

En Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad



Tecnológico
de Antioquia
Institución Universitaria
VIGILADA MINEDUCACIÓN

ENE - JUN 2020
Medellín - Colombia

ISSN 2346-3279

12 Volumen 8

Créditos de fotografías e ilustraciones

La Revista En-Contexto hace un reconocimiento al talento artístico de estudiantes y profesores participantes de los talleres de pintura del programa de Fomento Cultural del Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria y de programas similares en universidades participantes de la red REDITORES, al seleccionar sus obras para ilustrar la portada, contraportada, guardas internas y páginas que sin esta propuesta quedarían en blanco, para exaltar el patrimonio pictórico de las artes plásticas de Antioquia y Colombia en la mano de las nuevas generaciones. Una forma de contribuir a la divulgación del patrimonio y de hacer memoria del conocimiento y de la investigación en ciencias económicas de la mano del arte.



En Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad



**Tecnológico
de Antioquia**
Institución Universitaria

VIGILADA MINEDUCACIÓN

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas



Research and Enterprise Development



Observatorio

Público

Grupo de Investigación

Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas



ESTUDIOS

INTERNACIONALES

Grupo de Investigación

En-Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

ISSN: 2346-3279

Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria, 2020

Dirección editorial, Yuliana Gómez Zapata - Grupo de Investigación Observatorio Público

Dirección de edición y calidad, Mauricio Osorno Gallego

Asesoría técnica, Andrés Felipe Borrás Álvarez

Asistencia administrativa, María Yuliana Agudelo Úsuga

Edición y corrección de textos, Jeferson García

Traducción al inglés, Jennifer Andrea Vélez Bedoya

Traducción al portugués, Andrés Felipe Borrás Álvarez



Portada: Plenitud azul, Juan Fernando Gómez, óleo con espátula, 2014.

Portada interna: Panorámica Campus Robledo, Tecnológico de Antioquia, 2019.

Institución editora

Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Grupo de Investigación Observatorio Público
Calle 78B 72A - 220, Medellín, Colombia, Suramérica
PBX: (+57 4) 444 3700 ext.: 2139
encontexto@tdea.edu.co
<http://ojs.tdea.edu.co>

Diseño, diagramación e impresión

Divegráficas S.A.S.

divegraficas@gmail.com

Suscripción y canje

Coordinación de la Revista En-Contexto • encontexto@tdea.edu.co • (+57 4) 444 3700 ext.: 2139

Grupo Investigación Observatorio Público: observatoriopublico@tdea.edu.co

Los artículos publicados en esta revista incorporan contenidos derivados de procesos de investigación y reflexión académica, y no representan necesariamente los criterios institucionales del Tecnológico de Antioquia. Los contenidos son responsabilidad exclusiva de los autores, y cualquier observación o cuestionamiento sobre la originalidad de los textos puede ser notificada al correo electrónico de la revista encontexto@tdea.edu.co y a los autores. El Tecnológico de Antioquia autoriza la reproducción total de los textos con fines exclusivamente académicos, dando estricto cumplimiento a las normas de referenciación bibliográfica en favor de los autores y de la institución editora. Cualquier uso diferente requerirá autorización escrita de la dirección-edición, y su omisión inducirá a las acciones legales dispuestas por las leyes nacionales e internacionales sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Hecho en Colombia.

En-Contexto

Administration, Accounting, Economics and Society Research Journal

ISSN: 2346-3279

Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria, 2020

Editorial Director: Yuliana Gómez Zapata - Public Observatory Research Group

Editing and Quality Director: Mauricio Osorno Gallego

Technical Consultant: Andrés Felipe Borráez Álvarez

Administrative Assistant: María Yuliana Agudelo Úsuga

Editor and Proofreader: Jeferson Garcia

Translator into English, Jennifer Andrea Vélez Bedoya

Translator into Portuguese, Andrés Felipe Borraez Álvarez



Front cover: Plenitud azul, Juan Fernando Gómez, oil with palette knife, 2014.

Inside front cover: Panoramic Robledo Campus, Tecnológico de Antioquia, 2019.

Publishing Institution

Tecnológico de Antioquia, Institución Universitaria

Administrative And Economic Sciences College

Public Observatory Research Group

Calle 78 B 72 A - 220, Medellín, Colombia, South America

PBX: (+57 4) 444 3700, ext.: 2139

encontexto@tdea.edu.co

<http://ojs.tdea.edu.co>

Design, Layout and Printing

Divegráficas S.A.S.

divegraficas@gmail.com

Subscription and international exchange

Please contact the Editorial Direction of the journal at: encontexto@tdea.edu.co

Editorial management site: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

Telephone: (+57 4) 444 3700 ext.: 2139

The articles published in this journal present content derived from academic research and reflection. They do not necessarily represent Tecnológico de Antioquia's institutional criteria. The authors are solely responsible for the content of their articles, and any observation or question about the originality of the texts may be directed to the journal's e-mail encontexto@tdea.edu.co, and the authors. Tecnológico de Antioquia authorizes total reproduction of the texts for purely academic purposes as long as the authors and publishing institution are duly referenced. Any other use of the texts will require written authorization from the Direction-Editing sections. Failure to comply with this will result in the legal proceedings set out by national and international laws about intellectual property and copyright.

Made in Colombia.

En-Contexto

Revista de Investigación em Gestão, Contabilidade, Economia e Sociedade

ISSN: 2346-3279

Tecnológico de Antioquia - Instituição Universitária, 2020

Direção editorial, Yuliana Gómez Zapata - Grupo de Pesquisa Observatório Público

Edição e qualidade, Maurício Osorno Gallego

Assessoria técnica, Andrés Felipe Borraez Alvarez

Assistência administrativa, María Yuliana Agudelo Úsuga

Edição e revisão de textos, Jeferson García

Tradução para Inglês, Jennifer Andrea Vélez Bedoya

Tradução português, Andrés Felipe Borraez Álvarez



Página Principal: Plenitud azul, Juan Fernando Gómez, óleo com espátula, 2014.

Cobertura Interna: Campus Panorâmica Robledo, Tecnológico de Antioquia, 2019.

Publishing Institution

Tecnológico de Antioquia – Institución Universitaria

Faculdade de Administração e Ciências Econômicas

Grupo de Pesquisa Observatório Público

Street 78B 72A - 220, Medellín, Colômbia, América do Sul

PABX: (+57 4) 4443700 Ext: 2139

Encontexto@tdea.edu.co

<http://ojs.tdea.edu.co>

Design, layout e impressão

Divegráficas S.A.S.

Divegraficas@gmail.com

Subscrição e resgate

Coordenação do magazine • En-Contexto • encontexto@tdea.edu.co • (+57 4) 4443700 Ext: 2139

Grupo de Pesquisado Observatorio Público: observatoriopublico@tdea.edu.co

Os artigos publicados nesta revista incorporam conteúdos derivados de processos de pesquisa e reflexão acadêmica, e não representam necessariamente os critérios institucionais do Tecnológico de Antioquia. Os conteúdos são de responsabilidade exclusiva dos autores e Qualquer observação ou questionamento sobre a originalidade dos textos pode ser notificado para o correio eletrônico da revista encontexto@tdea.edu.co e os autores. O Tecnológico a Antioquia autoriza a reprodução total de textos para fins exclusivamente acadêmicos, dando cumprimento rigoroso das normas bibliográficas de referência a favor dos autores e de a instituição editorial. Qualquer uso diferente exigirá autorização escrita da diretoria, e sua omissão induzirá as ações legais previstas pelas leis nacionais e acordos internacionais sobre propriedade intelectual e direitos autorais.

Feito na Colômbia.



Lorenzo Portocarrero Sierra

Rector • Chancellor • Reitor

Andrea Aguilar Barreto

Vicerrectora Académica • Academic Vice-President • Vice-reitor Acadêmico

Fabio Alberto Vargas Agudelo

Director de Investigación • Director of Research • Diretor de Pesquisa

José Albán Londoño Arias

Decano Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Dean Administrative And Economic Sciences College
Reitor da Faculdade de Ciências Administrativas e Econômicas

Yuliana Gómez Zapata

Líder Grupo Investigación Observatorio Público
Leader Public Observatory Research Group
Líder do Grupo de Pesquisa do Observatório Público

En Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Comité Editorial • Editorial Committee • Comitê Editorial

PhD. Ángel Emilio Muñoz Cardona
Escuela Superior de Administración Pública
Colombia
angelemil@gmail.com

Dr. Jorge Anibal Restrepo Morales
Tecnológico de Antioquia
Colombia
jrestrepo@tdea.edu.co

MSc. Carlos Mario Ospina Zapata
Universidad de Antioquia
Colombia
cmospinaz@gmail.com

Dr. Jorge Enrique Gallego Vásquez
Corporación Universitaria Minuto de Dios
Colombia
jegv64@hotmail.com

Dr. Guillermo Celso Oglietti
Universidad Nacional de Río Negro
Argentina
goglietti@gmail.com

PhD. Mohammad Nurunnabi
Prince Sultan University
Arabia Saudi
mnurunnabi@psu.edu.sa

MSc. Héctor José Sarmiento Ramírez
Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
Colombia
teuken-bidikay@elpoli.edu.co

Comité Científico • Scientific Committee • Comitê Científico

Dr. Roque Moreno Fonseret
Universidad de Alicante
España
roque.moreno@ua.es

Dra. María del Carmen Rodríguez
Universidad de Buenos Aires
Argentina
irodera@econ.uba.ar

Dr. Gerardo Romo Morales
Universidad de Guadalajara
México
gerardo.romo@gmail.com

Dr. Mauricio Gómez Villegas
Universidad Nacional de Colombia
Colombia
mgomezv@unal.edu.co

PhD. José Manuel Canales Aliende
Universidad de Alicante
España
jm.canales@ua.es

Dirección Editorial • Editorial Direction • Direção Editorial

MSc. Yuliana Gómez Zapata
Tecnológico de Antioquia, Colombia
Grupo Investigación Observatorio Público
encontexto@tdea.edu.co

Comité Arbitral • Arbitration Committee • Comitê de Arbitragem

Para la edición: volumen 8, número 12 de 2020

For the edition: volume 8, number 12 of 2020

Para a edição: volume 8, número 12 de 2020

Alejandro Zuluaga Cometa <i>Alcaldía de Medellín Colombia Alejandrocometa@gmail.com</i>	Luis Javier Durango <i>Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA Colombia ing.ljdurango@misena.edu.co</i>
Carlos Mario Patiño González <i>Universidad de Antioquia Colombia patinogcarlosmario@gmail.com</i>	María Gardenia Zapata Montoya <i>Tecnológico de Antioquia Colombia gardeniazapata@hotmail.com</i>
Jorge Enrique Gallego Vásquez <i>Corporación Universitaria Lasallista Colombia jegov64@hotmail.com</i>	Óscar Gonzalo Giraldo <i>Institución Universitaria ESUMER Colombia ogiraldo@esumer.edu.co</i>
Jorge Fernando García <i>Universidad Santo Tomás Colombia jorge.garciac@usantotomas.edu.co</i>	Robinson Garcés Marín <i>Universidad EIA Colombia robinalgarcés@gmail.com</i>
Juan Gabriel Jaramillo <i>Tecnológico de Antioquia Colombia cpm.tdea@tdea.edu.co</i>	Rodrigo Andrés Álvarez Galíndez <i>Red Interuniversitaria por la Paz - REDIPAZ Colombia an5.rodrigo@gmail.com</i>
Luis Enrique Ortíz Ospina <i>Institución Universitaria ESUMER Colombia envosalta@gmail.com</i>	Yudi Amparo Marín <i>Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid Colombia yamarin@elpoli.edu.co</i>



Mural Biblioteca Humberto Saldarriaga Cardona
Tecnológico de Antioquia
Autor: Juan Fernando Foronda
Año: 2010

Contenido

- 17 | Presentación
- 27 | Red Colombiana de Editores y Revistas Contables
REDITORES
- 37 | Editorial
Redes Colaborativas. Una posibilidad de movilizar
el conocimiento desde la solidaridad
Yuliana Gómez Zapata

Administración y Gestión

- 47 | Aproximación a la comprensión del gerenciamiento
de proyectos públicos
Carlos Alberto Restrepo Carvajal
- 69 | De los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM)
a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS):
una oportunidad para la educación sostenible
con perspectiva de géneros
Ángela María Botero Pulgarín
- 93 | El contenido digital en las administraciones locales: condiciones
ontológicas y organizativas para su creación y gestión
Sergio Jiménez Merono
- 115 | Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad:
ventajas y desventajas
Yaritza Alejandra Murrieta Saavedra
Eneida Ochoa Ávila
Blanca Carballo Mendívil

Economía y Finanzas

- 135 | Ventaja competitiva de intel en el segmento de los
microprocesadores
Laura Melina Rodríguez
José G. Vargas Hernández

Estado y Política

- 155 | El meme como práctica, expresión y manifestación artística,
cultural y comunicacional de los jóvenes en la actualidad,
caso Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico
Colombiano Jaime Isaza Cadavid
John Fredy Vergara Vélez
José Santiago Correa Cortés
- 175 | ¿Preparados para las Fake News? Un estudio exploratorio
de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia
Semillero de investigación en Geopolítica
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Tecnológico de Antioquia

