

**Bibliografía**

- Latieza, M. (1992) *La deserción universitaria*, Siglo XXI, España.
- Torre, S. de la (1993). La creatividad en la aplicación del método didáctico. En Sevillano, M. L. *Estrategias metodológicas en la formación del profesorado*. Madrid.
- LEY DE EDUCACION SUPERIOR Nº 24.521 (1995)
- García de Fanelli, A. (2014) *Centro de Estudios de Estados y Sociedad* (CEDES)
- RAES ISSN 1852-8171/ Año 6/ Número 8 / junio 2014. *Revista Argentina de Educación Superior*.

**Abstract:** Taking into account that the student desertion at the Faculty of Arts of the National University of Tucumán, showed an average of 83% in the last 10 years and that this total includes a strip that left his studies owing between 3 and 4 subjects to complete his career, arises a joint initiative between the Chair of Legislation and Professional Ethics and the Secretary of Student Welfare. A pilot experience is implemented in 2019, with a new course modality that, thanks to the use of ICTs, favors the exchange of students and teachers, reducing the number of hours of attendance.

**Keywords:** Drop out causes - Learning - Exchange - Public university.

**Resumo:** Considerando que a deserção estudantil na Faculdade de Artes da Universidade Nacional de Tucumán, mostrou uma média de 83% nos últimos 10 anos e que este total inclui uma faixa que deixou seus estudos devendo entre 3 e 4 disciplinas para completar

sua carreira, há uma iniciativa conjunta entre a Cátedra de Legislação e Ética Profissional e a Secretaria de Bem-Estar Estudantil. Uma experiência piloto está sendo implementada em 2019, com uma nova modalidade de curso que, graças ao uso das TICs, favorece o intercâmbio aluno-professor, reduzindo o número de horas passadas na sala de aula.

**Palavras chave:** Abandonar causas - Aprendizagem - Intercâmbio - Universidade pública.

(\*) **Jorge Humberto Ramos:** Especialista en docencia universitaria. Director Instituto de Diseño Facultad de Artes U.N.T. Profesor asociado Carrera Diseño de Interiores y Equipamiento. Facultad de Artes U.N.T. Catedra Legislación y Ética Profesional. **Maria Alejandra Uribo:** Diseñador de Interiores y Equipamiento. Facultad de Artes U.N.T. Especialista en Docencia en Nivel Superior. Universidad Tecnológica Nacional Regional Tucuman. Especializada en Diseño de Muebles Universidad Autónoma de México. Docente Carrera de Diseño de Interiores y Equipamiento Facultad de Artes U.N.T. Representante Aladi Polo Noa. **Guillermo Manuel Castaño:** Diseñador de Interiores y Equipamiento, Facultad de Artes, Universidad Nacional de Tucumán. Actualmente Secretario de Bienestar Universitario, Facultad de Artes UNT. Diplomado en Gestión Pública Municipal y Comunal, UNSTA (2019). Miembro del Consejo Directivo, Facultad de Artes UNT (2011). Coordinador De Asuntos Estudiantiles, Facultad de Artes UNT (2014).

## La comunicación interna desde un ejercicio académico en Uniminuto, Bogotá - Colombia

Actas de Diseño (2021, julio),  
Vol. 36, pp. 238-242. ISSN 1850-2032.  
Fecha de recepción: julio 2020  
Fecha de aceptación: noviembre 2020  
Versión final: diciembre 2021

Jorge Luis Yanastacy Rivas Zurita (\*)

**Resumen:** Para esta propuesta de escrito que se postula para el Foro de Cátedras Innovadoras y Congreso Latinoamericano de Enseñanza del Diseño que se realizará en el marco de la Semana Internacional del Diseño, actividad promovida por la Universidad de Palermo en Buenos Aires - Argentina, se presenta lo que ha sido la experiencia de un ejercicio académico de fortalecimiento de la gestión de comunicaciones internas desde la asignatura Comunicación Corporativa que se cursa en el último semestre del programa Tecnología en Comunicación Gráfica de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colombia. En esta práctica docente se detalla cómo fue el proceso de creación de la estrategia.

