasia*⁽⁴⁾ definen dicha responsabilidad teniendo en cuenta el impacto de las funciones universitarias, donde se destacan los cognitivos y sociales.

- *Impactos cognitivos*: La universidad se pregunta por el tipo de conocimiento que produce, su pertinencia social y sus destinatarios.
- *Impactos sociales*: Promoción del desarrollo de la sociedad mediante la colaboración para resolver sus problemáticas fundamentales, creando capital social o haciendo accesible el conocimiento para todos.

Estos dos puntos dan la idea de cómo la universidad puede medir su impacto social por medio de los proyectos institucionales, en conjunto con organizaciones externas: políticas, jurídicas, empresariales, gobierno, entre otras, donde los lazos de colaboración que se crean ayudan a la solución de problemas. De esta forma, se demuestra que el desarrollo social define la universidad y viceversa.⁽⁵⁾

El cumplimiento de la responsabilidad social por parte de la universidad, bajo un enfoque de transformación y desarrollo sostenible, y unido a un eficiente proceso de extensión, le facilita alcanzar las convergencias entre la I+D+i y los proyectos sociales logrando la interacción entre varios actores y cumpliendo con su objetivo de poner al alcance de la sociedad el conocimiento generado.

Desarrollo local

El concepto de base del desarrollo local es la idea de determinar cuál es el potencial de recursos con el que se cuenta y cuáles las necesidades que se requiere satisfacer de las personas, de las comunidades y de la sociedad en su conjunto.⁽⁶⁾ Consiste en una política deliberada por medio de la cual se busca que una localidad eleve su bienestar.⁽⁷⁾

Cárdenas⁽⁸⁾ acota que el desarrollo local está encaminado a “la democratización de los procesos sociales, mediante la ampliación de los derechos y libertades y construcción de ciudadanía; el aumento de la participación popular y el control social sobre la gestión pública; la satisfacción de las necesidades básicas de la población; la reducción de las desigualdades, mediante una mejor distribución del producto social y el crecimiento económico-productivo de las colectividades locales”.

Por su parte, *Muñoz, Díaz y Fundora*⁽⁹⁾ puntualizan que el desarrollo local debe llevar implícito el desarrollo humano, garantizando así un crecimiento económico en función del bienestar social. Igualmente, se pueden hallar diversas acepciones: desarrollo social, desarrollo comunitario, desarrollo humano, desarrollo sostenible, desarrollo integral, cambio social sostenible,^(10,11) los cuales, a pesar de marcar alguna diferencia, se caracterizan por ser alternativas de desarrollo y por la existencia de espacios de colaboración y participación ciudadana.

García⁽¹²⁾ destaca, como relevante en el desarrollo local, la metodología de acción social necesaria para movilizar el potencial de iniciativas que cada territorio

posee, donde se promueven estrategias de participación, de asociación y de cooperación orientadas a elevar la cohesión social, que en sí misma se podría convertir en un nuevo factor de competitividad o de innovación.

Núñez, Montalvo y Pérez⁽²⁾ acotan que, en el caso del territorio, es importante aprovechar los recursos propios y externos, además de tener que producirse una relación entre estrategias de conocimiento, prioridades del desarrollo y bienestar humano resultante. En este caso sería entendible el avance de una sociedad del conocimiento, hacia una sociedad inteligente que busca solución a sus problemas a través del conocimiento socialmente distribuido. Según los autores, se estaría hablando de un desarrollo social sostenible basado en el conocimiento.

Comunicación, gestión del conocimiento, universidad y desarrollo local

La comunicación forma parte de cualquier modelo de desarrollo. Esta es una de las variables transversales que condiciona dicho proceso.⁽¹³⁾ El intercambio participativo de conocimiento e información sustentado en prácticas comunicativas se ha convertido en un elemento esencial para la construcción de políticas y estrategias orientadas al cambio social.

Según *Rivera, Rojas, Ramírez y Álvarez*,⁽¹⁴⁾ la comunicación es un proceso complejo que implica el intercambio de informaciones, datos, ideas, opiniones, experiencias, actitudes y sentimientos entre dos o más personas. De igual forma, facilita entornos para que se determinen las metas y estrategias, permite analizar las realidades de los pueblos y establecer políticas a seguir, y se convierte en una herramienta clave para promover procesos de cambio a nivel político, social, comunitario e individual.⁽¹⁵⁾ Esto, unido a la necesidad de participación de los ciudadanos en las transformaciones sociales y la colaboración entre los diversos actores, da paso a la comunicación del conocimiento como una actividad

deliberada de transmitir y co-construir de forma interactiva ideas, evaluaciones, experiencias o habilidades a través de medios verbales y no verbales.⁽¹⁶⁾

Este tipo de comunicación se considera, a su vez, un proceso que facilita el intercambio y la transferencia de conocimiento entre personas y organizaciones, formando parte de la llamada gestión del conocimiento (GC) en su subproceso de compartición/distribución.⁽¹⁷⁾

La GC es definida por *Ponjuán*⁽¹⁸⁾ como un “proceso sistemático e integrador de coordinación de las actividades de adquisición, creación, almacenaje y comunicación del conocimiento tácito y explícito por individuos y grupos con objeto de ser más efectivos y productivos en su trabajo y cumplir los objetivos y metas de la organización.”