207 **Indicaciones para los autores**

221 **Código de ética**

Contents

- 20 | Presentation
- 30 | Colombian Network of Accounting Editors and Journals
REDITORES
- 41 | Editorial
Collaborative Networks.
A possibility to mobilize knowledge from solidarity
Yuliana Gómez Zapata

Administration and Management

- 47 | Compression approach of the management of public projects
Carlos Alberto Restrepo Carvajal
- 69 | From the Millennium Development Goals (MDGs) to the
Sustainable Development Goals (SDG):an opportunity
for sustainable education with gender perspective
Ángela María Botero Pulgarín
- 93 | Digital content in administrations local: ontological and
organizational conditions for its creation and managemen
Sergio Jiménez Meroño
- 115 | Critical reflection of quality management systems:
advantages and disadvantages
Yaritza Alejandra Murrieta Saavedra
Eneida Ochoa Ávila
Blanca Carballo Mendívil

Economy and Finance

- 135 | Intel's competitive advantage in the segment of the microprocessors
Laura Melina Rodríguez
José G. Vargas Hernández

State and Politics

- 155 | The meme as practice, expression and artistic, cultural and communicational manifestation of young people today, case Faculty of Audiovisual Communication of the Colombian Polytechnic Jaime Isaza Cadavid
John Fredy Vergara Vélez
José Santiago Correa Cortés
- 175 | Are you ready for fake news? An exploratory study of the university community Tecnológico de Antioquia
Research seedbed in Geopolitics
Faculty of Administrative and Economic Sciences
Technological of Antioquia

211 **Authors' Guidelines**

224 **Ethics Code**

Conteúdo

- 23 | Apresentação
- 33 | Rede Colombiana de Editores e Periódicos Contábeis
REDITORES

Administração e Gestão

- 48 | Abordagem de compressão da gestão de projetos públicos
Carlos Alberto Restrepo Carvajal
- 70 | Dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM)
aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS):
uma oportunidade para uma educação sustentável
com perspectiva de gênero
Ángela María Botero Pulgarín
- 94 | Conteúdo digital nas administrações locais: condições
ontológicas e organizacionais para a sua criação e gestão
Sergio Jiménez Meroño
- 116 | Reflexão crítica dos sistemas de gestão
qualidade: vantagens e desvantagens
Yaritza Alejandra Murrieta Saavedra
Eneida Ochoa Ávila
Blanca Carballo Mendívil

Economia e Finanças

- 136 | Vantagem competitiva da Intel no segmento dos microprocessadores
Laura Melina Rodríguez
José G. Vargas Hernández

Estado e Política

- 156 | O meme como prática, expressão e manifestação artístico, cultural e comunicacional dos jovens no presente, case Faculdade de Comunicação Audiovisual do Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid
John Fredy Vergara Vélez
José Santiago Correa Cortés
- 176 | Você está pronto para notícias falsas? Um estudo exploratório da comunidade universitária do Tecnológico de Antioquia
Pesquisa sementeira em Geopolítica
Faculdade de Ciências Administrativas e Econômicas
Tecnológico de Antioquia

215 **Orientações para os autores**

227 **Código de Ética**

En Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Presentación

Presentation

Apresentação

Presentación

Uno de los pilares fundamentales del proyecto universitario moderno, es la construcción de procesos de lectura y escritura que permitan la permanencia de la idea y de la palabra escrita, lo cual constituye un ejercicio académico y ético-político responsable con el devenir de las comunidades humanas.

Un proyecto editorial es un plan de elaboración escritural que proviene de ejercicios investigativos y de reflexión que las comunidades académico-científicas piensan y repiensa a la luz de las investigaciones y hallazgos referentes a los paradigmas disciplinares y de investigación que sustentan sus campos de conocimiento. No se puede desconocer el compromiso histórico de las universidades con las generaciones que la prosiguen, de tal forma que los planteamientos y discusiones que se susciten en las aulas, pasillos, laboratorios y demás espacios de la vida académica universitaria, permanezcan como legado académico en la memoria escrita de universidades.

En tal sentido, la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas del Tecnológico de Antioquia, preocupada por el devenir académico e investigativo de la Institución y de las comunidades pensantes en cada una de las disciplinas que alberga, ha decidido emprender un proyecto de tal magnitud que dé cuenta de la labor investigativa de sus docentes y sus pares académicos, y de su labor formativa en sus estudiantes, con el propósito de dejar huella lecto-escritora.

En-Contexto, es una revista científica de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas del Tecnológico de Antioquia, que se construye con el firme propósito de develar los procesos de investigación en el campo de la administración, la gestión, la economía, las finanzas, las organizaciones, la contabilidad, el Estado, el gobierno y la política, con un alto contenido social como referente paradigmático y científico de nuestras disciplinas.

Este proyecto editorial está dirigido a estudiantes, docentes e investigadores interesados en temas teóricos, empíricos, y prácticos de las ciencias sociales y económicas; además busca mejorar la producción académica, escritural e

investigativa de los docentes de nuestra Institución, de nuestros estudiantes y de los pares académicos externos, tanto nacionales como internacionales que deseen publicar en nuestra revista, atraídos por su contenido temático y rigurosidad académica. Para el desarrollo de este proceso, se propone una guía de procedimientos, la cual busca estar acorde con la normatividad nacional e internacional en tal orden.

1. Calidad editorial

1.1 Periodicidad: la revista se editará con una periodicidad semestral, donde la publicación de los fascículos será el 01 de enero y el 01 de julio de cada año.

2. Contenido científico

2.1 Comité editorial: debe estar integrado por pares académicos internos, sin exceder el 30% del total de los integrantes, y externos de la institución editora, que cuenten con reconocimiento académico tanto nacional como internacional en las áreas de abordaje. Este comité es quien fija los parámetros y políticas de carácter académico, con los cuales se regirá la revista, de tal forma que cumpla con los criterios de indexación tanto a nivel nacional como internacional. Los integrantes del comité editorial podrán desempeñarse como árbitros de la revista, siempre y cuando no hagan las veces de autores en el mismo número de publicación y viceversa. El comité editorial debe reunirse obligatoriamente cada año como mínimo en reunión ordinaria, en la cual se den a conocer los procesos de la gestión editorial de la revista y se toman decisiones de carácter académico de la misma.

2.2 Comité científico: Debe ser integrado por pares académicos externos a la entidad editora que den credibilidad nacional e internacional al proceso editorial y que avalen los proyectos de publicación propuestos a la revista, en correspondencia con los objetos de conocimiento abordados. Los integrantes del comité científico podrán desempeñarse como árbitros de la revista, siempre y cuando no hagan las veces de autores en el mismo número de publicación y viceversa.

2.3 Dirección editorial: Debe estar a cargo de un(a) docente-investigador(a) de la Institución que se comprometa con la dirección de los procesos editoriales, quien debe gozar de descarga académica aprobada por el Consejo de Facultad, y acompañado por un equipo académico y administrativo que garantice la calidad y periodicidad de la publicación.

2.4 Exogeneidad en la evaluación: la revista cuenta con un modelo de evaluación de arbitraje doble ciego. Los pares evaluadores serán, en su mayoría, externos a la entidad editora. Los pares evaluadores no podrán ser autores en el mismo número de la revista para el cual arbitraron, de tal manera que se conserve el principio de transparencia.

2.5 Originalidad de los manuscritos: todo artículo postulado a publicación debe ser original e inédito y no debe estar postulado simultáneamente en otras revistas u órganos editoriales.

3. Acceso abierto

3.1 Licenciamiento: esta revista se inscribe en la política de libre acceso a la información que ella contiene, con el firme propósito de generar un mayor intercambio de conocimientos a partir de las redes de integración académica, científica y social. Esta obra está bajo una licencia:



3.2 Política de autoarchivo: la revista permite la publicación en el formato pre-print (una vez sea positiva la evaluación de pares) de los manuscritos a medida que sean aprobados y antes o paralelamente de completar la edición; igualmente publica y permite el autoarchivo de los artículos publicados en repositorios institucionales, temáticos o páginas web personales.

3.3 Fuentes de financiación: la revista se financia en su totalidad con recursos públicos a cargo del Tecnológico de Antioquia, IU.

3.4 Derechos de explotación: el Tecnológico de Antioquia autoriza la reproducción total de los textos con fines exclusivamente académicos, dando estricto cumplimiento a las normas de referenciación bibliográfica en favor de los autores y de la institución editora. Cualquier uso diferente requerirá autorización escrita de la dirección - edición, y su omisión inducirá a las acciones legales dispuestas por las leyes nacionales e internacionales sobre la propiedad intelectual y los derechos de autor.

La Revista En-Contexto puede ser consultada en la plataforma de gestión de revistas académicas del Tecnológico de Antioquia:

<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

Dirección editorial

Presentation

One of the fundamental pillars of the modern university project is precisely the construction of reading and writing processes that allow the permanence of the idea and the word in the university spaces and outside them, which constitutes a responsible and ethical academic exercise with the future of liberal professionals.

An editorial project is a plan of writing that comes from research exercises and reflection that the academic-scientific communities think and rethink in the light of research and findings concerning the disciplinary and research paradigms that support their fields of knowledge. The historical commitment of the universities with the future generations must be acknowledged such a way that the approaches and discussions that arise in the classrooms, hallways, laboratories and other spaces of university academic life, remain as an academic legacy in the written memory of universities.

In this sense, the Faculty of Administrative and Economic Sciences of the Tecnológico de Antioquia concerned about the academic and research future of the Institution and the thinking communities in each of the disciplines it houses, has decided to undertake a project of such magnitude that it will account for the research work of its teachers and academic peers, and their training work in their students, in order to leave a reading and writing trace.

En-Contexto, is a scientific journal of the Faculty of Administrative and Economic Sciences of the Tecnológico de Antioquia, which is built with the firm purpose of revealing the research processes in the field of business administration, public administration, management, economics, finance, organizations, accounting, state and politics, with a high social content as a paradigmatic and scientific reference of our disciplines.

This editorial project is aimed at students, teachers and researchers interested in theoretical, empirical and practical issues of applied social sciences; it also seeks to improve the academic, written and research production of our institution's teachers, our students and external academic peers, both national and international, who wish to publish in our journal, attracted by its thematic

content and academic rigor. For the development of this process, we propose a guide of procedures, which seeks to be in accordance with national and international regulations in that order.

Editorial quality

To guarantee the quality of the editorial products, there is an evaluation model with double-blind arbitration, which gives seriousness to the internal policies of the magazine for national and international indexation purposes. Additionally, we count on the collaboration of internal and external peers, belonging to the academic communities, and whose profile is, at least, of the level of master, in specific or related areas. The journal will be published every six months starting in January 2016.

Editorial policy

The parameters that determine the promotion and execution of the editorial processes must be taken into account and defined by an editorial committee that reports on their quality for indexing purposes. There must then be:

1. An Editorial committee: It should be integrated by internal and external academic peers of the publishing institution, who have both national and international academic recognition in the areas of approach. This committee sets the parameters and policies of an academic nature, with which the journal will be governed, so that it meets the criteria for indexing both nationally and internationally. The teachers linked to the Tecnológico de Antioquia as a publishing institution may only be up to 30% of the total members of this committee. The members of the editorial committee may act as arbitrators for the journal, provided that they do not act as authors in the same edition of the publication, as this would result in a conflict of interests. The editorial committee must meet at least once a year in an ordinary meeting, at which the journal's editorial management processes are made known and decisions of an academic nature are taken.

2. An Scientific Committee: It should be integrated by external academic peers that give national and international credibility to the editorial process and that endorse the publication projects proposed to the journal, in correspondence with the objects of knowledge addressed. This committee must not be composed of persons attached to the publishing institution, so that no conflict of interest exists. The members of the Scientific Committee may act as arbitrators or authors of the journal, maintaining the criterion of simultaneity, according to

which it is prohibited that there are two (2) articles by the same author in the same edition and taking into account that they may not act as arbitrators and authors in the same edition of the publication.

3. An Editorial direction: It must be in charge of a teacher-researcher from the institution who is committed to directing the editorial processes, who must enjoy academic discharge approved by the Faculty Council, and accompanied by an academic and administrative team that guarantees the quality and periodicity of the publication.

4. Scientific editors

It is integrated by a group of professors with a high academic profile who are concerned with rigorously and impartially evaluating the academic work received by the journal. These Scientific editors must have at least a master's degree and publish regularly in similar journals. This is a transparent process in selecting accepted papers for publication. Scientific editors must not be authors in the same edition of the journal for which they arbitrated, so that the principle of transparency is preserved.

Open access policy

This journal is part of the policy of free access to the information it contains, with the firm purpose of generating a greater exchange of knowledge from academic, scientific and social integration networks.

This project operates under license creative commons attribution-noncommercial-sharealike 4.0 unported.



The Journal En-Contexto can be visited on the platform for academic journals of the Tecnológico de Antioquia:

<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.

Editorial direction

Apresentação

Um dos pilares fundamentais do projeto universitário moderno é a construção de processos de leitura e escrita que permitam a permanência da ideia e a palavra escrita, o que constitui um exercício acadêmico e ético-político responsável pela evolução das comunidades humanas.