**Palabras clave:** Comunicación interna - gestión - creativo - evaluación - ejercicio académico.

Resúmenes en inglés y portugués y currículum en p. 242]

## Desarrollo

En Bogotá DC, Colombia, existe la Corporación Universitaria Minuto de Dios (Uniminuto), institución de educación superior donde se oferta el programa Tecnología en Comunicación Gráfica, una carrera fundamentada en tres pilares formativos: La publicidad, el diseño y la comunicación. De acuerdo con su documento de constitución o Documento Maestro (2018) presentado ante el Ministerio de Educación Nacional de este país para el registro de dicho programa, se cumple con el siguiente enfoque formativo:

Se enfoca en formar tecnólogos capaces de aportar a las industrias gráfica, creativas y de contenidos: el análisis de problemáticas reales de los espacios sociales, la generación de ideas creativas, y la contribución con propuestas de solución para las personas, entidades y organizaciones (p. 22).

Uno de los centros donde funciona el programa Tecnología en Comunicación Gráfica (TCG) está ubicado en el sur de Bogotá DC. Su nombre es Centro de Operación San Camilo. No obstante, el plan de estudios de dicha carrera académica se cumple en todas las sedes donde se oferta en varias partes del país. Actualmente, el programa cuenta con una renovación de Acreditación de Alta Calidad, una distinción que efectúa el MEN a las universidades colombianas que cumplen ciertos parámetros de calidad educativa. Dentro del pensum o planeación académica –previamente aprobado por el referido ente ministerial- se encuentra la asignatura Comunicación Corporativa, desde la cual los estudiantes desarrollan competencias y destrezas para comprender, analizar, diseñar y gestionar procesos comunicativos organizacionales para diferentes públicos objetivo. De hecho, uno de los enfoques disciplinares relacionado con la comunicación establece –según su Documento Maestro (ob cit) – que el alumno “estará en capacidad de aportar elementos conceptuales propios del campo de la comunicación al análisis y la elaboración de diferentes narrativas, que le permitan dimensionar los fenómenos sociales de su contexto”, (p. 47).

En el marco de ese componente, es que desde hace dos semestres se permitió configurar un ejercicio académico dentro del plan de evaluación de la asignatura, cuyo propósito ha sido el de fortalecer la gestión de comunicación interna del programa TCG, a través de una estrategia de comunicación diseñada, ejecutada y analizada por los estudiantes que cursan la mencionada asignatura, vale decir, desde el sexto semestre, último en el ciclo formativo de la carrera. El público objetivo de este proyecto está integrado, principalmente, por los estudiantes de semestres anteriores de la misma carrera.

## Proyecto integrador de comunicaciones y la praxeología

Para enfatizar y responder cómo los estudiantes desarrollaron su proyecto integrador, se especificarán las etapas que siguieron para el desarrollo del proyecto, sin dejar de cumplir con los objetivos de formación de la asignatura, establecidos por Uniminuto:

1. Conformación de unidades de comunicación y respectivas funciones.
2. Diagnóstico de comunicación entre el programa y sus estudiantes.
3. Análisis teórico y reflexiones de resultados encontrados en el diagnóstico
4. Análisis teórico y reflexiones de resultados encontrados en el diagnóstico
5. Determinación de preferencias informativas digitales.
6. Diseño de un plan de comunicación interna.
7. Tipificación de la estrategia comunicativa.
8. Creación de canales de comunicación.
9. Seguimiento y evaluación final.
10. Reflexiones de todo el proceso.

Cada una de las etapas fue desarrollada por los estudiantes partiendo de los diferentes criterios teóricos revisados en cada clase junto con el docente, en encuentros en los que, además, se revisaban hallazgos, reflexiones y propuestas para la ejecución de cada parte del proyecto. Se considera que este ejercicio académico reviste un enfoque integrador, debido a que la institución donde surge (Uniminuto), cuenta con un Proyecto Educativo Institucional (2014), desde el cual se asume como doctrina académica el uso de la praxeología para el ejercicio docente:

Se trata así de un auténtico proceso praxeológico, donde el saber y el actuar se entrelazan, mediados por la reflexión y el análisis, para generar la innovación, tanto de los actores como de los contextos, en ese proceso que se ha llamado devolución creativa. (p. 41).

