

Área 1: La comunicación universitaria como estrategia para la distribución social del conocimiento científico-tecnológico y de las culturas científica y humanística

**Título: Necesidad de la resignificación de la comunicación universitaria en el marco de la Sociedad del Conocimiento.**

Autor: Gabriela Amalia Bergomás, profesora en Ciencias de la Educación. Secretaria de Extensión Universitaria y Cultura de la Universidad Nacional de Entre Ríos. Argentina.

Correo e.: [bergomasg@rect.uner.edu.ar](mailto:bergomasg@rect.uner.edu.ar) // [gabrielabergomas@yoahoo.com](mailto:gabrielabergomas@yoahoo.com)

Palabras clave: Sociedad del Conocimiento-apropiación social del conocimiento-comunicación universitaria.

### **Need for a new meaning in university communication in the framework of the Society of Knowledge.**

In the face of the processes in the construction, circulation, appropriation and validity of knowledge, the university is strongly demanded by society to give other answers and other forms of communication with the different people involved, which permit to reach higher social relevance of knowledge produced in them.

In addition, these changes have implied a review of the organizational, communicative and academic forms within university. These issues, among others, characterize the context of what today is known as "Society of the Knowledge".

In this framework, the role of university communication is renewed and takes the lead which results in overcoming the mere search of strategies. This tends to define and execute policies, orientated to strengthen and give a new meaning to the relationship between university and the social context, in view of a real social appropriation of its production and of its participation. All this should be carried out together with other people involved in these new ways of approaching knowledge.

In this paper, it is intended to characterize the different dimensions that at present distinguish University communication and its implication in the institutional and academic environment. These dimensions surpass the limits up-to-now related to a scientific diffusion and include the conditions for participation in the production processes and validity of knowledge, the study of the different forms of communication, the critical appreciation of the use of new technologies in communication and the information in these environments, the different options in the production of messages through different media, taking into account the specific qualities of the divergent ways of communication which exist today, as well as educational and communicative perspectives. Moreover, the inclusion of these contents has been suggested in the training of new professionals and its new meaning in every institutional practice related to the university environment.

## **Necesidad de la resignificación de la comunicación universitaria en el marco de la Sociedad del Conocimiento**

Ante los cambios en los procesos de construcción, circulación, apropiación y validación del conocimiento, la universidad se ve especialmente demandada por la sociedad y por la misma comunidad universitaria que le reclama otras formas de comunicación con los distintos actores, a fin de alcanzar una mayor pertinencia social de lo que en ellas se produce "... ya es un lugar común, casi universalmente aceptado, reconocer que en la segunda mitad del siglo XX se desarrolló y consolidó un nuevo tipo de sociedad: la llamada sociedad del conocimiento y la información, que ésta conlleva una economía que valoriza los conocimientos teóricos y aplicados, lo que hace imprescindible repensar el rol de las instituciones especializadas en la administración del conocimiento desde la sociedad y el estado." <sup>1</sup>

La universidad es la institución donde se producen, se contrastan y se fundamentan conocimientos a través de las comunidades científicas y profesionales, que toma especial relevancia en el marco de una sociedad que tiene al conocimiento como factor crítico para el desarrollo productivo y social. En esta denominada sociedad del conocimiento que se consolida a partir del protagonismo de las tecnologías de la comunicación y la información se han producido cambios importantes en los modos de transmisión y aprendizaje de prácticas y representaciones sociales, pero en forma vertiginosa y desigual.

"Las nuevas formas de producción del conocimiento involucran fundamentalmente a las universidades que son las instituciones de educación superior donde la investigación se ha configurado como parte de su misión. Estos cambios se orientan hacia el otorgamiento de una mayor importancia a la contextualización de los saberes producidos, o lo que se ha llamado *relevancia del contexto de aplicabilidad*... La explosión de la información requiere nuevas estrategias constructivas entre los que producen y aquellos que se apropian del conocimiento..." <sup>2</sup>

El modo de producción y de transmisión de conocimientos se está transformando rápidamente colocando en situaciones vulnerables a las estructuras académicas que se consolidaron en otros contextos históricos. En consecuencia, se hace necesaria una revisión de las formas organizativas, comunicativas y académicas en la institución universitaria.

En la universidad todo está vinculado a modelos de conocimiento "... desde el currículo hasta el perfil del docente, desde el sistema de gobierno hasta el modo de relacionarse con la sociedad." <sup>3</sup>

Aunque la Universidad es una institución centrada en el conocimiento no siempre hay equipos preparados para gerenciar la organización desde el punto de vista de la producción y transferencia de los conocimientos, teniendo en cuenta, además, que hay distintas formas de conocimiento, distintas maneras de entender la ciencia que no siempre se hacen explícitas ni se asumen como tales, pero están presentes en todas las funciones institucionales.