Por su parte, *Salonius y Kapyła*,⁽¹⁹⁾ haciendo alusión al contexto regional, lo consideran “un proceso de creación de conocimiento donde los actores regionales participan en la formación e implementación de una visión y estrategias regionales para promover el desarrollo regional, aportando su capital intelectual al desarrollo de la red”.

En lo que respecta a esta relación entre comunicación y GC en la localidad, *Sánchez, Escobar, Sánchez y Concha*,⁽²⁰⁾ destacan y hacen coincidir aspectos que determinan dicha conexión como: innovación, tecnologías, cooperación, información, procesos de aprendizaje y articulaciones de redes, además de enfatizar en la necesidad de vínculo entre la educación, la producción y las necesidades del entorno, donde la universidad juega un papel esencial como parte de las estrategias de desarrollo del territorio. *Boffill, Reyes, Pérez, Sosa y Castellón*⁽²¹⁾ declaran algunos impactos que ha traído consigo la GC universitaria en el desarrollo local.

- Formación de profesionales para la localidad.
- Orientación del pregrado y la investigación en función del desarrollo local.
- Respuesta de formación posgraduada a profesionales del territorio.
- Fortalecimiento de capacidades locales para la gestión del desarrollo local.
- Documentación de experiencias en revistas de alto impacto.
- Ejecutor y/o colaboración en proyectos de desarrollo local.
- Alianzas estratégicas entre las diferentes redes de actores.
- Evaluación de la GC y el desarrollo local.

Por su parte, *Lage*⁽²²⁾ resume los aspectos de la GC dándole vital importancia a la creación de redes entre los actores involucrados y la conectividad. Se destacan elementos asociados a la estimulación y organización de interacciones, la fomentación de capacidades de asimilación de conocimiento y uso de las tecnologías, además de orientarse a la dirección de proyectos, la capacitación y la construcción de una infraestructura orientada a la informatización.

Elementos identificativos de la comunicación en plataformas digitales

Los autores *Reina, Fernández y Noguera*⁽²³⁾ tienen en cuenta aspectos que pueden ser analizados en cualquier tipo de plataforma utilizada por estas instituciones como: la presencia activa de las universidades en dichas redes, la actualización de la información que se transmite y la cantidad de mensajes; el contenido que se difunde (calidad y variedad), su gestión y el tipo de usuarios a los que está dirigido, el enfoque de la comunicación (intereses y necesidades), nivel de interacción entre la universidad y los usuarios, impacto de la red y popularidad, cantidad de seguidores, mecanismo de retroalimentación (personalización de las respuestas), intercambio de opiniones y conocimiento, estrategia comunicativa, transmisión o reflejo de su misión, visión y objetivos por medio de la plataforma.

La Roda⁽²⁴⁾ también señala elementos a tener en cuenta en el análisis de las plataformas: esquema comunicativo (unidireccional, bidireccional, multidireccional), responsable del proceso; públicos a los que va dirigido (el estudio hace referencia a los internos: directivos, personal de administración y servicios, profesores, investigadores, estudiantes -visto como interno y externo-); características del mensaje y su lenguaje (científico, informativo o periodístico, publicitario), contexto en el que se encuentra inmersa la institución, influencia de los elementos de ruido y las funciones de cada público en el proceso de comunicativo.

En el caso de *Carrillo, Castillo y Blanco*,⁽²⁵⁾ estos hacen alusión a los aspectos comunicativos a identificar en las sedes webs de las universidades a distancia, así como el dinamismo y la interactividad del sistema con información detallada y prestaciones que permitan la interacción con los usuarios (chat, foros de discusión, boletines digitales). Al respecto, destacan como indicadores a analizar: la ubicación del contenido, la adaptación del contenido a los grupos de interés, la traducción del contenido, el refuerzo de la información mostrada con datos (cifras) o audiovisual (vídeo, audio, infografía).

Dichos indicadores son desarrollados a partir de las variables de análisis determinadas: estudiantes, planes de estudio, docencia, investigación, gestión económico-financiera, recursos y equipamiento, innovación, internacionalización, prestigio, responsabilidad social universitaria, empleabilidad, ciudad, relaciones con empresas y autoevaluación.