Es así como, se asume la integración entre lo teórico o lo establecido en el microcurrículo de la asignatura y la práctica real de una gestión de comunicaciones internas que busca dinamizar el flujo de información presente entre coordinación de programa, docentes y estudiantes. Como se mencionó en la etapa 1, una vez conformado el equipo de comunicaciones y delimitadas sus funciones académicas, estrictamente supervisadas por el docente de la asignatura y, en ocasiones, otros profesores y el coordinador de la carrera, se procedieron a crear flujogramas de procesos, parámetros de creación de productos y medios de comunicación digital, seguimiento, correcciones y reflexiones, una estructura rigurosa asentada desde el aula virtual que la universidad dispuso desde su creación para el desarrollo académico de las asignaturas.

Para finales de marzo de 2020, según reseñó un artículo publicado por el diario El Tiempo, Colombia ya atravesaba el proceso de aislamiento obligatorio o cuarentena ante la aparición del Covid-19, lo cual determinó que todas las instituciones de educación en el país debían continuar sus procesos desde la virtualidad, constituyéndose así un reto crucial para el equipo de comunicaciones, ya que, en lo relativo al programa TCG, se migró de lo 100 por ciento presencial a clases totalmente virtuales. Esta medida significó que el proceso de gestión de la comunicación interna del programa TCG se desarrollará de forma online. Para ello, resultó ventajoso contar con un aula virtual, la cual se encuentra estandarizada de acuerdo con parámetros institucionales y praxeológicos,

además de las herramientas que las TIC ofrecen hoy en día, para así avanzar en la ejecución de todas las etapas del proceso comunicativo.

### **Diferencias y semejanzas en el ejercicio de comunicaciones**

Desde luego que existen diferencias marcadas entre la presencialidad y la virtualidad en este proyecto académico. Una de ellas, posiblemente, la principal es que desde el salón de clases es posible visualizar la construcción de productos y medios comunicativos y, al mismo momento, intercambiar opiniones, sugerencias o modificaciones sin estar mediados por una plataforma online, tiempos o interferencias en la conectividad, una realidad a la que sí el equipo de comunicaciones debió ajustarse al hacerse efectiva la medida dispuesta por el Gobierno colombiano de clases virtuales.

Sin embargo, la semejanza entre ambas opciones, la cual a su vez tuvo sentido a favor del proyecto es que, al tratarse de una gestión de comunicaciones internas, delimitadas por la vía digital (entendiendo que el público objetivo guarda preferencias informativas hacia ese sentido), la mayoría de los productos y medios comunicativos empleados se hicieron mediante plataformas y redes electrónicas. De hecho, Túniz (2008) citado por Fajardo y Nivia (2017) refiere que algunos de los medios recomendados para el uso de estrategias de comunicación interna son: “Blogs, Boletín electrónico, Circulares, Folleto de presentación, Intranet, Programa (o folleto) de prestigio, Reuniones de trabajo o informativas, Revista o periódico de eventos significativos, Revista o periódico interno, Soportes promocionales, Tablón de anuncios, Videos, entre otros” (p. 81).

### **Interacción, participación y reflexiones**

Para la elaboración de varios de esos medios o herramientas mencionadas anteriormente por los teóricos, un elemento que se constituyó como fase crucial fue la participación de los estudiantes a cargo del proceso de comunicaciones en la valoración y reflexión respecto a cada medio o producto creado. Desde esa óptica se ha cumplido con el enfoque praxeológico que la universidad establece, haciendo

que los estudiantes interactúen entre ellos y con el docente para efectuar revisiones y emisión de juicios acerca de sus resultados de aprendizaje. Específicamente, la valoración de procesos se dio de la siguiente forma, atendiendo las etapas descritas en el proceso de gestión de comunicación interna del programa TCG:

#### **Etapas 1. Conformación de unidades de comunicación y respectivas funciones.**

En el momento de conformación de las unidades de comunicación, surge una postulación directa por parte de los mismos estudiantes de la asignatura para integrar

los departamentos en las responsabilidades de Líder de Área y personal de apoyo. Posteriormente, se someten a un proceso de entrevistas a cada uno de los postulados a las diferentes áreas, tal como si se tratara de un cargo dentro de una empresa determinada.

