

EL LUGAR DE LA COMUNICACIÓN EN LA COOPERACIÓN INTERNACIONAL EN FORMACIÓN VIRTUAL



ANTONIO MARÍN RUIZ
CEVUG. Universidad de Granada

Resumen

La Universidad Virtual de Túnez y la Universidad de Granada vienen desarrollando un proyecto de cooperación que, con la colaboración del AECID (Gobierno de España), plantea la posibilidad de establecer acuerdos estables en materia de formación virtual universitaria. La cuestión suscita la necesidad de analizar políticas y prácticas propias de entornos educativos y culturales diferentes que, no obstante, responden a las mismas necesidades sociales de orden académico, científico y de extensión social del conocimiento.

Este artículo aborda las condiciones que permitirían mantener una línea de comunicación corporativa estable, orientada a la cooperación académica en formación virtual universitaria en los ámbitos nacionales de las dos universidades citadas; así como los efectos de la cooperación en *eLearning* para extender su acción a otros entornos de sus respectivas áreas de internacionalización (África, Mundo Árabe, Iberoamérica y Unión Europea).

Palabras clave

Comunicación corporativa, universidad, cooperación internacional, *eLearning*.

1. Introducción: Proyecto AECID

Las universidades de Granada (UGR, www.ugr.es) y Virtual de Túnez (UVT, www.uvt.tn) han desarrollado a lo largo de 2012 el proyecto de colaboración «La formación virtual para el aprendizaje permanente e intercambio cultural en el Mediterráneo». Una acción de cooperación, posible gracias al apoyo de la española AECID (AP/038290/11) y del gobierno tunecino, que ha dado lugar a la firma de un convenio de colaboración entre las dos entidades académicas tendente a estudiar futuras acciones a través del Centro de Enseñanzas Virtuales de la Universidad de Granada y del Servicio de Investigación Científica, Cooperación Internacional y Evaluación de la Universidad Virtual de Túnez. En concreto, de acuerdo con el proyecto y convenio citados, el objetivo principal de la acción es realizar los estudios conducentes al desarrollo de líneas de colaboración en innovación educativa y aprendizaje *on line*. Propósito éste que no se revela excesivamente ambicioso gracias al desarrollo de las TIC y a la naturaleza de ambas instituciones, como se verá más adelante; y ello a pesar del contexto de crisis nacionales e internacionales, que afectan de modo bien conocido a Túnez y a España.

2. Contextos universitarios UGR y UVT

El proyecto AP/038290/11 parte de la descripción de una realidad tecnológico-educativa relativamente reciente: «El impacto de las TIC en nuestras sociedades cobra una importancia cada vez mayor para la formación en general y la formación universitaria en particular, como revela el hecho de que la práctica totalidad de los

centros de educación superior y de investigación cuentan ya con servicios de formación virtual, repositorios *ad hoc*, sistemas de videoconferencia/videoclase, etc.»

En este contexto, la UVT y la UGR cuentan con experiencia acreditada en formación virtual, en el marco de sus respectivos ámbitos de actuación:

- La UVT, como institución que atiende las necesidades de la formación virtual impartida por el conjunto del sistema universitario tunecino: Université de Carthage, Université de Gabès, Université de Gafsa, Université de Jendouba, Université de Kairouan, Université de la Manouba, Université de Monastir, Université de Sfax, Université de Sousse, Université de Tunis, Université de Tunis El Manar y Université Ez-Zitouna. Túnez, por otra parte, representa un espacio privilegiado en el contexto internacional, por tratarse de un país de referencia para la cooperación regional con estados africanos y del Mundo Árabe.
- La UGR, a través de su Centro de Enseñanzas Virtuales, atiende las necesidades de formación *on line* de sus estudios de grado y postgrado (más de 70.000 alumnos) y de empresas a través de la Fundación General UGR-Empresa, así como de otras universidades andaluzas a través del Campus Andaluz Virtual. La Universidad es, por otra parte, miembro del más selecto club de universidades europeas (Grupo Coimbra) e iberoamericanas (AUIP) y, como dato elocuente, la Universidad europea que recibe el mayor número de estudiantes Erasmus (más de 2.000).