García, Márquez, Bustos, Miranda y Espíndola⁽²⁶⁾ acotan elementos de interés como: los usuarios, las características de los contenidos (temática, idioma, diversidad), características de la plataforma (facilidad de navegación), modalidad de la interacción (chat, foro, correo electrónico). Asimismo, se plantean como principios básicos para optimizar la comunicación en los sitios web la facilidad de

aprendizaje (interacción efectiva del usuario) y la flexibilidad (variedad de posibilidades con las que el usuario y el sistema intercambian información).⁽²⁷⁾

Métodos

Se realizó una investigación de tipo descriptiva-analítica con un enfoque mixto, en la cual se efectuó un estudio de caso basado en el análisis de contenido como técnica esencial. Para la recuperación de los aspectos teóricos se llevó a efecto la revisión teórica y documental, en la que se destacaron artículos de revistas, capítulos de libros, tesis, informes institucionales, ponencias en eventos y páginas web. En cuanto a las perspectivas teóricas a tener en cuenta para el análisis de las plataformas, la abordada por *Canelón*⁽²⁸⁾ resultó relevante para establecer correspondencia entre la responsabilidad social y los objetivos de la universidad, así como la información comunicada en los espacios digitales, puntualizando lo siguiente:

- Identificación de la presencia o ausencia de información alusiva a la responsabilidad social universitaria.
- Tipo de información acerca de la responsabilidad social universitaria que puede visibilizarse en el sitio web.
- Identificación de los *stakeholders* a quienes se dirigen los contenidos sobre la responsabilidad social universitaria.
- Usabilidad del sitio web: facilidad de acceso a la información sobre responsabilidad social universitaria.
- Mecanismos de participación de los *stakeholders* en la web, tanto de carácter general como específicos en la responsabilidad social universitaria.

Igualmente resultaron clave los criterios de análisis de *Alonso*⁽²⁹⁾ sobre el estudio de las formas de comunicación o medios digitales, dividiéndolo en tres niveles:

1. Actividad comunicacional.

- Según la forma de comunicación: tradicional, híbrida o inédita.
- Según el objeto/finalidad de la actividad comunicacional.

2. Contenidos.

- Según la tipología de los contenidos: contenidos de información (de orden periodístico, de usuario, institucional); contenidos de servicios (comerciales, entretenimiento o índole genérico) y contenidos de infomediación o intermediación.
- Según el uso de los modos de comunicación: texto (hipertextualizado), correo electrónico, foros, grupos de noticias, listas de distribución y chat.
- Según la temporalidad/periodicidad de los contenidos.

3. Sujetos

- Según la tipología de los usuarios: gestor o usuario.
- Según la tipología del gestor: productor y/o moderador.
- Según la tipología del usuario: pasivo, activo o determinante.

Brito, Laaser y Toloza⁽³⁰⁾ puntualizan aspectos que sobresalen durante el análisis como: la presencia de enlaces desde el sitio web a las redes de la universidad y a otros portales con información relacionada; el acceso a servicios (suscribirse por RSS), abierto a recibir colaboraciones de los usuarios y la organización de los contenidos según las áreas del conocimiento.

De manera general se destacan los siguientes aspectos: interacción activa de la universidad con sus usuarios, comunicación multidireccional y uso de las redes; tipo de contenido, su estructura y gestión en la plataforma; participación de los usuarios, adecuación de las publicaciones al medio, accesibilidad, relación con otras fuentes, colaboración, promoción, compartición, actualidad y precisión de

los contenidos, coherencia entre los contenidos y los objetivos de la plataforma.^(30,31, 32,33)

La población escogida fue la Universidad de La Habana (UH) y la Universidad de Málaga (UMA); y como muestra, las plataformas digitales donde se difunde el conocimiento asociado a proyectos y acciones de desarrollo local gestionado por la universidad y en colaboración con otras entidades. El criterio de selección de las universidades estuvo basado en lo siguiente:

En el caso de la universidad cubana, y específicamente la UH, se evidencia un interés marcado porque esta institución establezca una relación directa con su comunidad y que de esta forma cumpla con su responsabilidad social, así como garantizar la solución de problemas sociales con el conocimiento que se genera desde este espacio, lo cual puede constatarse en la variedad de proyectos comunitarios que realiza la universidad.⁽³⁴⁾

Por su parte, la UMA pone en práctica experiencias y se crean plataformas comunicativas donde se aboga por la innovación tecnológica, empresarial, social y el apoyo al emprendimiento, todo esto conectado al posicionamiento de una ciudad sostenible donde se hace imprescindible mantener los proyectos que apoyan las transformaciones sociales.⁽³⁵⁾

La investigación se realizó entre junio y septiembre del año 2019, por lo que los resultados se fundamentan en la comunicación de las plataformas durante este período. En la figura se muestran las plataformas objeto de estudio.