“...Hoy ya no podemos hablar de conocimiento, así casi con mayúsculas, como todavía se sigue haciendo. Hoy nos encontramos en el medio de una batalla feroz, apenas en su despunte, por desarrollar múltiples y diversos modelos de conocimiento...”<sup>4</sup>

Las políticas de conocimiento se definen en vista a las características de la institución universitaria y a su modo de articulación con la sociedad.

“La universidad, al mismo tiempo que se transforma, debe preservar lo mejor de su tradición, que es la dedicación al saber y a la diversidad que cabe en lo universal de su misión, desde una perspectiva humana, como clave ética de lo que ha sido su dinamismo. En este sentido, la relación de las instituciones educativas con la sociedad debe reformarse y plantearse en términos donde prevalezcan los valores académicos de la investigación y la docencia y no experiencias aisladas de extensión universitaria.

Para ser más productivas en su relación con la sociedad, las instituciones deben estar dispuestas a conocerse mejor y a evaluar ellas mismas el cumplimiento de sus responsabilidades frente a la sociedad. Una evaluación que no esté basada solamente en la eficiencia sino en la capacidad institucional para participar en la construcción de los nuevos cambios de largo alcance, de adoptar de manera ventajosa y crítica las nuevas tecnologías, al mismo tiempo que participar en su construcción y saber adaptarse a los nuevos procesos de cambio implicados en los nuevos conocimientos. Todo ello, en espacios estratégicos alimentados con la perenne ética de la justicia social.”<sup>5</sup>

## **Universidad, conocimiento y comunicación**

En la realidad de nuestras universidades, (a pesar de la especificidad de las instituciones universitarias) no hay una real valoración de los procesos que llevan al conocimiento ni del conocimiento que se produce en el ámbito de toda la institución, y que necesariamente no se relaciona con los sistemas de investigación científica.

Incluso podemos evidenciar esta desvalorización en uno de los ejes fundamentales de la actividad universitaria: la extensión universitaria, que es considerada como el ámbito de la aplicación, de la práctica y no tiene la jerarquía que de por sí reciben las actividades de investigación. El continuo reclamo de los protagonistas/actores de las políticas de extensión hacen explícita esta diferenciación. Ahora bien, consideramos que además de la investigación científica la universidad produce conocimientos en todos los ámbitos de su quehacer tanto el

académico como el de la extensión. Son distintos tipos de conocimientos y en cuanto tales tiene su fundamentación y su encuadre epistemológico. Extensión también implica investigación, hay intervenciones profesionales de altísimo nivel de desarrollo y modelos que transmiten métodos de investigación a los profesionales. En tanto la extensión no sea valorada como un espacio para la producción de conocimientos, la relación de la Universidad con la sociedad se vera obstaculizada y desvalorizada.

Consideramos que la Universidad en su conjunto debería incorporar como práctica institucionalizada el hacer explícito todo el conocimiento que se halla implícito en su quehacer específico. Por lo tanto, las políticas de conocimiento que las instituciones universitarias adopten estarán basadas en distintos modelos de conocimiento, que fundamentarán las distintas formas de articulación y comunicación con la Sociedad.

En este contexto, todas las prácticas institucionales en el ámbito universitario pasan a tener una especial implicación con las formas de comunicación que se apliquen, especialmente aquellas que tiendan a la apropiabilidad social del conocimiento.

“...La apropiabilidad social del conocimiento no es un proceso externo a los espacios de producción de esos conocimientos, es una de las dimensiones presentes desde el inicio de dicho proceso, además hay que tener en cuenta que este proceso se da en un determinado contexto histórico, y no puede analizarse con independencia de las determinaciones cognitivas, de las estructuraciones disciplinarias y de las tradiciones implicadas.”<sup>6</sup>

Por lo tanto, consideramos que se hace necesario revisar, resignificar e incluso transformar las formas de comunicación en la universidad. No alcanza con las estrategias, debemos plantear la necesidad de definir políticas que orienten las formas de comunicación, ya sea en el interior de la institución o en la relación con la sociedad. Superar el único objetivo profesionalista y analizar en forma continua y críticamente el contexto en el cual ésta se inserta como insumo fundamental para la toma de decisiones. Estas políticas construirán toda una definición institucional que implicará a la misma en todos sus ámbitos y traerá también nuevas formas de intercambio e intervención en el medio. Consideramos que la comunicación universitaria como objeto de estudio merece un profundo análisis en vista a su especial significación para la universidad actual. Tenemos que tomar conciencia del conocimiento que producimos, transmitimos, validamos y legitimamos en la universidad, esto nos lleva a redefinir las formas de comunicación y de articulación que tengamos con la sociedad.