UVT y UGR, por otra parte, dan cabida a formación en prácticamente todas las áreas de conocimiento en

IV. Nuevas tendencias

Artes y Humanidades, Ciencias, Ciencias de la Salud, Ciencias Sociales y Jurídicas e Ingeniería y Arquitectura; y es ello posible gracias a medios tecnológicos que fácilmente pueden dar lugar a un espacio educativo virtual común, a través sistemas de videoconferencia, emisiones en directo, vía *streaming*, de conferencias, seminarios, o reuniones, el uso compartido de repositorios de imágenes, etc. Un espacio que permitiría, además, maximizar las sinergias de las dos universidades, y llegar con su oferta formativa a centros de la educación superior con los que ya se viene colaborando en las áreas geográficas citadas como de principal actuación de cada una: África y Mundo Árabe, de un lado, e Iberoamérica y Unión Europea, de otro.

Señalado lo anterior en el «haber» del despliegue del proyecto que describe este trabajo, el hándicap fundamental con el que se encontrará el proyecto de cooperación no serán, sin embargo, tanto las dificultades derivadas de las crisis actuales, de entornos idiomáticos diversos o de complejidad de llegar a acuerdos en programas conjuntos de formación, sino, a nuestro juicio, de «cultura» universitaria respecto a los usos de internet.

3. Universidad 1.0 a universidad 2.0: el lugar del usuario

Las universidades de todo el mundo, a poco que contasen con acceso a redes de comunicación, por básicas que fueran, y con servicios de informática mínimamente dotados, acogieron pronto la novedad que supuso la aparición de Internet. Así, desde mediados de los pasados años 90 empezaron a aparecer publicadas las páginas oficiales de las universidades de

todo el mundo, españolas y tunecinas entre ellas. Se trató de un proceso que se desarrolló con rapidez, a pesar de la dificultad que implicaba trasladar a Internet la complejidad organizativa universitaria.

En el caso de España, no es de extrañar, por cuanto la web 1.0, como señala Pedreño:

[...] se adaptaba bien al modelo de universidad vigente. Requería pocas reformas. No alteraba el status quo de prácticamente nada y nos daba una buena imagen relacionada con la tecnología y la modernidad. Y, lo más significativo, se hizo cómplice de nuestras limitaciones.¹

De ahí que el conjunto de los elementos que conforman la estructura universitaria (centros, departamentos, institutos servicios, etc.) crearan muy pronto sus propias páginas web. El crecimiento fue rápido y desordenado, debido a dos razones fundamentales:

- Las universidades son instituciones muy descentralizadas y apegadas a una tradición en la que, como se señaló, la web 1.0 era fácilmente integrable por una estructura muy compleja;
- era muy difícil y costoso llegar a toda la organización, por lo que no resultaba posible atender la urgencia de hacer acopio de la información, organizarla y trasladarla a la Red.

1. Ver en «¿Qué puede ser la Universidad 2.0?: visión y estrategias de actuación» en *Utopías y realidades*, blog de Andrés Pedreño. Vídeo recuperado de <http://utopias-realidades.blogspot.com.es/2009/08/universidad-20.html> [Consultado el 15 de diciembre de 2011]

IV. Nuevas tendencias

En esencia, la secuencia fue la siguiente:

- Los servicios de informática crearon las primeras «home» y habilitaron los medios necesarios para trasladar a la red los costosos folletos, memoria, informe, dossier, CD...; tarea ésta de la que se habían de ocupar las propias instancias descentralizadas (servicios centrales, departamentos, centros, institutos y grupos de investigación, etc.) que serían enlazadas desde la página principal.
- La *moda* y el reconocimiento de la utilidad de la nueva tecnología de la comunicación obligaron poco a poco a actuar a todos los responsables de esas instancias internas universitarias y no faltaron *iniciados*, aficionados o *locos* por la novedad que se ofrecieron a trasladar a la Red la información con la que ya se contaba.
- Cuando menudeaban los voluntarios, el costo de crear una web era muy alto, por lo que se empeñaron muchos esfuerzos en aprovechar la inversión para generar lo que se entendía entonces como una buena web (un magnífico folleto o escaparate).
- Pronto resultó evidente el desahogo que significaba Internet para una parte importante de la gestión administrativa; ya que su aparición coincidió con un momento de crecimiento acelerado en las universidades tradicionales (en número de personas, estudios y servicios) y del nacimiento de otras nuevas, al tiempo que la complejidad burocrática amenazaba la capacidad de atender e informar a los públicos internos y externos.
- Internet, finalmente, no planteaba la necesidad de realizar cambios sustanciales en el funciona-

miento cotidiano de las universidades (no en lo académico, en la gestión, en la dirección política o en las relaciones entre los públicos internos o con los externos).

- Pero Internet mostró también sus posibilidades para la formación virtual y de nuevas formas de comunicar en el seno de las universidades, y eso sí alteraba el orden de las cosas.

Los servicios centrales de las universidades abordaron la reorganización de internet dentro de los primeros años de la pasada década, a fin de maximizar la utilidad de la web, asegurar los servicios de información y de gestión administrativa y académica, garantizar la unidad de imagen institucional, asegurar la protección de datos, cumplir con las normativa legal que sobre accesibilidad iban apareciendo, etc. En la actualidad, el desarrollo de internet se ha estancado en la mayoría de las instituciones educativas públicas, y lo ha hecho en una función avanzada de folleto/formulario/diario digital que responde a los sistemas docentes y administrativos vigentes, propios de la web 1.0.

Sin embargo, la Red ha seguido planteando novedades de una manera acelerada, en lo que ha acabado por definir una nueva cultura comunicativa. Se ha producido un crecimiento enorme tras la aparición de las redes sociales y de su extensión en un contexto en el que el acceso tiende a la gratuidad (en los campus universitarios es gratuito), las tecnologías son más baratas o sencillamente gratuitas (ordenadores, *smartphone*, *software*, almacenamiento de información, etc.) y el usuario ha pasado a tomar la iniciativa frente a las organizaciones.

Las universidades no acaban de sacar provecho de esta situación y en ellas, además, se constata la

IV. Nuevas tendencias

persistencia de una brecha digital entre el alumnado y el profesorado, de un lado, y un empuje interno y externo que fuerza a adoptar nuevos instrumentos de información y de comunicación. Así ha sucedido con blogs, Facebook, Tuenti, Twitter, Youtube o canales RSS, si bien concebidos más como canales de información que de comunicación/diálogo.

En esta línea, la coincidencia en la necesidad de cambio de la cultura universitaria en España, aprovechando las posibilidades de la web 2.0, es planteada por diversos especialistas con amplia experiencia en la gestión universitaria. Al ya citado caso de Pedreño, cabría sumar, por ejemplo, los de los profesores Llorens (presidente de la comisión sectorial de la CRUE para las TIC), de Aguilera (exvicerrector de la Universidad de Málaga) o Fernández Beltrán (director de Comunicación de la Universitat Jaume I).²

Pedreño (2009) y Llorens (2012) apuntan la necesidad de que la docencia y la investigación se beneficien de los cambios 2.0 como fuente de eficiencia para el progreso de la universidad. Pedreño formula una novedosa definición³ de lo que habría de ser la Universidad 2.0 y un decálogo para su desarrollo en

2. Marín Ruiz, Antonio (2012). Retos de los servicios de comunicación ante la Universidad 2.0. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, n.º 4. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación *adComunica*.

3. La definición figura en el texto citado más arriba, en la nota 1: «una universidad académicamente emprendedora, capaz de integrar tecnologías y aplicaciones web 2.0 en todas sus actividades universitarias, especialmente la docencia y la investigación, y decidida a implementar entre sus colectivos la filosofía innovadora y creativa definitoria de la web 2.0».

las universidades, que incide en la mentalización del profesorado, el libre acceso al conocimiento, la creación de redes abiertas para el profesorado o la revisión de los modelos docente y de evaluación del alumnado.