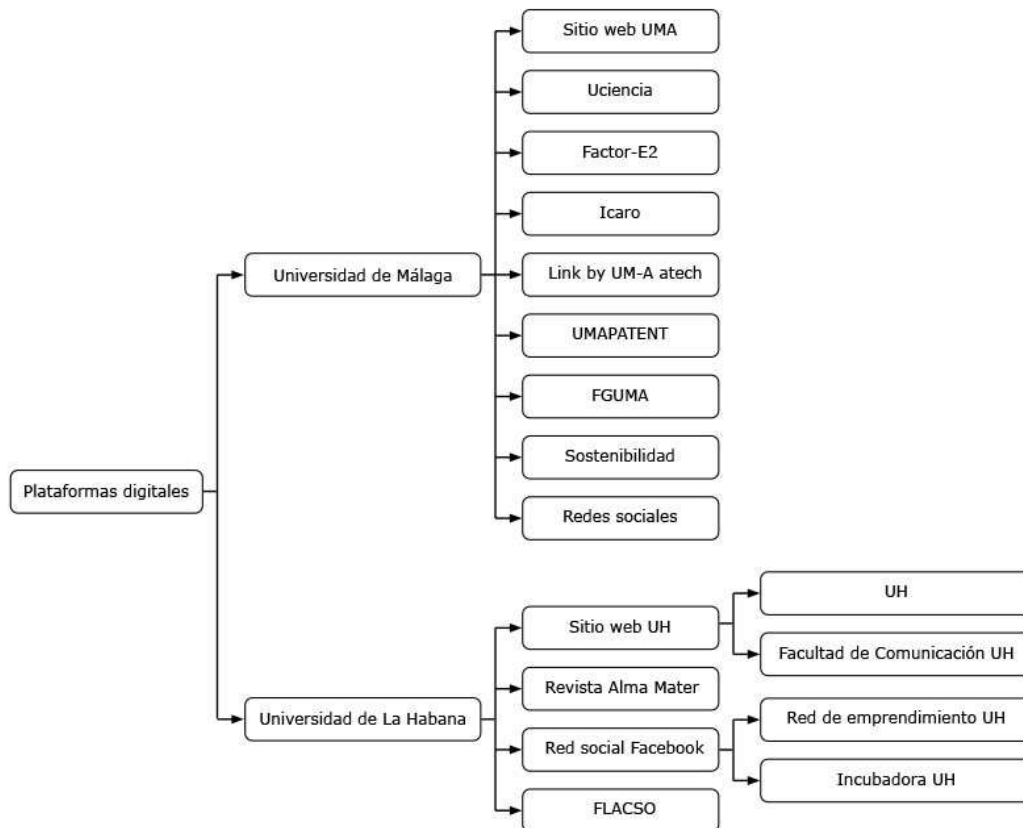


Fig. 1 - Plataformas digitales pertenecientes a la muestra del estudio.

A partir de lo anteriormente analizado como base teórica, se especifican en el cuadro 1 los elementos incorporados al análisis de las plataformas por cada variable considerada relevante en el estudio.

Cuadro 1 - Elementos analizados en las plataformas

Variable relevante	Elementos de análisis
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> -Presencia activa de la universidad en la plataforma. -Formas en que se comunican los contenidos. -Presencia de enlaces con otras entidades, eventos u otras plataformas. -Públicos a los que van dirigidos los contenidos. -Emisores del contenido que se difunde. -Tipo de comunicación (unidireccional, bidireccional y multidireccional). -Enfoque de la comunicación (colaboración, promoción, intereses, objetivos, empresarial, científico, informativo). -Modalidades de interacción/retroalimentación presentes en la plataforma. -Facilidad de acceso a la información. -Actualidad de la información que se transmite. -Transmisión de la misión, visión y objetivos de la universidad por medio de la plataforma.
Gestión del conocimiento (compartición/distribución)	<ul style="list-style-type: none"> -Compartición de información y conocimiento. -Acceso a las fuentes de conocimiento. -Tipo de contenido que se intercambia y difunde. -Variedad del contenido que se difunde. -Tipos de proyectos de desarrollo difundidos. -Adecuación y pertinencia de los contenidos según la plataforma.

Resultados

Diagnóstico: convergencias y divergencias entre las universidades

Como base del diagnóstico se realizó una caracterización de las instituciones teniendo en cuenta su planificación estratégica,^(36,37) al ser esto último un espacio donde se acotan elementos estrechamente relacionados con la responsabilidad social de la universidad y su proceso de extensión, la misión, la visión y los objetivos, además de abordar de manera intrínseca el proceso de la gestión del conocimiento y específicamente las acciones de compartición y distribución de

este activo intangible como parte de la comunicación del conocimiento que se genera, desarrolla y difunde.

Durante el análisis de las plataformas de la UH se pudo apreciar la variedad de proyectos comunitarios que existen, lo cual se considera un indicativo del interés de la institución por establecer una relación directa con su comunidad y que de esta forma cumpla con su responsabilidad social, así como garantizar la solución de problemas sociales con el conocimiento que se genera desde este espacio.

Las plataformas analizadas de la UH se orientan principalmente a la investigación, la innovación, el emprendimiento y la comunicación científica. Igualmente se hace referencia a las alianzas interinstitucionales y a los proyectos orientados a desarrollar el vínculo universidad, gobierno, empresa, comunidad. Asimismo mantienen un flujo de comunicación tanto interno como externo y presentan, en general, un enfoque informacional, promocional y colaborativo, basado en los procesos académico, investigativo y de extensión.

En el caso de la UMA, se constató que pone en práctica experiencias y se crean plataformas comunicativas donde se aboga por la innovación tecnológica, empresarial, social y el apoyo al emprendimiento, todo esto conectado a la idea de posicionamiento de una ciudad sostenible donde se hace imprescindible mantener los proyectos que apoyan las transformaciones sociales.