Um projeto editorial é um plano de elaboração das escrituras que vem de exercícios de investigação e reflexão que as comunidades acadêmico-científicas pensam e repensam à luz das pesquisas e descobertas sobre os paradigmas disciplinares e de pesquisa que sustentam seus campos de conhecimento. O compromisso histórico das universidades com as gerações seguintes não pode ser ignorado, de modo que as abordagens e discussões que ocorrem nas salas de aula, corredores, laboratórios e outros espaços da vida acadêmica da universidade permaneçam como legado acadêmico na memória escrita das universidades.

Nesse sentido, a Faculdade de Ciências Administrativas e Econômicas do Tecnológico de Antioquia, preocupada com o desenvolvimento acadêmico e investigativo da Instituição e das comunidades de pensamento em cada uma das disciplinas que abriga, decidiu empreender um projeto de tal magnitude que dê conta do trabalho investigativo de seus professores e colegas acadêmicos e do trabalho formativo de seus alunos, com o objetivo de deixar uma marca de leitura e escrita.

En-contexto, é um periódico científico da Faculdade de Ciências Administrativas e Econômicas do Tecnológica de Antioquia, que evolui com o objetivo de desvendar os processos de pesquisa nas áreas de administração, gestão, economia, finanças, organizações, contabilidade, Estado, governo e política, com alto conteúdo social como referência paradigmática e científica para nossas disciplinas.

Este projeto editorial é destinado a estudantes, professores e pesquisadores interessados em tópicos teóricos, empíricos e práticos nas ciências sociais e econômicas; também busca melhorar a produção acadêmica e investigativa

dos professores de nossa instituição, de nossos alunos e de colegas acadêmicos externos, nacionais e internacionais, que desejam publicar em nosso periódico, atraídos por seu conteúdo temático e rigor acadêmico. Para o desenvolvimento desse processo, é proposto um guia de procedimentos, que busca estar em conformidade com os regulamentos nacionais e internacionais nessa ordem.

1. Qualidade editorial

1.1 Frequência: o periódico será publicado a cada seis meses, onde a publicação das edições ocorrerá em 1º de janeiro e 1º de julho de cada ano.

2. Conteúdo científico

2.1 Comitê editorial: deve ser composto por pares acadêmicos internos, que não excedam 30% do total de membros, e externos à instituição editora, que possuem reconhecimento acadêmico nacional e internacionalmente nas áreas de abordagem. Esse comitê é quem define os parâmetros e as políticas acadêmicas, com as quais o periódico será governado, de forma que atenda aos critérios de indexação, nacional e internacionalmente. Os membros do comitê editorial podem servir como árbitros do periódico, desde que não atuem como autores no mesmo número de publicação e vice-versa. O comitê editorial deve reunir-se pelo menos todos os anos em uma reunião ordinária, na qual os processos de gerenciamento editorial do periódico são divulgados e as decisões acadêmicas são tomadas.

2.2 Comitê científico: deve ser constituído por pares acadêmicos externos à entidade editora, que deem credibilidade nacional e internacional ao processo editorial e endossem os projetos de publicação propostos à revista, em correspondência com os objetos de conhecimento abordados. Os membros do comitê científico podem servir como árbitros do periódico, desde que não dobrem como autores no mesmo número de publicação e vice-versa.

2.3 Direção editorial: deve ser responsável por um professor-pesquisador da Instituição que se comprometa com a direção dos processos editoriais, que deve ter alta acadêmica aprovada pelo Conselho da Faculdade e acompanhada por uma equipe acadêmica e administrativa que garanta a qualidade e periodicidade da publicação.

2.4 Exogeneidade na avaliação: o periódico possui um modelo de avaliação de arbitragem duplo-cego. Os pares de avaliação serão, na maioria das vezes, externos à entidade publicadora. Os revisores não podem ser autores da mesma

edição da revista para a qual eles arbitraram, de forma que o princípio da transparência seja preservado.

2.5 Originalidade dos manuscritos: todos os artigos submetidos para publicação devem ser originais e inéditos e não devem ser submetidos simultaneamente em outras revistas ou órgãos editoriais.

3. Acesso aberto

3.1 Licenciamento: este periódico faz parte da política de livre acesso às informações que ele contém, com o firme propósito de gerar um maior intercâmbio de conhecimentos das redes de integração acadêmica, científica e social. Esse periódico está sob uma licença:



3.2 Política de auto-arquivamento: o periódico permite a publicação no formato de pré-impressão (uma vez que a avaliação pelos pares é positiva) dos manuscritos à medida que são aprovados e antes ou em paralelo com a conclusão da edição; também publica e permite o auto-arquivamento de artigos publicados em repositórios institucionais, temáticos ou em páginas pessoais.

3.3 Fontes de financiamento: o periódico é totalmente financiado com recursos públicos pelo Tecnológico de Antioquia, IU.

3.4 Direitos de exploração: o Tecnológico de Antioquia autoriza a reprodução total dos textos para fins exclusivamente acadêmicos, cumprindo rigorosamente os padrões de referência bibliográfica em favor dos autores e da instituição editora. Qualquer uso diferente exigirá autorização por escrito da edição de gerenciamento, e sua omissão induzirá ações legais fornecidas pelas leis nacionais e internacionais sobre propriedade intelectual e direitos autorais.

En-Contexto pode ser consultado na plataforma de gerenciamento de periódicos acadêmicos do Tecnológico de Antioquia:

<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

Direção Editorial



Título: Sin título
Autor: Adolfo Escobar
Técnica: Óleo sobre lienzo
Año: 2014



Red Colombiana de Editores y Revistas Contables

Acuerdo fundacional

1. Naturaleza

La Red Colombiana de Editores y Revistas Contables, REDITORES, es una organización académica autónoma, independiente, amplia, pluralista e incluyente, conformada por los editores, directores y agentes responsables de las revistas especializadas en Contabilidad o que incluyen esta disciplina en sus intereses académicos prioritarios. Igualmente hacen parte de la red, las revistas y sus equipos de gestión editorial, en representación de las instituciones de educación superior a las que están adscritas y de las formas asociativas que agrupan sus facultades, escuelas, departamentos y programas de Contaduría Pública.

2. Objetivo

Integrar los esfuerzos, talentos y recursos técnicos de los equipos editoriales de las revistas especializadas en Contabilidad, mediante una estrategia de cooperación académica interuniversitaria que permita cualificar su labor y contribuir a elevar la calidad, visibilidad e impacto de sus contenidos.

3. Vinculación

La pertenencia a REDITORES se tramita mediante carta de intención de las publicaciones o las unidades académica que las albergan, y serán formalizadas por el pleno de la Red. De ser necesario para la realización de proyectos especiales y eventos académicos, se podrán formalizar los convenios marco y específicos a que haya lugar, para garantizar la voluntad compromisoria de las instituciones miembro.

4. Áreas de trabajo

Para efecto de cumplir con su cometido, la Red trabajará desde los criterios de alta calidad y mejora continua, en diferentes campos de actividad:

a. Visibilidad

REDITORES formulará y ejecutará estrategias que permitan que las revistas de investigación, de divulgación docente y de estudiantes, que se elaboran en las facultades y programas miembros de la Red, se conozcan y utilicen a escala nacional e internacional.

b. Sentido de las publicaciones

La Red convocará en todo el país, las discusiones en torno a sentido, naturaleza y alcance de las publicaciones de investigación, de experiencias docentes y de estudiantes, para identificar “buenas prácticas” que redunden en la cualificación de cada espacio.

c. Indexaciones

La Red aportará y canalizará capacitaciones sobre la dinámica de índices nacionales e internacionales para que las revistas de investigación logren mejores resultados en el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación o su equivalente, cuando así lo estime conveniente cada revista.

d. Caracterización

REDITORES promoverá la caracterización de los contenidos, los temas, los enfoques teóricos y metodológicos, y los actores que están publicando en las revistas contables del país, con el fin de identificar tendencias, y aportar estados del arte o revisiones de literatura.

e. Capacitación

Con el propósito de compartir mejores prácticas y propender por la cualificación de las revistas, al Red impulsará actividades de capacitación en los procesos técnicos de la producción intelectual y la gestión editorial.

f. Articulación con docencia

La Red promoverá la inserción de los contenidos de las revistas especializadas en los microcurrículos, programas o sumarios de las asignaturas, como una forma de impacto que supere las dinámicas de los índices bibliográficos, y de esta manera, identificar el aporte de las publicaciones a la formación contable en los programas de pregrado y postgrado.

g. Articulación con investigación

Es función de la Red recomendar que los contenidos de las revistas sean integrados en los estados del arte de los proyectos de investigación que se formulan en Colombia, y a su vez, evidenciar en qué medida las revistas son un

espacio de divulgación de los resultados de investigación realizada por grupos y otras formas de trabajo académico de las universidades.

5. Estructura

La Red asume como estructura organizativa, una retícula funcional, integrada por tres nodos programáticos que articulan las áreas de trabajo de la siguiente manera:

Nodo 1. Visibilidad, articulación con docencia y articulación con investigación.

Nodo 2. Sentido de las publicaciones, indexaciones y caracterización.

Nodo 3. Capacitación.

Las decisiones serán tomadas en el pleno de la Red o por delegación de ésta, en las instancias que el pleno determine.

La coordinación ejecutiva de las actividades y proyectos estará a cargo de la Secretaría Técnica, la cual será asumida de forma rotativa y para periodos de un año, por las instituciones miembro de la red.

Las revistas de la Red, en orden de vinculación son:

1. Teuken Bidikay - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid - Universidad Nacional de la Patagonia - Medellín
2. Contaduría - Universidad de Antioquia - Medellín
3. En-Contexto - Tecnológico de Antioquia - Medellín
4. Apuntes Contables - Universidad Externado de Colombia - Bogotá
5. Cuadernos de Contabilidad - Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá
6. Revista Colombiana de Contabilidad - Asfacop - Bogotá
7. Activos - Universidad Santo Tomás - Bogotá
8. Visión Contable - Universidad Autónoma Latinoamericana - Medellín
9. Lúmina - Universidad de Manizales - Manizales
10. Criterio Libre – Universidad Libre sede Bogotá – Bogotá
11. Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional – Universidad Autónoma de Tlaxcala – Tlaxcala (México)

Medellín, 11 de junio de 2015



Colombian Network of Accounting Editors and Journals

Foundation Agreement

1. Nature

The Colombian network of accounting editors and journals, REDITORES, is an autonomous, independent, broad, pluralistic and inclusive academic organization, it is made up of the editors, directors, and agents responsible for the specialized journals in Accounting or that include this discipline in their priority academic interests. Also, part of the network are the journals and their editorial management teams, representing the higher education institutions to which they are attached and the associative forms that group their faculties, schools, departments, and public accounting programs.

2. Objective

Integrate the efforts, talents, and technical resources of the editorial teams of the journals specialized in Accounting, through a strategy of inter-university academic cooperation that allows to qualify its work and contribute to raising the quality, visibility, and impact of its contents.

3. Linking

REDITORES Membership is processed through a letter of intent from the publications or academic units that host them and will be formalized by the plenary of the Network. It is necessary, to carry out special projects and academic events, it will be possible to formalize the framework and specific agreements to guarantee the commitment of the member institutions.

4. Working areas

To fulfill its mission, the Network will work from the criteria of high quality and continuous improvement, in different fields of activity:

a. Visibilyty

Decisions will be taken at the Network's plenary session or by a delegation from the Network, in the instances determined by the plenary session.

b. Meaning of publications

The Network will convene throughout the country, discussions on the nature and scope of research publications, of experiences of teachers and students, to identify "good practices" that result in the qualification of each space.

c. Indexations

The Network will provide and channel training on the dynamics of national and international indexes so that research journals achieve better results in the National System of Science, Technology, and Innovation or its equivalent when each journal considers it appropriate.

d. Characterization

REDITORES will promote the characterization of the contents, themes, theoretical and methodological approaches, and actors who are publishing in the country's accounting journals, to identify trends, and provide state-of-the-art or literature reviews.

e. Training

With the purpose to share best practices and promote the qualification of journals, the Network will promote training activities in the technical processes of intellectual production and editorial management.

f. Articulation with teaching

The Network will promote the insertion of the contents of specialized journals in the microcurricula, programs, or summaries of the subjects, as a form of impact that surpasses the dynamics of bibliographic indexes, and in this way, identify the contribution of publications to accounting training in undergraduate and postgraduate programs.

g. Articulation with research

It is the function of the Network to recommend that the contents of the journals will be integrated into the state of the art of research projects being formulated in Colombia, and in turn, show to what extent the journals are a space for the dissemination of the results of research carried out by groups and other forms of academic work of the universities.

5. Structure

The Network assumes as organizational structure, a functional grid, integrated by three programmatic nodes that articulate the work areas as follows:

Node 1 Visibility, articulation with teaching, articulation with research.

Node 2 Meaning of publications, indexations, Characterization.

Node 3 Training.

Decisions will be taken at the Network's plenary session or by a delegation from the Network, in the instances determined by the plenary session.

The executive coordination of the activities and projects will be in charge of the Technical Secretariat, which will be assumed on a rotating basis and for periods of one year, by the member institutions of the network.