Aguilera (2010) y Fernández (2011) abordan la cuestión 2.0 desde la perspectiva de la comunicación corporativa, concebida como elemento estratégico que atraviesa transversalmente la vida universitaria. En este sentido, el urgente cambio de cultura digital se fundamentaría en el reconocimiento de que las herramientas 2.0 ofrecen a las instituciones universitarias nuevos instrumentos para abrirse al entorno y ofrecer información de interés público, así como de conocer mejor los públicos internos y externos para conseguir la máxima eficacia institucional.

4. Comunicación interna y externa

La cita de los expertos que apuntan al uso docente de la red o a su potencial comunicador ejemplifican un creciente movimiento⁴ que destaca a internet como espacio ya integrado de manera creciente en la cultura del estudiante universitario («nativos digitales») frente a una mayoría de académicos y administradores que no acaban de asumir los cambios producidos derivados de la red 2.0. Es éste, precisamente, el horizonte en el que se inscriben, imparable, el *eLearning* y la información/comunicación vía internet; máxime cuando la experiencia y las tecnologías que hacen

4. Ejemplo de él es el *Manifiesto Cluetrain*, de Levine, Locke, Searls y Weinberger (1999).

IV. Nuevas tendencias

posibles las garantías de calidad de la formación y de una comunicación focalizada a usos universitarios son un hecho. Ahora bien: ¿Es esto reconocido por la administración universitaria? ¿Está integrado en su actividad docente? Aún no, sí apelamos a los postulados de Pedreño anteriormente citados, sí o en camino para el caso de que se cuente con la realidad del crecimiento continuo de la formación *on line* universitaria⁵ o de la extensión de las redes sociales en las universidades españolas⁶.

El proyecto «La formación virtual para el aprendizaje permanente e intercambio cultural en el Mediterráneo» es un caso tipo de las consecuencias obligadas de la integración de internet 2.0 en las universidades. Y ello, además, en un contexto como el español en el que los cambios hacia la web 2.0 vienen condicionados por un competitivo entorno universitario nacional e internacional, los compromisos con el EEES, el panorama nacional de crisis económica e institucional o la creciente demanda social a la universidad pública de que rinda cuentas de su quehacer y se implique más con la marcha general del país.

¿Qué hacer en el seno de la universidades en favor de la asunción de los cambios culturales derivados de la extensión de internet, la necesidad de crecer en la oferta formativa en *eLearning*, de abrirse a la cooperación internacional en formación virtual...? La

5. UNIVERSITIC 2011. Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE). Madrid.

6. Rodríguez Ruibal, A. y Santamaría Cristino, P. (2012) Análisis del uso de las redes sociales en internet: Facebook y Twitter en las Universidades españolas. *Icono14* 10(2), 228-246, doi: 10.7195/ri14.v10i2.198

respuesta a estas preguntas puede ser la ya típica, que aboga por más y mejor información; pero se caería así justo en lo que se ha criticado en este texto, en quedarse en el 1.0-información en lugar de asumir 2.0-comunicación. La respuesta es doble: comunicación interna y comunicación externa.

En primer lugar, comunicación en el seno de las propias comunidades universitarias, en las que se ha de producir el diálogo crítico entre detractores y partidarios del uso docente de las TIC, particularmente de internet; siendo como está siendo un diálogo que nunca se plantea en términos de blanco y negro, sino de utilidad, de oportunidad, de herramientas y, especialmente, de calidad; y en este libro se ofrecen ejemplos de la extensión de repositorios, plataformas virtuales de formación y servicios tan extendidos como SWAD.

En segundo lugar, en el caso del proyecto AECID, comunicación para el acuerdo sobre las condiciones para una apuesta clara por el *eLearning*, un diálogo con los públicos externos a la propia universidad, nacionales e internacionales, capaz de generar las sinergias a las que se refiere el proyecto UGR-UVT y de ofrecer y hacer atractiva su oferta formativa entre los demandantes de formación universitaria de las áreas geográficas citadas.