## **Dimensiones de la comunicación universitaria**

Ante los cambios que nos propone el marco de la sociedad del conocimiento, consideramos que la comunicación universitaria se puede analizar desde distintas

dimensiones, que intentaremos caracterizar junto a sus implicaciones en el ámbito institucional y académico. Estas superan los límites hasta ahora relacionados con la divulgación científica, por ejemplo, para considerar un amplio espectro de posibilidades de comunicación, tanto con el medio como con los integrantes de la comunidad universitaria. Entre estas dimensiones podemos distinguir:

- Las formas y las condiciones de participación en los procesos de producción y validación del conocimiento. Existen hoy nuevas formas de participación en los procesos de construcción del conocimiento que posicionan a la Universidad como un actor más, en equipos interdisciplinarios y de conformación heterogéneas, en distintos espacios institucionales de la sociedad: relación con las ONG, municipios, consejos consultivos, etc., ámbitos donde en nuestro contexto no era usual la participación universitaria, que están implicando cambios en toda su estructura“ ...La configuración de diversos actores participando en la producción del conocimiento requerirá de formas organizativas horizontales, flexibles y transdisciplinarias...”<sup>7</sup> que favorezcan determinadas formas de comunicación, coherentes con las prácticas universitarias y los requerimientos de los demás actores sociales.
- La valoración crítica de la utilización de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En estos contextos, el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación no es valorado en su real dimensión. Las universidades siguen en el borde, sin profundizar su estudio, a fin de potenciar su uso en el contexto tanto social como institucional. Esto también se vincula a la falta de análisis y aceptación de las diversas formas de comunicación que existen a partir de las tecnologías y que condicionan las relaciones de la universidad con la misma comunidad universitaria, con la sociedad e incluso repercuten en los procesos de apropiación social del conocimiento.
- Las alternativas de producción de mensajes en distintos soportes, considerando las especificidades de la multiplicidad de lenguajes con los que hoy se cuenta para comunicar. Es imprescindible estudiar los distintos soportes y lenguajes con el objeto de producir materiales educativos orientados a los distintos destinatarios (alumnos, en su ámbito de formación y todos los actores sociales involucrados en los procesos de investigación, extensión y docencia). Los equipos de trabajo deberán ser capaces de procesar la información y traducirla a los soportes más adecuados, tratando de encontrar el equilibrio entre lo pedagógico y lo comunicacional.
- La perspectiva edu/comunicativa no debería separarse de ninguna de las prácticas universitarias, superando el reduccionismo de la comunicación a los medios de comunicación, y de la educación a las instituciones de enseñanza.
- Además, se propone la incorporación de estos contenidos vinculados a la comunicación universitaria en la formación de los nuevos profesionales, y su resignificación en todas las prácticas institucionales vinculadas al ámbito

universitario. Cuando proponemos la incorporación de estos contenidos en los ámbitos de formación, nos referimos a que además de recibir los contenidos específicos de su disciplina, los estudiantes incorporen el análisis de las prácticas comunicativas de las mismas, la capacidad para la caracterización de los distintos destinatarios, así como la posibilidad de ser reales interlocutores de los actores sociales, entre otros. El estudio de la comunicación y la objetivación de los procesos comunicativos que se dan dentro y fuera de la institución universitaria, nos dará una mayor conciencia del protagonismo de la comunicabilidad como eje de la consolidación institucional, académica y organizacional.

Tomando en cuenta las distintas dimensiones de la comunicación universitaria es que propiciamos su estudio, análisis y articulación con todos los ámbitos de la institución universitaria, a través de la explicitación de políticas. Estamos ante un gran desafío dado la amenaza de perder la autonomía frente al embate del mundo globalizado que nos reclama por la falta de definiciones y avanza en la consideración de la educación superior no como un bien público, sino como un servicio comercial. Además, y en forma sutil, los grandes y poderosos grupos económicos conscientes de la importancia de las universidades como ámbitos de producción y circulación del conocimiento, intentan sobornarlas con atractivos servicios y propuestas de actualización tecnológica, a cambio de obtener el manejo y distribución de toda la información que en ellas circula y, en especial, de sus estructuras comunicativas. Debemos estar atentos a esta coyuntura política para poder actuar y no ceder ante las presiones, otro desafío más para la comunicación universitaria.