#### **Etapas 2. Diagnóstico de comunicación entre el programa y sus estudiantes.**

Los estudiantes revisaron cuáles han sido los medios empleados antes de la propuesta de este ejercicio para la comunicación de procesos internos del programa dentro de la universidad. Se efectúa un análisis tipo DOFA.

#### **Etapas 3. Análisis teórico y reflexiones de resultados encontrados en el diagnóstico.**

En el aula se efectúa un taller en el cual los estudiantes realizaron valoraciones acerca de la asertividad en los canales y mensajes empleados, en términos de respuesta del público y temáticas difundidas.

#### **Etapas 4. Determinación de preferencias informativas digitales.**

Mediante una encuesta-cuestionario se consulta a una muestra significativa del público objetivo cuáles son sus preferencias informativas digitales en torno a temas, medios, horarios, tiempos, entre otros ítems. Los resultados son socializados entre el docente y los estudiantes promoviendo el debate.

#### **Etapas 5. Diseño de un plan de comunicación interna.**

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el proceso anterior, se diseña un plan de comunicaciones, del cual los mismos estudiantes a cargo del ejercicio tienen acceso online para su ejecución, seguimiento y evaluación. Asimismo, plantean piezas y tratamientos comunicativos para el logro de objetivos propuestos en la planeación.

#### **Etapas 6. Tipificación de la estrategia comunicativa.**

A través de contenidos publicados en el aula online de la asignatura y de reflexiones generadas a través de encuentros presenciales y virtuales, los estudiantes conocen los tipos de estrategias de comunicación y valoran cuáles pueden seleccionarse para el proyecto, en virtud de los objetivos y necesidades de comunicación del programa TCG.

#### **Etapas 7. Creación de canales de comunicación.**

En el diseño de medios y productos, los estudiantes valoran entre sí el uso de líneas y pautas gráficas institucionales, teoría del color, de las formas y la efectividad de los textos que se emplearán en cada publicación a efectuarse mediante los canales de comunicación que se creen.

### **Etapa 8. Seguimiento y evaluación final.**

Finalmente, a través de una presentación final se revisan los resultados obtenidos en la ejecución de la estrategia de comunicación interna, en cuyo proceso los estudiantes presentan datos cuantitativos y cualitativos que reflejan el cumplimiento de los objetivos planteados.

No solo existen políticas específicas en torno a la participación en los foros, sino que desde Uniminuto se procura que existan rúbricas de aprendizaje, estructuras que evalúan de forma específica cada criterio de acuerdo con el enfoque praxeológico promovido por la institución universitaria. También, la autora Scagnoli (ob cit) indica que los proyectos grupales y la revisión de trabajos entre estudiantes

son algunas de las actividades que permiten el aprendizaje colaborativo. En ese sentido, cada encuentro presencial, videoconferencia, revisión de proyectos de medios digitales, como canales en redes sociales y en plataformas de video como Youtube, así como la misma interacción a través de plataformas de mensajería, han contribuido a que se genere el debate de ideas, el análisis de contenidos, la pertinencia de temas, la generación de campañas comunicativas que requieren de la participación y responsabilidad de cada miembro del equipo de comunicaciones del programa TCG.

### **Divulgación de los proyectos**

Los estudiantes a cargo de este ejercicio académico de comunicaciones internas del programa TCG iniciaron la gestión o divulgación de información institucional respecto a temas como Práctica Profesional, semilleros de investigación, tendencias del diseño gráfico, actividades interdisciplinarias de asignaturas, gestiones administrativas de la carrera y universidad mediante perfiles creados en redes sociales (Instagram y Facebook), uso del *mailing* para el envío de correos masivos a los estudiantes desde una dirección electrónica creada para tal fin, además, se creó un canal en Youtube para la difusión de videos educativos, promocionales e informativos y, finalmente, se diseñó un blog en el que los estudiantes publican los mejores trabajos realizados durante el semestre.

Justamente, otra representación máxima de proyectos divulgados a los estudiantes de dicha carrera es la realización de una actividad semestral que consiste en la muestra de trabajos destacados de los estudiantes e incluso de profesores, la cual lleva por nombre Grafospectiva. Con ese evento, recientemente realizado de forma virtual debido a la virtualidad sobrevenida por la pandemia del COVID-19, los estudiantes cuentan con un sitio web que servirá de repositorio de sus creaciones, diseños y estrategias para la promoción de ideas.