The Network's journals, in order of linkage, are:

1. Teuken Bidikay - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid - Universidad Nacional de la Patagonia - Medellín
2. Contaduría - Universidad de Antioquia - Medellín
3. En-Contexto - Tecnológico de Antioquia - Medellín
4. Apuntes Contables - Universidad Externado de Colombia - Bogotá
5. Cuadernos de Contabilidad - Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá
6. Revista Colombiana de Contabilidad - Asfacop - Bogotá
7. Activos - Universidad Santo Tomás - Bogotá
8. Visión Contable - Universidad Autónoma Latinoamericana - Medellín
9. Lúmina - Universidad de Manizales - Manizales
10. Criterio Libre – Universidad Libre sede Bogotá – Bogotá
11. Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional – Universidad Autónoma de Tlaxcala – Tlaxcala (México)

Medellín, 11th of June de 2015



Rede Colombiana de Editores e Periódicos Contábeis

Acordo de Fundação

1. Natureza

A Rede Colombiana de Editores e Periódicos Contábeis de Contabilidade, REDITORES, é uma organização acadêmica autônoma, independente, ampla, pluralista e inclusiva, composta por editores, diretores e agentes responsáveis por revistas especializadas em Contabilidade ou que incluem essa disciplina em seus interesses acadêmicos prioritários. Da mesma forma fazem parte da rede, as revistas e de suas equipes editoriais, representando as instituições de ensino superior às quais estão vinculadas e as formas associativas que agrupam suas faculdades, escolas, departamentos e programas de contabilidade pública.

2. Objetivo

Integrar os esforços, talentos e recursos técnicos das equipes editoriais das revistas especializadas em Contabilidade, por meio de uma estratégia de cooperação acadêmica interuniversitária que lhes permita qualificar seu trabalho e contribuir para elevar a qualidade, a visibilidade e o impacto de seu conteúdo.

3. Ligação

A afiliação à REDITORES é processada por carta de intenções das publicações ou das unidades acadêmicas que as abrigam, e elas serão formalizadas por toda a Rede. Se necessário para realizar projetos especiais e eventos acadêmicos, poderão ser formalizados os acordos-quadro, para garantir a vontade comprometedora das instituições membros.

4. Áreas de trabalho

Para cumprir sua missão, a Rede trabalhará a partir dos critérios de alta qualidade e melhoria contínua, em diferentes campos de atividade:

a. Visibilidade

A REDITORES formulará e executará estratégias que permitam que os periódicos de pesquisa, periódicos educacionais e periódicos estudantis, produzidos nas faculdades e programas que são membros da Rede, sejam conhecidos e utilizados nacional e internacionalmente.

b. Significado das publicações

A Rede reunirá em todo o país discussões sobre o significado, natureza e escopo das publicações de pesquisa, experiências de ensino e estudantes, para identificar “boas práticas” que resultem na qualificação de cada espaço.

c. Indexação

A Rede fornecerá e canalizará treinamento sobre a dinâmica dos índices nacionais e internacionais para que os periódicos de pesquisa alcancem melhores resultados no Sistema Nacional de Ciência, Tecnologia e Inovação ou equivalente, quando cada periódico considere apropriado.

d. Caracterização

A REDITORES promoverá a caracterização do conteúdo, dos temas, das abordagens teóricas e metodológicas e dos atores que estão publicando nos periódicos contábeis do país, a fim de identificar tendências e fornecer revisões do estado da arte ou da literatura.

e. Formação

Para compartilhar as melhores práticas e promover a qualificação de periódicos, a Rede promoverá atividades de treinamento nos processos técnicos de produção intelectual e gerenciamento editorial.

f. Articulação com ensino

A Rede promoverá a inserção do conteúdo dos periódicos especializados nos currículos e programas, como forma de impacto que vai além da dinâmica dos índices bibliográficos e, assim, identifica a contribuição das publicações para o treinamento contábil em programas de graduação e pós-graduação.

g. Articulação com investigação

É função da Rede recomendar que o conteúdo dos periódicos seja integrado ao estado da arte dos projetos de pesquisa formulados na Colômbia e, por sua vez, demonstrar até que ponto os periódicos são um espaço para a divulgação dos resultados da pesquisa realizada por grupos e outras formas de trabalho acadêmico das universidades.

5. Estrutura

A Rede assume como estrutura organizacional, uma grade funcional, composta por três nós programáticos que articulam as áreas de trabalho da seguinte forma:

Nó 1. Visibilidade, articulação com ensino e articulação com pesquisa.

Nó 2. Significado das publicações, indexação e caracterização.

Nó 3. Treinamento.

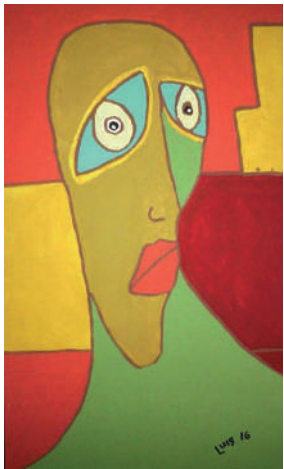
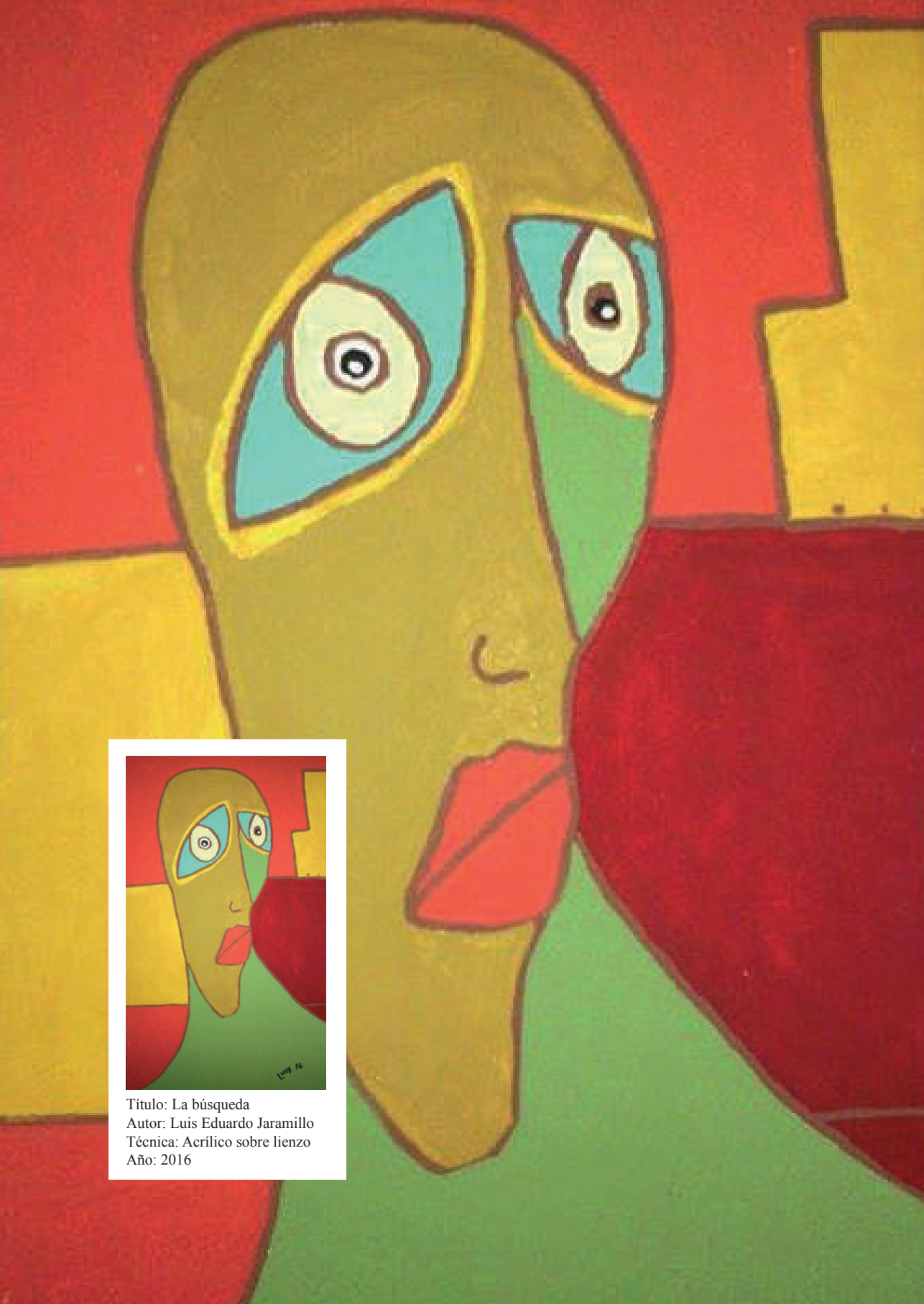
As decisões serão tomadas na sessão plenária da Rede ou por sua delegação, nos casos que a plenária determinar.

A coordenação executiva de atividades e projetos ficará a cargo da Secretaria Técnica, que será assumida rotativamente e por períodos de um ano pelas instituições membros da rede.

As revistas da Rede, em ordem de vinculação são:

1. Teuken Bidikay - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid - Universidade Nacional da Patagônia
2. Revista Contaduría - Universidad de Antioquia - Medellín
3. En-Contexto - Tecnológico de Antioquia - Medellín
4. Apuntes Contables - Universidad Externado da Colômbia - Bogotá
5. Cuadernos de Contabilidad - Pontificia Universidad Javeriana - Bogotá
6. Revista Colombiana de Contabilidad - Asfacop - Bogotá
7. Activos - Universidade Santo Tomás - Bogotá
8. Visión Contable - Universidad Autónoma Latinoamericana - Medellín
9. Lúmina - Universidad de Manizales - Manizales
10. Critério Libre – Universidad Libre - Bogotá
11. Revista Internacional La Nueva Gestión Organizacional, Universidad Autónoma de Tlaxcala - Tlaxcala (México)

Medellín, 11 de junho de 2015



Título: La búsqueda
Autor: Luis Eduardo Jaramillo
Técnica: Acrílico sobre lienzo
Año: 2016

Redes Colaborativas. Una posibilidad de movilizar el conocimiento desde la solidaridad

Editorial

Yuliana Gómez Zapata*
Directora Editorial

El ejercicio escritural que pasa por la publicación seriada, en este caso, las revistas académico-científicas, se ha convertido en un músculo del capitalismo cognitivo para la generación de riqueza, tanto en indicadores para las universidades e instituciones de educación superior como para los articulistas que, además, pueden llegar a aumentar su patrimonio individual. No solamente pasa por la lectura de lo académico, por supuesto, “las lógicas crematísticas del sistema capitalista contemporáneo despliegan múltiples retos y contradicciones para pensar la sociedad, el conocimiento y la vida” (Arias, 2017, p.305). Esto, lejos de ser una práctica aislada e inconcurrente, es hoy lo más común y natural en la cotidianidad de los investigadores, centros de producción de conocimiento y esferas de la investigación académico-científica en el mundo.

No se trata de una perversión individual o de una esquizofrenia colectivizada, se trata, más bien, de una política de ciencia, tecnología e innovación que rebaza las posibilidades de generación de conocimiento y co-construcción de sentidos y utilidades públicas de tales, desde los tiempos y contextos necesarios, pues lo que se escribe, en la mayoría de los casos, es acelerado por el cumplimiento del indicador y no por la pertinencia social que tiene para las comunidades humanas con las que se trabaja.

Este sinsentido seguirá ocurriendo en nuestras realidades académicas, presente en las conversaciones de pasillo en las universidades y generando debate en las redes o colectivos de investigación y editoriales que sufren la mezquindad de la política.

* Directora Editorial de la Revista En-Contexto. Contadora Pública y MSc. en Ciencias Contables. Miembro de la Red Colombiana de Editores y Revistas Contables REDITORES. Directora del Grupo de Investigación Observatorio Público y profesora investigadora del Tecnológico de Antioquia, Medellín – Colombia.
ygomezza@tdea.edu.co
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4134-4056>

Entre tanto, quienes asistimos a la edición de revistas científicas comprendemos y padecemos la lógica de publicación de “alto impacto”, que no necesariamente lo es¹, pero que cuenta con un indicador de citación (Factor H) que le permite estar y ser en las altas esferas de las publicaciones académicas, hoy conocidas como JCR y SJR.

Y no será precisamente esta editorial la que cambie ese panorama, no pretender serlo -además-, pero si quisiera hacer eco de este para plantear alternativas que nos cuestionen y nos pongan en una posición de contradicciones que coadyuven a generar conciencia; es la posibilidad de la consciencia la que motiva, mueve, genera el cambio. Si no somos conscientes, no podemos descolonizar nuestras formas de pensar, de ver el mundo, de vivir. Y es esta emergencia la que pone en tensión el sentido de nuestro quehacer académico y escritural, es decir, ¿para qué investigamos y escribimos, a quién le sirve ese esfuerzo? ¿qué cambia en el mundo con nuestro avance teórico, práxico o conceptual?