En las plataformas de la UMA se identificaron espacios relacionados con: comunicación científica, empleabilidad, innovación y emprendimiento, sostenibilidad ambiental y cooperación para el desarrollo, así como otros sitios orientados a proyectos sociales y principalmente al vínculo entre la universidad y la empresa. La mayoría son plataformas de comunicación interna y externa, orientadas a la difusión de su accionar y donde los contenidos sobre innovación, desarrollo y emprendimiento son relevantes, además de su enfoque colaborativo, informacional y promocional, con una base académico-investigativa.

En ambas universidades se encuentra la presencia de plataformas digitales utilizadas para comunicar el conocimiento derivado de las acciones y proyectos relacionados con el proceso de extensión universitaria, puntualizándose en ambas el vínculo universidad-empresa, el tema del emprendimiento y el interés por desarrollar proyectos de impacto social. También se demuestra la importancia del sitio web institucional como transmisor de la imagen de la institución y la interfaz principal de las actividades que se realizan, además de ser el enlace a otros sitios y espacios de interés. Se percibe la importancia que le otorgan ambas instituciones al tema de la colaboración.

De igual forma, se destaca la correspondencia entre la misión y los objetivos de las universidades y lo que publican, a pesar de que ambas podrían comunicar de manera más explícita los resultados de proyectos (por medio de enlaces a PDF o artículos relacionados) no solo a modo informativo, lo cual no significa que no se haga, pero no es suficiente. En lo referente a los tipos de plataformas analizadas, se encuentran las de comunicación externa, las de interacción y las de difusión de la investigación.

Los enfoques comunicativos que se repiten en ambas entidades son el académico, el investigativo, el científico, el informativo, el promocional, el colaborativo y el bidireccional. En relación con esto último, es válido aclarar que se confirma desde la percepción del análisis de contenido de las plataformas, ya que estas presentan mecanismos de retroalimentación. Otra cuestión es si se cumplen o si realmente el tipo de comunicación es unidireccional. Con respecto a los receptores de la información, se encuentran los estudiantes, profesores, investigadores, personal administrativo y entidades colaboradoras. El Vicerrectorado de Investigación es el emisor que sobresale en ambas entidades.

En lo que se refiere a los contenidos, lo más divulgado es lo concerniente al proceso I+D+i, donde igualmente se alude a la recaudación de fondos para poner en práctica las innovaciones. Al respecto, ambas universidades divulgan eventos,

convocatorias, talleres y cursos sobre emprendimiento, innovación y desarrollo de capacidades, así como resultados de innovación, concursos, programas de formación, información sobre el trabajo de las redes de investigación y las cátedras, noticias, objetivos planteados, premios, resultados de las colaboraciones, convenios y alianzas de trabajo con entidades externas, encuentros con especialistas, proyectos asociados y publicaciones científicas.

Con respecto a la forma en que se difunden los contenidos, ambas utilizan texto, imágenes, fotografías y videos. En cuanto a la usabilidad, navegación y facilidad de acceso a la información, pueden encontrarse deficiencias en la manera en que se gestionan los contenidos (Sitio web UMA), cantidad de contenido disperso (Sostenibilidad/UMA), problemas para interactuar con la plataforma por errores del sistema (Sitio web UH), o pestañas que no contienen la información que indican (FLACSO/UH).

Como mecanismo de retroalimentación con los públicos, ambas entidades hacen uso de contactos y comentarios. Presentan enlaces con entidades colaboradoras o páginas asociadas y con sus redes sociales, utilizadas estas últimas como mecanismo multidireccional de interacción entre públicos y gestores. Referente al tema, se cree conveniente propiciar una mayor interacción entre los usuarios en todos los tipos de plataformas. En lo concerniente a las divergencias, a continuación se presentan resultados asociados.

Al respecto, se aprecia el uso de las plataformas como medios para difundir el conocimiento desarrollado, donde la UMA hace un mayor uso de los espacios y se encuentra más activa, al gestionar una mayor cantidad de plataformas con contenidos diferentes. Además, mantiene una mayor interacción con sus públicos objetivos y es más dinámica, como es el caso de *Link by UMA-Atech* y la FGUMA (cuadro 2).

Cuadro 2 - Divergencias entre universidades

Elementos analizados	Universidad de Málaga	Universidad de La Habana
Uso de plataformas	Mayor uso de estos espacios para divulgación de contenidos.	Se utilizan pero precisan de más uso.
Divulgación de contenidos	Se gestionan variedad de contenidos, no obstante se precisa mayor divulgación.	Carece de acciones divulgativas, teniendo en cuenta la variedad de proyectos.
Enfoque de los proyectos divulgados	Se destaca el empresarial, tecnológico y comercial.	Se destaca el enfoque social, a nivel de comunidad
Dinámica	Más dinámica en cuanto a la forma que divulga los contenidos.	Se necesita más dinamismo, renovar el enfoque divulgativo.
Redes sociales	Variedad de redes	Facebook la más usada
Plataformas orientadas a contenidos específicos	Empleabilidad y medio ambiente.	Se trata el tema general desde el sitio web.