Como también se subrayó anteriormente, tras la creación de unidades de comunicaciones internas para la gestión de información institucional del programa TCG en el sur de Bogotá DC, se delimitaron funciones específicas que a su vez son supervisadas por el docente a cargo de la asignatura. A continuación, se presentará

una tabla extraída del documento base que sirvió como sistematización de la experiencia, el cual fue presentado ante Uniminuto y postulado ante el Octavo Encuentro Institucional y Séptimo Distrital de Semilleros de Investigación.

### **Unidades**

**1. Diseño Gráfico.** Unidad dedicada a la conceptualización de la identidad gráfica del programa y de la muestra comunicativa. Se realizó el diseño de piezas gráficas fijas y control en dinámicas para difusión digital.

**2. Medios Impresos.** Esta área se dedica a la conceptualización de pautas de identidad gráfica para el diseño de boletines de prensa e infografías. También a la elaboración de boletines de prensa con su respectivo proceso de diseño y diagramación.

**3. Medios Audiovisuales.** Se orienta la conceptualización de pautas de identidad gráfica para el diseño de video *podcasts* y audiovisuales educativos, informativos y promocionales. Además, se efectúan piezas audiovisuales.

**4. Medios Digitales.** Se encarga de la creación y gestión de comunicación en redes sociales supervisadas desde el programa TCG, asimismo, el análisis de métricas y evaluación cualitativa en redes sociales.

Cada unidad se ciñe bajo un proceso riguroso de solicitud de requerimiento o tratamiento comunicativo, diseño de piezas, correcciones, reflexiones, aprobación final del producto para ser publicado a través de los canales seleccionados y, finalmente, la evaluación de métricas o reacciones del público receptor. Esta estructura ha implicado que cada departamento o unidad siga unos parámetros específicos de funcionamiento, los cuales se relacionan, además, con el enfoque praxeológico que desde Uniminuto se promueve en la educación impartida, ya que con ambos se persigue que el estudiante analice contextos, estudie situaciones, valore escenarios y, a partir de allí, proponga soluciones a diferentes temáticas de su entorno.

### **Estímulos para el trabajo autónomo**

Desde la asignatura Comunicación Corporativa, desde la cual se cobija académicamente, este ejercicio praxeológico existen rúbricas con criterios

específicos para la evaluación de las diferentes competencias que desde Uniminuto se le exigen al estudiante. De modo que, por un lado, existe el criterio que le determina al estudiante cómo será evaluado y, en esa medida, él estimule su propio proceso de auto aprendizaje y rendimiento general en la materia, pero, por otro lado, se reconoce no solo el esfuerzo individual y compromiso que cada alumno muestra en la tarea de gestión comunicacional interna, sino que el trabajo colaborativo también es reconocido en las calificaciones finales de la asignatura.

Desde este particular cabe mencionar que constantemente se reconoce cualitativa y cuantitativamente tanto los resultados de procesos específicos como los obtenidos de forma global y definitiva. Además, una acción para

reconocer públicamente el trabajo que efectúa cada miembro del equipo de comunicaciones del programa TCG es la de crear piezas gráficas, como infografías y boletines de prensa que reflejan entrevistas realizadas previamente, en las cuales se muestra quiénes son estas personas, qué piensan, qué aportes generan al proyecto, así como a la universidad como tal. De esta forma, se les estimula y reconoce por el trabajo realizado. Finalmente, cada estudiante recibe un certificado de participación en el proyecto de gestión de comunicaciones de la carrera TCG al finalizar el semestre.