Es complejo el trabajo en solitario, es dispendiosa la generación de acciones investigativas con escasos recursos o sin experiencia, en instituciones o centros de investigación poco reconocidas, pero, además, con la presión de publicar con “alto impacto” el resultado de ese proceso. Esto no es una suposición, es una realidad latente día a día en la mayoría de los investigadores o de aquellos que quieren serlo. Podemos entonces revisar asuntos que nos permitan aliviar cargas académicas y personales y que contribuyan a ampliar horizontes, a hacernos conscientes o, por lo menos, a conversar con otros y otras; puede que la carga se aligere.

En este sentido propongo la conversación (Quijano, 2016) como eje trasversal para recuperar sentidos de *juntanza* que nos permitan tejer redes solidarias de cooperación para el ejercicio académico e investigativo desde nuestras márgenes y con quienes realmente lo necesitan. El hecho de juntarnos para contar nuestras experiencias y vivencias desde la academia, pero también desde la pre-ocupada cotidianidad de la escritura, nos abre caminos desde nuestro saber-hacer (Aktouf, 2016) para aportar un poco más a la solución de problemáticas concretas que visibilicen la utilidad pública de lo que hacemos y escribimos.

Apuntar a trabajar más en colectivo, con iniciativas nuevas que emprenden un difícil camino desde la investigación y la publicación, puede aportar un poco más a comprender los diferentes contextos sobre los cuales trabajamos día a día, pero que difícilmente leemos de una forma adecuada, pues lo hacemos desde fuera, desde una racionalidad inquietante, observando desde la barrera, lejos de generar complicidades con los territorios, con la gente y con sus necesidades; no hacemos

¹ Los criterios de calidad editorial pueden ser variados como, por ejemplo, la evaluación de pares ciegos, la gestión editorial, entre otros.

lecturas de las problemáticas, porque no las conocemos, no escuchamos a nadie, pero sí escribimos artículos editorialmente correctos, que hablan sobre soluciones que no existen en la realidad.

Peco, seguramente, por la excesiva crítica a las prácticas escriturales y de investigación, pues, con seguridad, existen muchas de ellas que son ética y políticamente correctas con las comunidades y sus contextos, pero este afán de publicar por publicar artículos científicos -una apuesta además institucional- nos deja sin aire para ver que existen experiencias dignas de ser replicadas. Por eso, la invitación en esta editorial -más parecida a un réquiem- es para que nos juntemos, insisto, en la conversación y en la acción para transformar realidades cercanas y sencillas, pero que requieren de gente comprometida que piense y re-piense la sociedad en la que vive.

Esta apuesta, espero pueda llegar al texto escrito; narrativa de experiencias cercanas que nos muestren alternativas de trabajo en red para ocuparnos y no pre-ocuparnos por la agobiante búsqueda del H.

Referencias

Aktouf, O. (2016). La contabilidad como saber-hacer estratégico. De la contabilidad de caja en la auditoría hasta la responsabilidad social de las empresas. *En-Contexto*, 4(5), 51-79.

Arias, J. (2017). Ecología Política: Desafíos de la Contabilidad frente a la Justicia Ambiental. *En-Contexto*, 5(6), 303-326.

Quijano, O. (2016). *La conversación o el 'interaccionismo conversacional'. Pistas para comprender el lado oprimido del(os) mundo(s)*. Recuperado de file:///C:/Users/ygomezza/Downloads/Conversaci%C3%B3n%20o%20interaccionismo%20conversacional%20Calle%2014%202017.pdf

Para citar este artículo:

Gómez-Zapata, Y. (2020). Redes Colaborativas. Una posibilidad de movilizar el conocimiento desde la solidaridad. *En-Contexto*, 8(12), 37-39.





Título: Poeta
Autor: Edgar Correa Velásquez
Técnica: Mixta
Año: 2019

Collaborative Networks. A possibility to mobilize knowledge from solidarity

Editorial

Yuliana Gómez Zapata*
Editorial Director

The scriptural exercise that goes through serial publication, in this case, academic-scientific journals, has become a muscle of cognitive capitalism for the generation of wealth, both in indicators for universities and higher education institutions as well as for columnists which, besides, can increase their individual assets. It does not only go through the reading of academics, of course, “the chrematistic logics of the contemporary capitalist system display multiple challenges and contradictions to think about society, knowledge and life” (Arias, 2017, p.305). This, far from being an isolated and in concurrent practice, is today the most common and natural thing in the daily life of researchers, knowledge production centers, and areas of academic-scientific research in the world.

It is not an individual perversion or a collectivized schizophrenia, it is, rather, a science, technology and innovation policy that undermines the possibilities of generating knowledge and co-construction of meanings and public utilities of such, from the necessary times and contexts, since what is written, in most cases, is accelerated by compliance with the indicator and not by the social relevance it has for the human communities which it works with.

This nonsense will continue to occur in our academic realities, present in hallway conversations at universities, and generating debate in networks or research groups and editorials that suffer from the pettiness of politics. Meanwhile, those of us

* Editorial Director of En-Contexto Magazine. Public Accountant and MSc. in Accounting Sciences. Member of the Colombian Network of Accounting Editors and Magazines REDITORES. Director of the Public Observatory Research Group and research professor at Tecnológico de Antioquia, Medellín - Colombia.
ygozza@idea.edu.co
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4134-4056>

who attend the edition of scientific journals understand and suffer from the “high impact” logic publication, which is not necessarily so¹, but which has a citation indicator (H Factor) that allows it to be and be in the high spheres of academic publications, today known as JCR and SJR.

And it will not be precisely this publishing house that will change that panorama, not pretending to be so -in addition-, but if it wanted to echo it to propose alternatives that question us and put us in a position of contradictions that help to generate awareness; it is the possibility of consciousness that motivates, moves, and generates change. If we are not aware, we cannot decolonize our ways of thinking, of seeing the world, of living. And it is this emergency that puts in tension the meaning of our academic and scriptural work, that is, what do we research and write for, who does this effort serve? What changes in the world with our theoretical, practical, or conceptual advance?

Working alone is complex, it is time-consuming to generate investigative actions with scarce resources or without experience, in little-recognized institutions or research centers, but also with the pressure to publish the result of this process with “high impact”. This is not an assumption, it is a latent reality, day by day, in most researchers or those who want to be. We can then review matters that allow us to ease academic and personal burdens and that contribute to broadening horizons, to become aware or, at least, to converse with others; the load may be lightened.

In this sense, I propose the conversation (Quijano, 2016) as a transversal axis to recover senses of togetherness that allow us to weave solidarity networks of cooperation for academic and research exercise from our margins and with those who really need it. The fact of coming together to tell our experiences and experiences from the academy, but also from the pre-occupied daily life of writing, opens up paths from our know-how (Aktouf, 2016) to contribute a little more to the solution of specific problems that make visible the public utility of what we do and write.

Aiming to work more collectively, with new initiatives that undertake a difficult path from research and publication, can contribute a little more to understand the different contexts on which we work every day, but which we hardly read appropriately, since we do it from the outside, from disturbing rationality, observing from the sidelines, far from generating complicity with the territories, with the people and with their needs; we do not read about the problems, because we do not know them, we do not listen to anyone, but we do write editorially correct articles that talk about solutions that do not exist in reality.

¹ The editorial quality criteria can be varied, such as the evaluation of blind peers, editorial management, among others.

I am sinning, surely, for the excessive criticism of scriptural and research practices, since, surely, there are many of them that are ethically and politically correct with the communities and their contexts, but this desire to publish by publishing scientific articles -a bet also institutional- leaves us breathless to see that there are experiences worthy of being replicated. Therefore, the invitation in this editorial - more like a requiem - is for us to come together, I insist, in conversation and in action to transform close and simple realities, but that requires committed people to think and re-think the society in which they live.

This bet, I hope can reach the written text; a narrative of close experiences that show us networking alternatives to occupy ourselves and not worry about the overwhelming search for H.

Rereferences

Aktouf, O. (2016). Accounting as strategic know-how. From cash accounting in auditing to corporate social responsibility. *In-Context*, 4 (5), 51-79.

Arias, J. (2017). Political Ecology: Challenges of Accounting versus Environmental Justice. *In-Context*, 5 (6), 303-326.

Quijano, O. (2016). *The conversation or 'conversational interactionism'. Clues to understand the oppressed side of the world* (s). Retrieved from file: /// C:/Users/ygomezza/Downloads/Conversaci%C3%B3n%20o%20interaccionismo%20conversacional%20Calle%2014%202017.pdf

Para citar este artículo:

Gómez-Zapata, Y. (2020). Collaborative Networks. A possibility to mobilize knowledge from solidarity. *En-Contexto*, 8(12), 41-43.





Título: La caza
Autor: Adolfo Escobar
Técnica: óleo sobre lienzo
Año: 2015

En
Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Administración y Gestión

Administration and Management

Administração e Gestão

Aproximación a la comprensión del gerenciamiento de proyectos públicos

Compression approach of the management of public projects

Recibido: 23-04-2019 • Aprobado: 28-07-2020 • Página inicial: 47 - Página final: 68

Carlos Alberto Restrepo Carvajal*

Resumen: el artículo revisa la postura de diferentes autores que centran su atención en la gestión de proyectos públicos y en la carencia de políticas públicas orientadas a estos, la cual debe estar en función de la misión, visión y objetivos estratégicos. Por lo tanto, se debe asegurar que los resultados esperados (objetivos del proyecto) estén alineados con ellos, garantizando el aporte de valor (bienestar). No obstante, para hacer que esto suceda, se debe realizar una revisión interna que refleje las brechas existentes en materia de gestión de proyectos, la cual se desarrolla mediante la evaluación del nivel de madurez en gerenciamiento de proyectos (portafolio, programas y proyectos).

Palabras clave: gerencia de proyectos; proyectos públicos; indicadores; políticas públicas.

Abstract: This article reviews the position the different authors that focus on public management projects, and in the lack of public policies aimed to this management, which must be in function of the mission, vision and in the strategic objectives, therefore, it is possible to guarantee the expected results (project objectives) are aligned to this, ensuring the create of value (well-being). However, in order to fulfil this, it is necessary to conduct an internal review that reflects the existing gaps in project management, which is developed by assessing the level of maturity in project management (portfolio, programs and projects).

Keywords: Project management; public projects; indicators; public policy.

JEL: O29 - Z19

* PMP, Gerente Desarrollo 10XPRO, candidato a Doctor en Dirección de Proyectos, Centro Panamericano de Estudios Superiores, México. Magíster en Ingeniería, Magíster en Administración y Especialista en Gerencia de Proyectos. carlosrestrepo@une.net.co - carlos.restrepo.carvajal@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1889-3340>

Abordagem de compressão da gestão de projetos públicos

Resumo: o artigo revê a posição de diversos autores que focam sua atenção na gestão de projetos públicos e na carência de políticas públicas orientadas para estes, que devem estar pautadas na missão, visão e objetivos estratégicos. Portanto, deve-se garantir que os resultados esperados (objetivos do projeto) estejam alinhados com os mesmos, garantindo a contribuição de valor (bem-estar). Porém, para que isso aconteça, deve ser realizada uma revisão interna que reflita as lacunas existentes na gestão de projetos, que se desenvolve avaliando o nível de maturidade em gestão de projetos (portfólio, programas e projetos).

Palavras-chave: gestão de projetos; projetos públicos; indicadores de gestão e políticas públicas.

Introducción

Un desafío constante para cualquier país es la definición y puesta en marcha de unas prácticas adecuadas de Gerenciamiento de Proyectos, que favorezcan y potencien la gestión efectiva y el éxito de estos en función de sus objetivos estratégicos. Es así, como cada vez es más fehaciente y necesaria la definición de una política pública que estandarice la gestión de proyectos, considerando el ciclo de vida y gerenciamiento *per se* de estos.

Es primordial para avanzar en la gestión efectiva de proyectos públicos que los altos dirigentes establezcan unos criterios rigurosos, diáfanos, pertinentes, creíbles y socializados para las etapas de inicio y cierre de proyectos. Es frecuente observar que este tipo de proyectos no posee un cierre gerencial, sino que estos son literalmente abandonados.

En el gerenciamiento de proyectos públicos se soslaya la necesidad de establecer cuáles son los factores de éxito del proyecto, asociados a los requerimientos de los interesados. Así mismo, se adolece de una comprensión clara del caso de negocio y de la estrategia organizacional. Por lo tanto, no se está evaluando el impacto real de los proyectos desde un análisis sistémico.

Gestión de proyectos públicos

Los gobiernos tradicionales se encuentran en serias dificultades para reaccionar con rapidez y pertinencia ante un entorno complejo y dinámico que involucra a una ciudadanía cada vez más reflexiva y crítica, la cual opera bajo el concepto de valor compartido y no se conforma con la provisión de servicios públicos (Blanco y Gomá, 2002). Es imperioso que los proyectos públicos estén direccionados al logro de los siguientes planes:

- Planes estratégicos: mecanismos para la planificación de estrategias de desarrollo socioeconómico a mediano y largo plazo en un territorio determinado.
- Presupuestos participativos: herramienta para la participación de la ciudadanía en la elaboración de los presupuestos municipales.
- Agendas locales: programa de acciones para conseguir que un territorio determinado tenga un futuro sostenible.
- Planificación participativa: espacio dado para la participación de la comunidad en diversos temas de desarrollo.