En el caso de la UH, al tener barreras tecnológicas, se considera que la solución pudiera estar en un mayor uso y explotación de las plataformas ya existentes, haciendo una mejor gestión de sus contenidos, en cuanto a lo que se difunde y la dinámica para divulgar los contenidos.

En lo referente a las redes sociales, a pesar de apreciarse de que ambas las consideran un mecanismo importante de interacción, colaboración y comunicación, la UMA hace un mayor uso de estas y expande sus contenidos (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, LinkedIn). Por su parte, la UH utiliza principalmente Facebook y Twitter. En lo referente a la actualidad de los contenidos, a pesar de que puedan presentarse situaciones ocasionales, la UMA mantiene una mayor actualización que la UH, lo cual puede relacionarse con los problemas de acceso que presenta el sistema de la UH (al menos en el momento del estudio).

En cuanto a los proyectos que se divulgan, en el caso de la UMA se constata un enfoque más empresarial, tecnológico y comercial. Por su parte, la UH se enfoca más al trabajo con la comunidad con apoyo de los gobiernos locales, y realiza una variedad de actividades que no son difundidas por las plataformas en su totalidad. El sitio web de la Facultad de Comunicación de la UH es donde más se informa sobre la temática; de ahí que se escogiera para el estudio. No obstante, se precisa de la divulgación de resultados más concretos.

Como otro aspecto diferenciador se encuentra la existencia de plataformas en la UMA dedicadas al sistema de empleabilidad de estudiantes; a facilitar las actividades de colaboración con las entidades asociadas, la interacción con los propios estudiantes y la divulgación de las fases del proceso, así como sus resultados y control. La UH realiza igualmente este proceso de prácticas extracurriculares y futuros empleos, pero no cuenta con plataformas comunicativas propias, solo difunde alguna información asociada en las plataformas existentes.

Se destaca además el tema del cuidado del medio ambiente y las actividades asociadas, donde la UMA desarrolla una plataforma digital propia para difundir y sensibilizar sobre la biodiversidad y el desarrollo sostenible (sostenibilidad). En el

caso de la UH se difunde este tipo de información por medio del sitio web institucional o en colaboración con otras entidades.

A partir de las divergencias identificadas, es válido acotar que las plataformas de las universidades analizadas se encuentran en contextos y sistemas diferentes en cuanto a lo económico, político y social, lo cual influye en el desarrollo tecnológico (en el caso de la UH), y en la manera en que se enfocan los proyectos, teniendo en cuenta las necesidades, intereses y prioridades de las comunidades y el país en general.

Conclusiones

Las universidades escogidas para el estudio, a pesar de pertenecer a contextos económicos, políticos y sociales diferentes, presentan semejanzas en cuanto a la utilización de plataformas digitales y demuestran un interés marcado en difundir información sobre el conocimiento que se genera y comparte a partir de las acciones, proyectos, planes de trabajo, grupos y redes de investigación encaminados al desarrollo, con lo cual potencian el vínculo existente entre universidad, empresa, gobierno y sociedad.

Tanto la UH como la UMA sustentan sus acciones en una planificación estratégica orientada a sus pilares de trabajo. En este caso se destaca el tema del desarrollo académico, la investigación y la innovación, el emprendimiento, la transferencia de conocimiento, la empleabilidad y la sostenibilidad (acotado en el caso de la UMA), el compromiso social y la internacionalización, Todo esto encaminado al cumplimiento de la responsabilidad social de la entidad y la obtención de resultados de impacto social, lo cual depende, en gran medida, de una adecuada GC y su eficiente comunicación como parte de sus acciones (compartición/distribución).

Las diferencias pudieran estar marcadas principalmente por la cantidad y variedad de plataformas, la manera en que se difunden y gestionan los contenidos, la dinámica o interacción entre los públicos, así como los intereses y objetivos, unido a la necesidad de un uso más eficiente y mejora constante de dichas herramientas de comunicación en ambos casos.

El conocimiento que se comunica entre los actores involucrados en los procesos de transformación es un recurso estratégico para lograr los cambios necesarios en el contexto social, donde se articulan las innovaciones científicas con la solución de problemáticas territoriales. De ahí que las universidades como actores clave en las acciones de desarrollo local, a partir del conocimiento que generan, promueven, intercambian y socializan y sus resultados de investigación e innovación, necesitan de procesos comunicacionales capaces de difundir sus proyectos y acciones con el objetivo de transformar y beneficiar el contexto social, a partir de sus procesos académico, investigativo y de extensión y donde su responsabilidad social se encuentra marcada por el vínculo universidad-sociedad.