## **Bibliografía**

**-AAVV:** Córdoba, eje XXI. La Universidad Pública en la respuesta Iberoamericana a la globalización. Universidad Nacional de Córdoba. Argentina. Córdoba, 2003.

**-Bates, A.:** Cómo gestionar el cambio tecnológico. Estrategias para los responsables de centros universitarios. Editorial Gedisa. Barcelona, 2001.

**-Bettetini, G., Colombo, F.:** Las nuevas tecnologías de la comunicación. Editorial Paidós. Barcelona, 1995.

**-Duart, J., Sangra, A.** (compiladores): Aprender en la virtualidad. Editorial Gedisa. Barcelona, 2000.

**-Entel, A.** Teorías de la comunicación. Fundación Universidad a distancia Hernandarias. Buenos Aires, 1994.

**-Freire, Paulo.** ¿Extensión o comunicación? la concientización en el medio rural. Siglo veintiuno editores. México, 1973.

**-García Guadilla, Carmen:** Conocimiento, educación superior y sociedad en América Latina. Centro de estudios del Desarrollo-CENDES. Editorial Nueva Sociedad-

**-Huergo, J.:** Comunicación/ educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. La Plata, 1997.

**-Kreimer, P.:** Conocimientos científicos y utilidad social. En Ciencia, Docencia y Tecnología. Universidad Nacional de Entre Ríos. Nº 26, Año XVI, 2003.

Conferencia: Qué conocimientos y para quién. Los dilemas de la ciencia en contextos periféricos. Jornadas de Difusión de proyectos de investigación y extensión. Paraná- 13 y 14 de Noviembre de 2003.

**-Morín, E., Ciurana, E., Motta R.:** Educación en la era planetaria. Editorial Gedisa. Barcelona, 2003.

**-Pardo, M. L. y Noblia, M. V.** Globalización y nuevas tecnologías. Editorial Biblos. Buenos Aires, 2000.

**-Péon, C.:** Los sistemas de Educación superior en la Sociedad del Conocimiento, en Políticas de Estado para la Universidad Argentina. Pugliese, J.C.: Editor. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Secretaría de Políticas Universitarias. Mayo 2003.

**-Pérez Lindo, A.:** Políticas del conocimiento, educación superior y desarrollo. Editorial Biblos. Buenos Aires.1998.

Gestión del conocimiento en la universidad: teorías y aplicaciones- Artículo.-curso IGLU-Cono Sur- 2004.

**-Pérez Tornero, J.:** Comunicación y Educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica. Editorial Paidós - Barcelona, 2000.

**-Perkins, D.** La escuela inteligente. Editorial Gedisa. Barcelona, 2001.

**-Samaja, J:** Sobre la ciencia, la técnica y la sociedad. Para pensar la nueva agenda de la educación superior en Ciencia Docencia y Tecnología. Universidad Nacional de Entre Ríos. Nº 27, año XIV, 2003.

**-Thomas, H. Kreimer P.:** La apropiabilidad social del Conocimiento Científico y Tecnológico. Una propuesta de abordaje Teórico- metodológico, en Panorama dos estudios sobre ciencia, tecnología e sociedades na América Latina. Renato Dagnino e Hernán Thomas (org. Cabral Editora e Livraria Universitaria). Sao Paulo, 2002.

## Notas

---

<sup>1</sup> Peón, César: Los Sistemas de Educación Superior en la Sociedad del Conocimiento, en Pugliese, J. C. Políticas de estado para la Universidad Argentina. Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología. Secretaría de Políticas universitarias. Mayo de 2003.

<sup>2</sup>García Guadilla, Carmen: Conocimiento, educación superior y América Latina, Centro de estudios del Desarrollo-CWENDES-Editorial Nueva Sociedad. 1996.

<sup>3</sup>Pérez Lindo, Agosto: Políticas del conocimiento, educación superior y desarrollo. Editorial Biblos. Buenos A, 1998.

<sup>4</sup> Fernández Hermana, Luis. Saber no va en canas. Editorial de la revista electrónica Enredando, febrero de 2002.

<sup>5</sup> García Guadilla, Op.Cit.

<sup>6</sup> Kreimer, Pablo. Conferencia Jornadas INEX, Universidad Nacional de Entre Ríos. Paraná 13 y14 de Noviembre de 2003.

<sup>7</sup> García Guadilla, C. Op. Cit.