En Colombia, las decisiones de inversión en el sector público no siempre están ligadas a estrategias estatales, sino a políticas, las cuales deberían de ir ligadas a planes de acción, planes de desarrollo, planes de ordenamiento, agrupándose en portafolios y programas, que, a su vez, conformarían el Plan Nacional de Desarrollo, en el cual deben estar las iniciativas que aporten valor a los objetivos estratégicos de la región y/o país. Para Gómez *et al.* (2012), los planes generales o planes de acción se entienden como un esquema general de trabajo que define, a grandes rasgos, las prioridades, los lineamientos básicos de una gestión y el alcance de sus funciones; estos se traducen en instrumentos que hacen realidad la materialización de los Planes de Desarrollo, los cuales se convierten en ideas que van a orientar y condicionar los portafolios, programas y proyectos.

De acuerdo a Pilkaité & Chmieliauskas (2015), los planes de acción, los programas y los proyectos se deben imbricar para integrar un Plan de Desarrollo, sea del orden nacional o regional, el cual debe seguir los principios de financiación del Estado. Desafortunadamente, las prácticas de gestión pública de proyectos no son las más adecuadas, presentando tres causas importantes: la primera se asocia con la débil coordinación e integración entre los proyectos, sean de orden regional o nacional; la segunda, con la ausencia de directrices de gobierno apropiadas en temas de gestión de proyectos; y la tercera, con personal inadecuado para gerenciar proyectos.

Evans (2009) argumenta que transformar el Estado industrial en uno de competencia, partiendo del hecho de que con mayor frecuencia el gobierno define políticas de asociación empresarial para su mantenimiento, promoción y expansión a una economía global para traer beneficios, donde este cambio hacia la modernización se encuentra soportado en: liderazgo, cambio del estado naturaleza política, identificados como agentes empresariales de la globalización, menor diferencias ideológicas entre los partidos políticos y la internacionalización de la política vigente. Es así como la modernización de las políticas públicas implica competitividad a través de la capacitación y conservación de su equipo de trabajo alrededor de sus funciones, sin que con esto se limite su creatividad, dejando de lado la intención del favorecimiento especial de algunos interesados. En este sentido, los proyectos públicos resultan ser muy interesantes, debido a que es la unión entre la estrategia de Gobierno y el modelo de Desarrollo Nacional. Análogamente, con el sector privado sería el empalme entre la estrategia y el modelo de negocio.

El proceso de modernización de las políticas públicas ha transformado las funciones y roles del gobierno, hizo que bienes y servicios públicos los administraran, en conjunto, entidades estatales con semi-autonomía y privadas prestadoras de servicios públicos con estrategias regionales a nivel local, naciendo una amplia red de gobierno a nivel mundial, cuyos desafíos radican en la gestión de los proyectos públicos para adaptarse a la nuevas políticas públicas de satisfacer las necesidades de la red de gobierno (Pierre & Peters, 2000). En el contexto colombiano, no se ha logrado armonizar de manera integral y a largo plazo las políticas públicas con los roles del gobierno, ni las necesidades de competitividad; por el contrario, han primado los beneficios particulares de personas y partidos sobre el bienestar de la región y/o del país.

La gestión administrativa de proyectos públicos ha estado presente desde siempre; es así, como la construcción de edificaciones importantes –por ejemplo, las obras magnánimas de los grandes imperios– son el reflejo de este hecho. Los resultados aún resultan impresionantes, pero en general requirieron una gran gestión sobre las diferentes restricciones, a saber: alcance, tiempo, costo, calidad, etc.

Con el transcurrir de los años, esta gestión fue “puliéndose” y fue necesario un cambio para afrontar las nuevas realidades del mundo, sus necesidades y exigencias. Aunque la introducción de cambios ha sido tan paulatina y escalonada, como diversa y flexible, se pueden identificar tres grandes ejes, sobre los que recae las principales modificaciones: el quién (el gestor o gerente), el cómo (metodología) y el para qué (necesidad).

El gestor (de burócrata a gerente): El primer debate que se presenta para la ejecución de proyectos que benefician a una sociedad, se concentra sobre la selección del mejor gestor: la función pública o la iniciativa privada. Esta disyuntiva está presente durante toda la evolución de la gestión pública. En un primer momento (siglo XIX), y frente a la desigualdad en la distribución de los capitales, esta labor fue asumida enteramente por el Estado (un Estado empresario), quien con una activa participación intentaba resarcir “los errores del mercado” (García Sánchez, 2007).

Posteriormente (década de los 70 del siglo XX), se generan alertas sobre la ineficacia de esta labor, asociadas a la burocracia y a la corrupción; y, una vez más, se critican los resultados evidenciando “los fallos del Estado” (García Sánchez, 2007). Años más tarde, empieza a aparecer una serie de guías para el gerenciamiento de proyectos, con el fin de dar los primeros pasos hacia una estandarización de su práctica, favoreciendo su logro y gestión.

Una de las mayores innovaciones en la gestión de proyectos de los últimos años es la *humanización del Gestor de Proyectos*. Se pasa de un *Gestor de Proyectos* con perfil técnico e implementador, conocedor de la materia, inflexible en las decisiones, enfocado únicamente al resultado, no líder visible en el equipo y en la organización, a un *Gestor de Proyectos* disciplinado, comprometido, con conocimiento, líder visible, flexible, tolerante con habilidades de comunicación efectiva y de coach del equipo, el hecho más importante es que se centra en el recurso más importante del proyecto y la organización: *las personas*.

El cómo: se han dado cambios importantes en la manera de abordar el gerenciamiento de proyectos; es así como actualmente existen diferentes escuelas de pensamiento, de las cuales resaltan el Project Management Institute (PMI), International Project Management Association (IPMA) y Project in Controlled Enviroments (PRINCE). Es de anotar, que estas escuelas han establecido una serie de guías para el gerenciamiento, donde el gerente de proyectos, de acuerdo con sus habilidades, define cuáles serán implementadas. De igual manera, es evidente la necesidad del establecimiento de una política pública como medio de control al gerenciamiento de los proyectos. Un objetivo importante de la política pública en materia de gestión de proyectos debería ir más allá de acciones puntuales de control, debería garantizar o guiar la gobernabilidad en la adopción de estrategias como la gestión de portafolios, programas y proyectos.

Las políticas públicas son instrumentos que le permiten al Estado el control social. A través de directrices estatales, los Estados y entes territoriales pueden ejercer autoridad frente a un colectivo, como una manera de abordar un tema específico y de interés público. Es de anotar, que más que un proceso técnico metódico, las políticas públicas son el producto de múltiples acciones conjuntas que deben ser coordinadas eficientemente por el Estado para garantizar la vigilancia de los recursos (Gómez, 2012).

Desde un enfoque más técnico, las políticas públicas son sistemas complejos de análisis, decisión y control que deben sortear la racionalidad de las decisiones de la gestión de los gobiernos, con el propósito de reducir la incertidumbre y favorecer la gestión de los riesgos, asegurando en todo momento los fundamentos del orden social. En este orden de ideas, una política pública debe estar enmarcada en un amplio proceso de participación social que favorezca la discusión política formal (Lahera, 2004). Adicionalmente, debe dar lugar a una fundamentación amplia de contenidos, tener claridad en los objetivos, elegir la mejor opción de financiamiento, realizar una evaluación costos versus beneficio social y garantizar la funcionalidad de los instrumentos de intervención.

Según Crawford & Helm (2009), la gobernabilidad es un aspecto complejo y concerniente al sector público con una necesidad política vivida para suplir las necesidades de las partes interesadas, mediante la rendición de cuentas, informes de control, la transparencia y la aplicación efectiva de los instrumentos de control, direccionados al logro de las estrategias públicas. En gran medida, las iniciativas relativas al gobierno son generadas por una necesidad, que no siempre es clara, de mejora de una parte de la sociedad. Necesidad que generalmente se refleja en proyectos y programas. La gestión de proyectos, por ejemplo, de infraestructura está determinada por enfoques que la subrayan como un proceso racional, bajo protocolos abiertos y planificados. Sin embargo, según Verweij (2015) existe poca certeza de una comprensión realista de la gestión de proyectos, debido a que su planeación y ejecución se presenta de manera aislada con su contexto físico y social.

Más recientemente, se propone un híbrido entre los dos sectores, apareciendo las Asociaciones o Alianzas Público Privadas (APP) que se refieren a contratos entre el gobierno y un ente privado con el propósito de culminar un proyecto que tradicionalmente ha sido atendido por el Estado, en donde este último se apoya en recursos privados. Esta alternativa permite al socio público introducir con mayor rapidez y flexibilidad tecnología e innovación, tener mayor control sobre sus presupuestos, diversificar sus inversiones y complementar sus limitaciones. Al mismo tiempo, permite al aliado privado desarrollar sus capacidades, aumentar su participación en el mercado y compartir los riesgos del proyecto según el modelo elegido (Alborta, Stevenson y Triana, 2011). Aunque la participación del sector privado en proyectos públicos no es nueva, el modelo APP amplía y flexibiliza esta relación, proporcionando un marco participativo para la provisión de infraestructura y servicios públicos.

En este sentido, la gestión de proyectos en un contexto regional tiene como fin dar respuesta a dos escenarios simultáneos: las exigencias globales, que buscan estandarización en pro de integrar económica, social, política y culturalmente a todos los países; y las necesidades locales, que requieren modelos ajustados a comunidades específicas y localidades puntuales (Jordán y Simioni, 2003). En dicha gestión, es evidente la necesidad de que la gerencia de proyectos públicos incorpore modelos dinámicos de análisis de entorno, toda vez que estos son permeables a las condiciones y variables exógenas.

En la actualidad, el principal reto de la Gestión de Proyectos es la *globalización*, que obliga a que esta se expanda a entornos internacionales y multiculturales; otro reto, es lograr resultados más rápidos y de alta calidad en un ambiente de alta incertidumbre que multiplica los riesgos.

Por otra parte, es importante considerar, en el ámbito de lo público, la evolución que se ha venido presentando en los últimos años: pasar de un Estado empresario (con activos productivos) a un Estado regulador (básicamente normativo, sin activos). Esta es la base del actual capitalismo, que considera la total privatización de los activos públicos. Por ejemplo, Colombia tiene un portafolio de empresas del Estado que está siendo revisado por influencia del FMI (Fondo Monetario Internacional), BID (Banco Interamericano de Desarrollo), CEPAL (La Comisión Económica para América Latina) y, sobre todo, de la OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos); este último tiene exigencias en este sentido para poder aceptar la solicitud de ingreso.

El para qué: en los últimos años se han dado una serie de cambios profundos y acelerados en las regiones, obligando a los gobiernos a incorporar en sus indicadores asuntos que antes se consideraban tangenciales, con el fin de suplir las demandas y necesidades de desarrollo: la diversidad cultural, la cooperación o la sostenibilidad. De igual manera, como lo menciona Blanco y Gomá (2002), es menester que los proyectos estén alineados a los planes estratégicos y al desarrollo de un país.

Considerando lo expuesto anteriormente, se comprende que ya no es posible abordar, caracterizar y enfrentar situaciones o problemas colectivos con modelos impostados; y, por el contrario, se entiende el bienestar comunitario como una consecuencia del desarrollo local bajo una mirada holística, multidisciplinaria, participativa e integral de dicha comunidad (Figuroa, 2005). En este orden de ideas, la Gestión de Proyectos Públicos debe incluir modelos que permitan la definición de las necesidades reales y contextualizadas de los interesados, sean estos: comunidades, empresas, gobiernos, etc.; y, así mismo, metodologías para la estimación y valoración de los impactos del proyecto, sean positivos y/o negativos.

Verweij (2015) afirma que la gerencia de proyectos está definida por un enfoque adiabático, es decir, por un sistema cerrado, lo cual no toma lugar en la realidad. Los proyectos interactúan con un sinnúmero de dimensiones, entre las cuales se encuentran el contexto social y psicológico de las personas; por ende, este gerenciamiento debe planearse desde el análisis de sistemas abiertos.

Este mismo autor aborda el tema de las APP, definidas como mecanismos para mejorar el desempeño de los proyectos de infraestructura pública. En su investigación encontró que este tipo de alianzas no han procurado un mejor gerenciamiento de los proyectos; de hecho, es evidente las debilidades en

planeación, concentrándose principalmente en la fase de ejecución y reflejando ineficiencias en el uso de los recursos y en la administración de los riesgos.

La incertidumbre de este tipo de alianzas puede conducir a la reducción del intercambio de información, negociaciones ineficientes y baja disposición a invertir, factores que impactan negativamente al desarrollo de los proyectos. En este sentido, Canoy, Janssen, Vollaard, van Bork y Ham (2001) exponen que la solución más apropiada para esta condición normal de inseguridad, es anticiparse a los riesgos potenciales a través de su identificación oportuna y, adicionalmente, permitir que la cooperación establezca las condiciones que permitan alcanzar beneficios compartidos. Además, sugiere la construcción de Sistemas de Autorización de Trabajo (SAT) para la definición de roles y responsabilidades.