El uso de las plataformas digitales –como herramientas de apoyo para la comunicación de las acciones de innovación, inclusión y emprendimiento que realizan estas instituciones como parte de su responsabilidad social– es relevante, ya que facilita el tratamiento, la difusión y el intercambio entre todos los actores involucrados en los proyectos institucionales y de desarrollo. Asimismo, proporciona oportunidades derivadas de la posibilidad de una mayor conectividad, inclusión social y apertura de nuevos modelos de intercambio y asociatividad.

Referencias bibliográficas

1. Martín Barbero J. La Universidad vive hoy en el mundo una relación esquizofrénica con la sociedad. La Habana: Conferencia magistral en el XIII

Encuentro de FELAFACS; 2009 [acceso: 20/06/2019]. Disponible en:

<http://www.cubadebate.cu/>

2. Núñez Jover J, Montalvo LF, Pérez Ones I. La gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación en la nueva universidad: una aproximación conceptual. Rev Pedag Univers. 2006 [acceso: 20/06/2019];XI(2). Disponible en:

<https://www.academia.edu>

3. Benayas J, Calvo S, Gutiérrez J. Educación para el desarrollo sostenible: evaluación de retos y oportunidades del decenio 2005-2014. Rev Iberoam Educ. 2006 [acceso: 20/06/2019];40:25-69. Disponible en:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Educación-para-el-desarrollo-sostenible>

4. Vallaeys F, de la Cruz C, Sasia P. Responsabilidad Social Universitaria. Manual primeros pasos. México D.F.: McGraw Hill; 2009.

5. Rabbani Khorasgani A, Moazzeni A. Higher Education and Knowledge Management. Internat J Inform Sci Manag. 2011 [acceso: 18/06/2012];1(2):70-8. Disponible en:

<https://www.semanticscholar.org/paper/Higher-Education-and-Knowledge-Management-Khorasgani-Moazzeni/430e78a1d5c0d901310f6a4e6e2976826deeda52>

6. Silva Lira I. Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local. Dirección de Gestión del Desarrollo Local y Regional, Naciones Unidas; 2003.

7. Contreras Capella JA. Universidad, sociedad y desarrollo local: Diálogos de saberes. Rev Unilibre. 2011 [acceso: 01/11/2012] ;35:59-82. Disponible en:

<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/dialogos/article/view/1868>

8. Cárdenas N. El desarrollo local su conceptualización y procesos. Mérida, Venezuela: Prov. 2002;8:53-76. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55500804>

9. Muñoz Campos MR, Díaz Pérez D, Fundora Nevot GE. La universidad como gestora del desarrollo local desde un enfoque multiactoral. Experiencias desde FLACSO-CUBA. En: Universidad y desarrollo local. Contribuciones latinoamericanas. Editorial Universitaria Félix Varela; 2016.

10. Barranquero A. De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. Cuad Inform Comunic. 2012 [acceso: 20/06/2019];17:63-78.

Disponible en:

<https://www.redalyc.org/pdf/935/93524422004.pdf>

11. Chaparro Escudero M. ¿Cuánta tierra necesita un hombre? La denuncia de las quimeras del desarrollo: un principio en el pensamiento decolonial. En: Marí Sáez VM, Ceballos Castro G. Desbordes comunicativos. Comunicación, ciudadanía y transformación social. Madrid: Fragua; 2018.

12. García M. El desarrollo local en el marco de los procesos de globalización. En: García M (ed.). Perspectivas teóricas en desarrollo local. España: Netbiblio; 2007 [acceso: 18/05/2018]. pp. 1-38. Disponible en:

<http://ruc.udc.es/dspace/bitstream/handle/2183/11874/788497450331.pdf?seq>

13. Toha JJ. Educación, comunicación para el desarrollo y gestión de conocimiento: estudios de casos de los modelos de la sociedad de la información de Finlandia e Irlanda. Barcelona: Universidad de Barcelona; 2006.

14. Rivera AB, Rojas LR, Ramírez F, Álvarez de Fernández T. La Comunicación como Herramienta de Gestión Organizacional. Rev NEGOTIUM/Ciencias Gerenciales. 2005 [acceso: 20/06/2019];1(2):32-48. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/pdf/782/78212103.pdf>

15. Obregón R. Comunicación, desarrollo y cambio social. Portal Comunicación; 2009 [acceso: 15/07/2019]. Disponible en:

http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/49_esp.pdf/

16. Eppler MJ. Knowledge Communication Problems between Experts and Managers. An Analysis of Knowledge Transfer in Decision Processes. University of Lugano, Institute for Corporate Communication, Faculty of Communication Sciences; 2004.

17. Probst G, Raub S, Romhardt K. Administre el conocimiento. México: Pearson Educación; 2001.

18. Ponjuán Dante G. Introducción a la Gestión del Conocimiento. La Habana: Editorial Félix Varela; 2006.

19. Saloni H, Kapyla J. Exploring the Requirements of Regional Knowledge-Based Management. *J Knowl Manag.* 2013 [acceso: 15/07/2019];17(4):583-97.