#### Referencias bibliográficas

- Clases virtuales en universidades se extenderían hasta el 30 de mayo (2020, 30 de mayo). *El Tiempo*. Edición digital. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/vida/educacion/clases-virtuales-en-universidades-se-extenderian-hasta-el-30-de-mayo-477104>
- Corporación Universitaria Minuto de Dios (2014) Proyecto Educativo Institucional. Bogotá DC, Colombia. Recuperado de <http://www.uniminuto.edu/proyecto-educativo-institucional>
- Fajardo, G. y Nivia A. (2017). *Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional*. Resumen. Bogotá, Colombia. Universidad Jorge Tadeo Lozano Editorial.
- Salamanca, M. (2015). Ventajas y posibilidades de la enseñanza virtual en la Educación Superior. Universidad Complutense de Madrid. <https://www.ucm.es/data/cont/docs/3-2015-03-05-Ventajas%20y%20posibilidades%20de%20la%20ense%C3%B1anza%20virtual%20en.pdf>
- Scagnoli, N. (2005) Estrategias para motivar el aprendizaje colaborativo en cursos a distancia. Universidad de Illinois. Estados Unidos. Recuperado de <https://es.slideshare.net/scastroantropologa/ ejemplos-aprendizaje-colaborativo>
- Programa de Tecnología en Comunicación Gráfica (2020). Plan de Comunicaciones. Material no publicado. Recuperado el 30 de marzo de 2020 de [https://docs.google.com/spreadsheets/d/137G7AWcTrUXoYMmp\\_2EleWbTJIdh25LE/edit#gid=1225728461](https://docs.google.com/spreadsheets/d/137G7AWcTrUXoYMmp_2EleWbTJIdh25LE/edit#gid=1225728461)
- Programa de Tecnología en Comunicación Gráfica (2018). *Documento Maestro para la Renovación del programa*. Recuperado el 12 de junio de 2020 de [https://uniminuto-my.sharepoint.com/:w/g/personal/jonathan\\_pinto\\_uniminuto\\_edu/ESMUDL3Ho8xMg8orYe5-sbkBJvoUF80ARunqWnPk-ogCFw?e=839Ncv](https://uniminuto-my.sharepoint.com/:w/g/personal/jonathan_pinto_uniminuto_edu/ESMUDL3Ho8xMg8orYe5-sbkBJvoUF80ARunqWnPk-ogCFw?e=839Ncv)
- Rivas, J. (2020). Gestión de información institucional en los estudiantes del Programa Tecnología en Comunicación Gráfica del Centro de Operación San Camilo, Rectoría Bogotá Sede Principal – Uniminuto, a través de una estrategia de comunicación interna. Ponencia presentada ante el Octavo Encuentro Institucional y Séptimo Distrital de Semilleros de Investigación. Bogotá, Colombia.
- Túñez, M. (2008). *Guía Didáctica de Comunicación*. Universidad Técnica Particular de Loja. Ecuador

**Abstract:** For this proposal of writing that is postulated for the Forum of Innovative Chairs and Latin American Congress of Teaching of Design that will be carried out in the frame of the International Week of the Design, activity promoted by the University of Palermo in Buenos Aires - Argentina, it is presented what has been the experience of an academic exercise of strengthening the management of internal communications from the subject Corporate Communication that is studied in the last semester of the program Technology in Graphic Communication of the University Corporation Minuto de Dios, Bogota - Colombia. In this teaching practice, the process of creating the strategy is detailed.

**Keywords:** Internal communication - management - creative - evaluation - academic exercise

**Resumo:** Para esta proposta de redação que é postulada para o Fórum de Cátedras Inovadoras e Congresso Latino-americano de Design Docente a ser realizado no âmbito da Semana Internacional do Design, atividade promovida pela Universidade de Palermo em Buenos Aires - Argentina, é apresentada o que tem sido a experiência de um exercício acadêmico de fortalecimento da gestão da comunicação interna do tema Comunicação Corporativa que é estudado no último semestre do programa Tecnologia em Comunicação Gráfica da Corporación Universitaria Minuto de Dios, Bogotá - Colômbia. Esta prática de ensino detalha o processo de criação da estratégia.

**Palavras chave:** comunicação interna - gestão - criativo - avaliação - exercício acadêmico

(\* **Jorge Luis Yanastacy Rivas Zurita:** Comunicador social con énfasis en Periodismo. Magíster en Comunicación Corporativa. Locutor profesional. Poseo experiencia docente de más de 8 años en Venezuela y Colombia y más de 14 años de experiencia profesional como reportero, coordinador y gerente de medios de comunicación y departamentos de comunicación corporativa en varias instituciones.