De las APP se pueden obtener beneficios, favoreciendo el aprovechamiento de oportunidades, a saber: mejoría en los procesos de planificación asociados al intercambio de información –lecciones aprendidas–, incrementos en la eficiencia de los componentes relacionados en la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT), intercambios de experiencia que favorecen los logros del proyecto, mejor apalancamiento de la estructura de costos, debido a que las partes podrán concentrarse en lo que mejor saben hacer; por lo tanto, se potencian las economías de escala y alcance y, finalmente, se desarrolla una mejor gestión de los riesgos.

Akhmetshina & Mustafin (2015) expresan que actualmente varios países han implementado las APP como estrategia de desarrollo social en sus políticas públicas; por ejemplo, en Alemania la proporción de las organizaciones que reciben fondos presupuestales para estos fines es del 8,8%, y en Bélgica es del 12,7%. Manifiestan que en Finlandia el Estado promueve la innovación a través de la “Fundación de Apoyo a la Invención”, donde se establecen este tipo de alianzas para participar activamente en la configuración del sistema de innovación, es decir, proporcionan asesoramiento empresarial y asistencia financiera en el desarrollo de la gestión de la innovación, la evaluación de nuevos productos, patentes y comercialización de patentes. Por otra parte, Klijn (2009) asocia las APP como instrumentos de capitalización del Estado y no como un sistema de Gerenciamiento de Proyectos públicos.

Wu, Huang, Luo & Li (2014) hacen énfasis en que los proyectos públicos desempeñan una función muy importante en la economía de la República Popular China, y en este sentido, en el año 2004, el Gobierno –mediante el

Consejo de Estado– decidió favorecer la implementación de un modelo de Agentes de Sistemas de Construcción (ACS) para los proyectos públicos sin ánimo de lucro. En esta integración de sistemas, el eje fundamental es la incorporación y comprensión de los ciclos de vida, principalmente el ciclo de vida extendido del proyecto.

Por su parte Shiferaw & Klakegg (2012) describen, en su estudio desarrollado para la Oficina Gubernamental de Comercio del Reino Unido (OGC), que la carencia de una clara vinculación entre el proyecto y las prioridades estratégicas de la organización es una de las principales causas de proyectos fracasados. No obstante, el número de proyectos que no puede satisfacer las necesidades y prioridades del público también está aumentando.

Considerando el análisis comparativo de investigaciones realizadas en Europa, abordado desde perspectivas diferentes en la aplicación de instrumentos en proyectos de salubridad del sector público, existen instrumentos convencionales que están ligados a definir la autoridad, capacidad, incentivos por productividad, contemplando métricas operativas como la gestión del tiempo, costo y alcance de las actividades que se van a desarrollar durante todo el proyecto, lo cual conduce a considerar sólo estas tres restricciones, situación que conlleva a que la gestión de los proyectos no sea exitosa (Kapsali, 2011).

Como efectos de una inadecuada gestión de proyectos, a nivel mundial se puede mencionar proyectos sin éxito como el de desarrollo más grande de África al final del 2003: el oleoducto Chad-Camerún, el cual costó USD \$ 4,200 millones. A pesar del acuerdo con el gobierno de Chad, que, para ser financiado por el Banco Mundial, los ingresos sustanciales del petróleo se deberían redirigir a la reducción de la pobreza, el gobierno se negó a asignar recursos suficientes para la reducción de la pobreza crítica, en educación, salud, infraestructura, desarrollo rural y la gobernanza. En el año 2005, el gobierno de Chad anunció que el dinero del petróleo iría hacia el presupuesto general y el rearme de las fuerzas armadas, en contra de los objetivos originales del proyecto. Este empréstito, de acuerdo con el gobierno de Chad, fue aclamado como “innovador” debido a que canalizaba ingresos para los pobres, sin que estos finalmente pudieran beneficiarse de acuerdo con el objetivo original (Asmamaw & Ole, 2012).

En Yamoussoukro, Costa de Marfil, Félix Houphouët Boigny construyó la iglesia más grande del mundo (Basilica de la Virgen de Paz de Yamoussoukro) con un costo de US \$360 millones; en el Libro Guinness Récorde figura el proyecto como la iglesia más grande del mundo. Sin embargo, actualmente,

permanece vacía. Otro ejemplo de proyectos, se relaciona con el gobierno de Uganda, con la ayuda del Banco Mundial y el Banco Africano de Desarrollo, construyó una represa de 200-megavatios cerca de las cataratas de Bujagali en el Nilo. La represa tenía un efecto devastador en las comunidades de la zona. La contracorriente sumergió una enorme área de tierra cultivable y establecida, forzando a la migración y el reasentamiento de gran cantidad de personas (Asmamaw & Ole, 2012).

Wu *et al.* (2014) concluyen que el modelo ACS impactó positivamente con la intención de subsanar un sinnúmero de dificultades en el sector constructor, favoreciendo mejores resultados de gestión, potenciando el desarrollo de la economía local. De igual manera, estos autores destacan el SHE (Safety, Health and Environment Principle). La seguridad social, ambiental y ocupacional está ligada al éxito del proyecto, lo cual está inmerso en las buenas prácticas de sostenibilidad (Swan & Khalfan, 2007). En corolario con lo anterior, la gestión de proyectos debe incluir unos lineamientos muy diáfanos en el tema de Responsabilidad Social Corporativa.

Restrepo y Alzate (2013) presentan en la Figura 1 un diagrama de relaciones de todos los interesados de un proyecto. Este análisis conlleva a un entendimiento de las necesidades de estos interesados, que en última instancia soportan la construcción del enunciado del alcance del proyecto y del producto. Es de anotar, que en la gestión pública resulta más interesante y complejo este análisis, debido a la interacción del sistema abierto con un sinnúmero de variables del entorno.

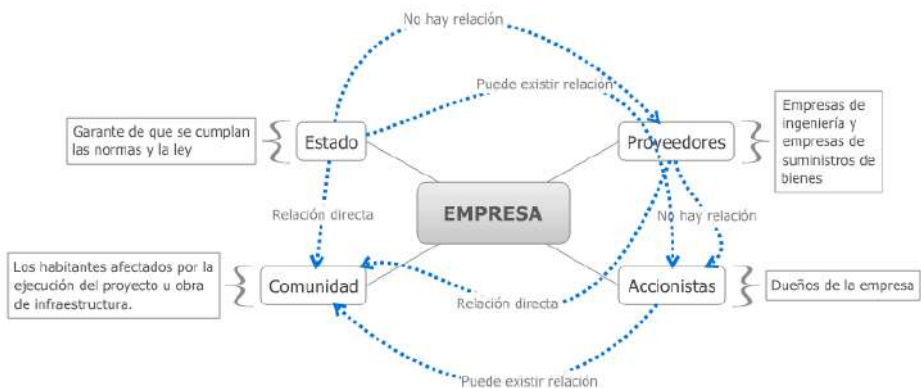


Figura 1. Diagrama de relaciones RSC a proyectos. Restrepo y Alzate (2013).

La Responsabilidad Social Corporativa cubre tres dimensiones: desempeño económico, administración ambiental e inversión social. En este aspecto, el teórico Jhon Elkington (como se citó en Wilenius, 2005) sugirió un modelo triangular, Figura 2, el cual ha sido usado en diferentes corporaciones privadas y estatales como herramienta para balancear las metas netamente económicas con una visión social y ambiental.

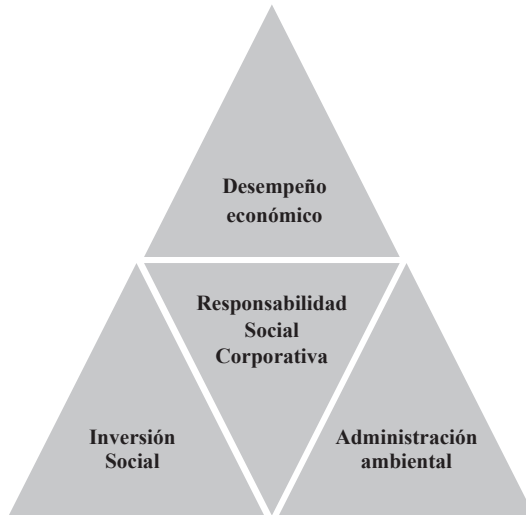


Figura 2. Modelo Triangular de Responsabilidad Corporativa.
Adaptado de Wilenius (2005).

La gestión pública de proyectos gerencia las relaciones entre los diferentes interesados en un proyecto, lo cual implica negociación, concertación de acuerdos y establecimiento de contratos entre las partes; por lo tanto, el desarrollo de dichas redes por medio de la asistencia tecnológica o el fortalecimiento institucional, y su correspondiente flujo de información, hace parte de la gestión de la gerencia del proyecto, donde se garantice la gestión del conocimiento (Schweinheim, 1998). Por su parte, Crawford & Helm (2009) aseveran que el sector público está caracterizado por una complejidad intrínseca del resultado de la interacción de los grupos de valor, lo cual se refleja en problemas de incertidumbre y, por tanto, en los riesgos. De igual manera, los proyectos públicos están sujetos a presiones políticas, escrutinio público y rendición de cuentas.

Mihaescu & Tapardel (2013) investigaron el contexto del gerenciamiento en Rumania e identificaron las siguientes características:

- La existencia de un marco jurídico normativo que determina las actividades en general. Este está diseñado para las instituciones públicas que llevan a cabo proyectos.
- El uso de los recursos públicos con el fin de llevar a cabo proyectos gubernamentales financiados por el presupuesto estatal, lo cual aumenta la responsabilidad de los políticos y gestores públicos.
- La existencia de un gran número de actores involucrados (instituciones gubernamentales, agencias, administradores públicos, grupos de interés y representantes políticos) y la rendición de cuentas a la sociedad.
- La dificultad de establecer prioridades y diferenciar los proyectos gubernamentales.
- Capacidad de la organización para implementar proyectos.

En su investigación, Pulmanis (2013) define que los gobiernos de algunas jurisdicciones brindan orientación sobre la forma de evaluar las propuestas, el uso de costos y beneficios, antes de comprometer fondos significativos de su presupuesto. Por ejemplo, los gobiernos de Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido y Estados Unidos proporcionan guías sobre temas y técnicas que deben tenerse en cuenta al momento de evaluar nuevas políticas de regulación, programas y proyectos. Finalmente, Pulmanis (2013) expone las siguientes prácticas de gerenciamiento para proyectos públicos:

- Incrementar la capacidad y las habilidades profesionales para los equipos de Gerenciamiento de Proyectos.
- Definir apropiadamente la estructura organizacional para la elaboración del proyecto y la implementación del mismo.
- Las herramientas de Gerenciamiento de Proyectos y las técnicas deberían ser aplicadas gradualmente y obligatorias para proyectos públicos de gran escala.

La investigación dirigida por Pilkaitė & Chmieliauskas (2015) se centró en identificar los principales problemas que surgen en los proyectos públicos de Lituania, resultando que los más importantes están asociados a debilidades en la planificación, en la identificación de las restricciones y en el análisis del entorno. De sus resultados, se resaltan las funciones básicas de una Oficina de Gerenciamiento de Proyectos, Project Management Office (PMO), enunciadas a continuación (Project Management Institute (PMI), 2017):

- Manejar los recursos organizacionales.
- Desarrollar la metodología y práctica de la gestión del proyecto.
- Clases particulares, tutorías, entrenamiento en la gestión del proyecto.

- Monitorear el cumplimiento de las normas, estándares, procedimientos y reportar el estado del proyecto.
- Coordinar la comunicación y asegurar la calidad.
- Crear procesos de patrimonio organizacional, políticas del proyecto, plantillas y procedimientos.
- Funciones adicionales dependiendo del PMO: facturación del servicio, participación de analistas de negocios.

En consonancia con las funciones de la PMO, Istrate, Marian & Ferencz (2014) definen tres direcciones de investigación para alcanzar el éxito de un proyecto, a saber:

- ¿Cómo? Lo que se justifica a través de funciones de grado inferior y hace hincapié en la construcción del árbol de decisiones.
- ¿Para qué? Justifica la contribución de las funciones de un grado inferior para los principales en una función compleja de la función de un grado inferior.
- ¿Cuándo? El tiempo para alcanzar la disyunción. Los momentos en los que la mayoría de las funciones se deben satisfacer simultáneamente.

Aunado a lo anterior, Cavalcante, Sousa, Milito y Oliveira (2014) afirman que la oficina de gestión de proyectos, PMO, es entendida por los administradores *públicos como un* elemento primordial para la alineación de los proyectos con los objetivos organizacionales. Además, como una herramienta para el seguimiento sistemático de los proyectos en desarrollo y para la creación de criterios de selección de proyectos.