5. Conclusiones

En síntesis, podemos concluir destacando algunas urgencias comunicativas en favor de la extensión de la formación virtual:

- La urgencia de comunicar para destacar las fortalezas de la formación virtual, y hacerlo en

IV. Nuevas tendencias

la voz de los docentes y los alumnos; de los de las propias universidades y a partir de las experiencias de otros.

- La urgencia de reconocer los logros ya obtenidos por la formación virtual en general y de la universitaria en particular, así como de las posibilidades que ofrece en un entorno nacional e internacional de crisis que pone nuevas barreras a la formación de estudiantes de grado y de postgrado, al tiempo que abre oportunidades de expansión de la oferta docente evitando las limitaciones de la distancia geográfica o (vía cooperación como pa propuesta en el proyecto AP/038290/11) o idiomática.
- Intercambiar información sobre las novedades en formación virtual; no sólo de la oferta, sino especialmente de los nuevos instrumentos de formación y calidad, de la opinión y de los conocimientos de estudiantes y profesores, de las políticas en formación virtual, etc.
- Diferenciar bien entre los públicos que pueden verse influidos por o influir en las universidades (*stakeholders*), y hacerlo para conseguir que la comunicación interna (en el seno de las propias instituciones académicas y entre todos sus colectivos), y la comunicación externa (local, nacional e internacional) permitan actualizar constantemente los conocimientos sobre qué está pasando en formación virtual, cómo la perciben y qué opinan los públicos y cómo actuar desde las universidades.

Las iniciativas como *eMadraza*, citada en este libro, la creación de perfiles sociales *ad hoc*, o la participación en foros y proyectos nacionales e internacionales son

parte de la solución al problema comunicativo descrito; queda mucho por caminar, no obstante, en comunicación interna, en ofrecer y recibir información de los públicos de las propias instituciones académicas para desbrozar el camino de la extensión de la formación virtual. Y es en este punto en el que, posiblemente, hayamos llegado ya a describir más que a esbozar la necesidad de abordar una personalización de la información para la comunicación significativa para cada público, interno o externo, con el que se pretende dialogar en formación virtual: la comunicación de la internet 3.0.

Referencias

- Aguilera Moyano, Miguel (2010). «La comunicación universitaria». Revista *Icono* 14. Año 8, vol. 2. Madrid: pp. 90-124. <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3301663.pdf> [Consultado el 15 de diciembre de 2011]
- Fernández Beltrán, Francisco (2011). *Comunicación interna 2.0. La gestión de portales corporativos y redes sociales*. Madrid. Ed. Ciencias Sociales.
- Fernández Martínez, Antonio y Llorens Largo, Faraón (2011). Gobierno de las TI para universidades. Madrid: Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE). http://www.crue.org/export/sites/Crue/Publicaciones/Documentos/GobiernoTI/gobierno_de_las_TI_para_universidades.pdf [Consultado el 11 de agosto de 2012]
- Levine, Locke, Searls y Weinberger (1999). «Manifiesto Cluetrain». En <http://www.cluetrain.com> [Consultado el 15 de diciembre de 2012]
- Marín Ruiz, Antonio (2012). «Retos de los servicios de comunicación ante la Universidad 2.0». En:

IV. Nuevas tendencias

adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, n.º 4. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, X-X. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2012.3.X> [Consultado el 20 de diciembre de 2012]

Pedreño Muñoz, Andrés (2010): *¿Qué puede ser la Universidad 2.0?: visión y estrategias de actuación*. <http://utopias-realidades.blogspot.com.es/2009/08/universidad-20.html> [Consultado el 15 de octubre de 2012]

Rodríguez Ruibal, A. y Santamaría Cristino, P. (2012). «Análisis del uso de las redes sociales en internet: Facebook y Twitter en las Universidades españolas». *Icono 14* 10 (2), 228-246, doi: 10.7195/ri14.v10i2.198

UNIVERSITIC 2011. Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE). Madrid.