Disponible en:

<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JKM-03-2013-0106/full/html>

20. Sánchez Zambrano K, Escobar Jaramillo LA, Sánchez Mejía M, Concha Arango G. Desarrollo local basado en conocimiento e innovación: Caso Agrópolis del Norte. *J Technol Manag Innov.* 2013 [acceso: 15/07/2019];8. Disponible en:

https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0718-27242013000300039&script=sci_arttext

21. Boffill Vega S, Reyes Fernández RM, Pérez Sánchez N, Sosa González M, Castellón Govea M. Gestión universitaria del conocimiento y la innovación para potenciar de manera sostenible el desarrollo local de Yaguajay. Trabajo presentado en TECNOGEST, Cuba; 2011.

22. Núñez Jover J, Montalvo LF, Pérez Ones I. La gestión del conocimiento, la ciencia, la tecnología y la innovación en la nueva universidad: una aproximación conceptual. *Rev Pedag Univers.* 2006 [acceso: 12/10/2021];XI(2). Disponible en:

<https://go.gale.com/apps/doc/A466940992/AONE?u=anon-e98268b7&sid=googleScholar&xid=acc98f1a>

23. Reina Estévez J, Fernández Castillo I, Nogueira Jiménez A. El uso de las redes sociales en las universidades andaluzas: El caso de Facebook y Twitter. *Rev Internac Relac Públ.* 2012 [acceso: 10/06/2019];2(4):123-44. Disponible en:

<https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/5225>

24. La Roda Gómez A. La comunicación interna de la calidad en la universidad española. Propuesta de un modelo teórico trasmedia [Tesis de Doctorado]. Valencia: Universidad CEU Cardenal Herrera; 2016.

25. Carrillo Durán MV, Castillo Díaz A, Blanco Sánchez T. La comunicación en las sedes webs de las universidades a distancia españolas. Asociación Española de Investigación de la Comunicación. España: Universidad de Extremadura y Universidad de Málaga; 2016.
26. García Cabrero B, Márquez L, Bustos A, Miranda GA, Espíndola S. Análisis de los patrones de interacción y construcción del conocimiento en ambientes de aprendizaje en línea: una estrategia metodológica. Rev Electr Invest Educ. 2008 [acceso: 10/09/2019];10(1). Disponible en: <http://redie.uabc.mx/vol10no1/contenido-bustos.html>
27. Franco Álvarez G. La usabilidad y la accesibilidad, elementos esenciales para optimizar la comunicación del diseño web centrado en el usuario. En: López García G (ed.). El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València; 2005 [acceso: 20/05/2019]. Disponible en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>
28. Canelón AR. Responsabilidad Social Universitaria 2.0. Análisis de las páginas web de universidades de AUSJAL. Rev Internac Relac Públ. 2013 [acceso: 20/07/2019];3(5):27-48. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-5-2013-03-27-48>
29. Alonso Ruiz J. Propuesta metodológica para el estudio de las formas de comunicación en Internet. En: López García G (ed.). El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València; 2005. [acceso: 10/06/2019]. Disponible en: <http://www.uv.es/demopode/libro1/EcosistemaDigital.pdf>
30. Brito JG, Laaser W, Toloza EA. El uso de redes sociales por parte de las universidades a nivel institucional. Un estudio comparativo. Rev Educ Dist. 2012 [acceso: 19/05/2019];32. Disponible en: <http://www.um.es/ead/red/32>
31. Pérez Moreno JG. Elaboración de un modelo de plataforma digital para el aprendizaje y la generación de conocimientos [Tesis de Doctorado]. Universidad Complutense de Madrid, España; Facultad de Educación; 2002.

32. Martínez Gázquez CM. Plataformas virtuales como herramientas para el aprendizaje de una segunda lengua. Redit. 2015 [acceso: 19/05/2019];9(1):23-46. Disponible en:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6407996>
33. Cadena Vinuesa P, Melgarejo Heredia R. Impacto del uso de plataformas digitales para la investigación en el área de administración de empresas en las universidades ecuatorianas. Córdoba: Simposio Argentino sobre Tecnología y Sociedad; 2017.
34. Universidad de La Habana. Extensión. Portal UH; 2019 [acceso: 19/05/2019]. Disponible en: <http://www.uh.cu./extension>
35. Universidad de Málaga. Noticias. España: Portal UMA; 2019 [acceso: 19/05/2019]. Disponible en: <https://www.uma.es/>
36. Universidad de La Habana. Manual de organización. Universidad de La Habana; 2015.
37. Universidad de Málaga. Planificación estratégica 2017-2019; 2017 [acceso: 19/05/2019]. Disponible en:
https://www.uma.es/media/files/PlanificacioonEstrategica_2017-2019_UMA.pdf

Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

Contribución de los autores

redacción - revisión y edición: viana medina gonzález y ana almansa martínez

Viana Medina González: Conceptualización, curación de datos, análisis formal, investigación, metodología, administración del proyecto, validación, visualización, redacción del borrador original, redacción, revisión y edición.

Ana Almansa Martínez: Conceptualización, investigación, metodología, administración del proyecto, supervisión, validación, visualización, redacción, revisión y edición.