En la investigación realizada por Fitsilis & Chalatsis (2014), en Grecia, sobre organizaciones públicas, para revisar las prácticas de Gerenciamiento de Proyectos encaminadas a una gestión exitosa, mediante el uso de encuestas semiestructuradas, se encontró que existen dos grandes grupos que inhiben la implementación de sistemas de Gerenciamiento de Proyectos. El primero de ellos está relacionado con los ajustes de los estándares de la estructura de Gerenciamiento de Proyectos; el otro, se asocia con los factores que inhiben el ambiente interno de estos grupos de trabajo. En este orden de ideas, Florescu (2012) establece que el éxito en el Gerenciamiento de Proyectos públicos depende de la medición del desempeño del gerenciamiento de los procesos al interior de organismos públicos. Así mismo, en estos no resulta palmaria la construcción de baterías (grupos) de indicadores que permitan un seguimiento y control objetivo y metódico a la calidad de los procesos, anidados a objetivos estratégicos y de proyectos.

El Gerenciamiento de Proyectos debe estar en un contexto tal, que sea posible definir herramientas e instrumentos de gerenciamiento que favorezcan y potencien el éxito de proyectos y la gestión efectiva de los mismos. En este análisis, Florescu (2012) afirma que es menester que el sector público defina un modelo de gestión de proyectos que incorpore la complejidad de estos y los riesgos asociados, considerando la estructura organizacional y funcional. En este mismo sentido, Cavalcante *et al.* (2014) afirman que los entes públicos deben enfocarse en el seguimiento y control de las restricciones y objetivos del proyecto. En este orden de ideas, los proyectos son de carácter temporal, único y multifuncional, permeados por los procesos de innovación, desarrollo de nuevos servicios y productos, y la mejora o adaptación al entorno de la organización.

En la investigación desarrollada por Roratto y Dotto (2012) se presenta el resultado del diagnóstico de los principales factores que podrían afectar negativamente el proceso de Gerenciamiento de Proyectos en una organización pública en Brasil, considerando los siguientes ejes la base para la construcción de una política pública de gestión de riesgos: la falta de infraestructura de la organización, desprestigio moral del Estado, desequilibrio entre la función pública, limitación legal excesiva, la continuidad administrativa, poca flexibilidad presupuestaria, el clima y la cultura organizacional constantemente en conflicto, la falta de profesionalismo en el nombramiento de personal y los retrasos en el proceso de adquisición. De igual forma, estas dificultades hacen que el sector público generalmente se muestre resistente a la adopción de buenas prácticas de Gerenciamiento de Proyectos.

En el estudio realizado por Kuprenas, Smith & Madjidi (1999), en donde se referencia a La Mesa de Ingeniería de la ciudad de los Ángeles (EEUU), la cual es la encargada de planear, diseñar, construir y direccionar los proyectos de esta ciudad, plantea que La Mesa decidió elaborar e implementar un plan de mejora en el gerenciamiento de proyectos, debido a debilidades que se encontraron en la definición de la estructura organizacional y en la asignación de roles y responsabilidades de los miembros de equipo. Esta investigación recomienda la implementación de una estructura de pensamiento ágil en la gestión de proyectos públicos, soportada en una revisión pormenorizada de los procesos, con el fin de eliminar desperdicios y mejorar el desempeño. Para este fin se establece lo siguiente:

- Elaboración de formatos – para establecer acuerdos – asociados a las restricciones del proyecto, como tiempo y costos, para aquellos procesos que se consideren pertinentes.

- Definición de acuerdos diáfanos entre La Mesa de ingenieros y el cliente, en los cuales se define la gestión del alcance y las responsabilidades de ambas partes.
- Establecimiento de medidas de desempeño mediante el diseño e implementación de cuadros de control (Gestión de Indicadores estratégicos).
- Construcción de instrumentos que permitan la medición y el reporte del desempeño del proyecto (Gestión del Valor Ganado).

En el Gerenciamiento de Proyectos públicos es palmaria la necesidad de incorporar una gestión de riesgos más asertiva y dinámica, que incluya todo el ciclo de vida del proyecto, y el análisis de procesos, denominado Supplier, Inputs, Process, Outputs and Customers (SIPOC) sean pertinentes. Respecto a este tema, Yang (2007) define un riesgo como un juicio incorrecto de algo impredecible; además, los riesgos en proyectos públicos deben ser gerenciados y controlados.

Reyes y Gonzalez (2014) complementan el tema de la gestión de los proyectos, indicando que la estructura matricial es, tal vez, la más usada por las organizaciones que desarrollan proyectos, debido a que se logran economías de escala, al compartir y optimizar los recursos. Esta estructura permite reportar a un líder de proyecto y a un gerente funcional, pero así mismo es causa de conflictos, posibles esfuerzos duplicados y menor lealtad entre los miembros del equipo. Una situación que se observa con frecuencia en las reuniones de seguimiento de proyectos, especialmente en el sector público, concierne a que estas se concentran en los análisis de ejecución/planificación, es decir, se enfocan en el pasado, obviando que la gestión de los riesgos es la mejor y la única manera de prever y corregir desviaciones del proyecto.

Asmamaw & Ole (2012) sugieren que los Estados establezcan un vínculo transparente entre las políticas y planes de desarrollo con la gestión de proyectos, mediante un sistema obligatorio de gestión de proyectos que permita el correcto proceso de selección y priorización de proyectos de inversión pública, con el fin de favorecer el éxito de los mismos. En este punto, se analiza la necesidad imperiosa de enlace entre los proyectos, las políticas, las estrategias, las necesidades y las prioridades públicas; de tal forma, que se logre un adecuado proceso de toma de decisiones por parte de los actores gubernamentales.

Por su parte, Schweinheim (1998) establece que es imperativo que las organizaciones, sin considerar si son públicas o privadas, definan unas competencias directivas soportadas en las siguientes dimensiones: funciones

gerenciales de equipo, habilidades gerenciales, el Know How en tecnologías de gestión, construcción de un marco de referencia de la inversión en capital humano y en la formación de capital social. Este mismo autor enuncia uno de los puntos en común entre diversos proyectos exitosos del sector público, fundamentado en la planeación estratégica, debido a que una vez constituido el análisis de la situación y de tener establecido la misión y visión, es posible modificar las estrategias y objetivos asociados a los cambios del entorno y del sector.

El análisis estratégico contribuye a la función gerencial de la gestión de la agenda institucional, la cual es la base para el diseño e implementación del proceso de definición de unas políticas públicas para la gestión de proyectos, para este fin, la gerencia pública se debe encargar de identificar los problemas a resolver, a través de la elaboración de un diagnóstico que mida la gestión sobre el ciclo de vida de gerenciamiento y el ciclo de vida del proyecto. Se sugiere que este diagnóstico lo desarrolle personal externo a la organización, para favorecer los procesos de transparencia y ética.

Conclusiones

El factor común en los artículos revisados resalta el hecho de que aún los Gobiernos continúan soslayando la necesidad de una política diáfana, rigurosa y metódica para el gerenciamiento de proyectos, donde se defina una clara distinción entre proyectos exitosos y gestión exitosa, aclarando, que se deben buscar ambos aspectos. Los proyectos exitosos son aquellos donde es palmaria la gestión de los interesados; por lo tanto, la satisfacción de las necesidades negociadas de estos, se estima mediante la siguiente expresión:

Nivel de satisfacción = Percepciones – Expectativas

Al revisar la expresión, es plausible estimar para diferentes momentos, en un proyecto, el nivel de satisfacción, en otras palabras, definir cómo se están gestionando los requerimientos y necesidades de los interesados. Por otra parte, cuando la literatura hace referencia a la gestión exitosa de proyectos, relaciona la habilidad del gerente de proyectos para gestionar y definir los supuestos, restricciones, externalidades y riesgos. Normalmente, los gerentes de proyectos públicos sólo se concentran en el triángulo de hierro, a saber: costos, tiempo y alcance; situación que puede re-direccionar el proyecto hacia otros objetivos.

En términos generales, lo que están expresando los diferentes autores se centra en que la gestión de proyectos debe estar en función de la misión, visión y objetivos estratégicos, por lo tanto, se garantiza que los resultados esperados (objetivos del proyecto) estén alineados con ello, generando valor (bienestar). Es evidente la necesidad de diseño e implementación de oficinas de Gerenciamiento de Proyectos en los entes territoriales, responsabilizándose de la gestión del ciclo de vida del proyecto, del ciclo de vida extendido y del ciclo de vida del gerenciamiento del proyecto. En la Figura 3 se esquematiza el nivel de madurez de este tipo de oficinas.

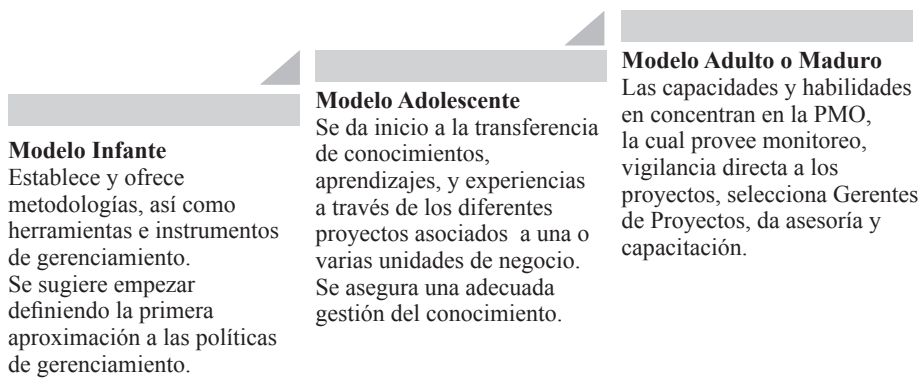


Figura 3. Madurez de una oficina de Gerenciamiento de Proyectos.

Elaboración propia.

La PMO pública se puede determinar como una unidad de ejecución táctica (Gestión de programas y proyectos, acciones hacia los ejecutores de las iniciativas de proyectos) con acciones de desarrollo de competencias, homologación y asesoría; y unidad de ejecución estratégica (Gestión de portafolios, acciones hacia la alta dirección) con acciones de control y gestión de la estrategia de dirección organizacional de proyectos (OPM) definida para la organización; es decir, portafolio, programas y proyectos. El valor de esta PMO es directamente proporcional al nivel de responsabilidades que gestiona y es asignada por la alta dirección.

La gestión del ciclo de vida de cada proyecto es asunto del gestor encomendado a lograr los objetivos de este y la gestión del ciclo de vida de gerenciamiento es determinado por la PMO en su rol de desarrollo de competencias y asesoría, pero su aplicación es responsabilidad del gestor del proyecto.

El desarrollo de las habilidades blandas debe ser imperioso en la gestión de proyectos públicos. Aún es, desafortunadamente, muy frecuente encontrar gerentes que han logrado este cargo por el fenómeno conocido como Efecto Halo. En otras palabras, se da por sentado que un buen profesional en un área determinada será un buen gerente en esta misma. Estos gerentes terminan siendo administradores de contratos o simplemente buenos administradores, pero adolecen de una visión estratégica e integradora de todas las variables inmersas en los análisis del entorno y del proyecto; les cuesta imbricar y correlacionar todo lo que sucede al interior y exterior del proyecto. Además, pasan por alto que los proyectos son sistemas abiertos que están en continua interacción con su ambiente, por lo tanto, pueden ser impactados e impactar.

La definición de una política pública de gestión de proyectos permite lograr economías de escala y alcance en el sector público, optimizando la gestión de procesos y operaciones. Este hecho se reflejaría en finanzas más claras, transparencia en los procesos, gestión y reporte de riesgos y mejora en la entrega de productos y/o servicios. Así mismo, la implementación de buenas prácticas gerenciales favorece la moral y satisfacción de los empleados.

Referencias

- Akhmetshina, E. & Mustafin, A. (2015). Public-private Partnership as a Tool for Development of Innovative Economy. *Procedia Economics and Finance*, 24, 35-40.
- Alborta, G., Stevenson, C. y Triana, S. (2011). *Asociaciones público privadas para la prestación de servicios: una visión hacia el futuro*. Washington D. C., Estados Unidos: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Blanco, I. y Gomá, R. (Comp.). (2002). *Gobiernos locales y redes participativas: retos e innovaciones*. España: Ariel.
- Canoy, M., Janssen, M., van Bork, G. y Vollaard, B. (2001). *PPS: Een Uidagend Huwelijk, Publiek-Private Samenwerking bij Combinatieprojecten*. Holada: Central Planfureau (CPB).
- Cavalcante, T., Sousa, M., Milito, C. y Oliveira, P. (2014). Fatores que contribuem para a maturidade em gerenciamento de projetos: o caso de um governo estadual. *Revista de administração*, 49(2), 415-428.

- Crawford, L. & Helm, J. (2009). Government and governance the value of project management in the public sector. *Project Management Journal*, 40(1), 73-87.
- Evans, M. (2009). Gordon Brown and public management reform -a project in search of a 'big idea'?. *Policy Studies*, 30(1), 33-51.
- Figueroa, G. (2005). *La metodología de elaboración de proyectos como una herramienta para el desarrollo cultural*. Santiago de Chile: UTEM, FONDART, D.G.I.
- Fitsilis, P. & Chalatsis, T. (2014). Adoption of Project Management Practices in Public Organizations. *iBusiness*, 6(3), 131-142.
- Florescu, M. (2012). Evaluation of the project management organisational ability of public organisations. *Annals of Faculty of Economics*, 1(2), 197-206.
- García Sánchez, I. M. (2007). La nueva gestión pública: evolución y tendencias. *Presupuesto y gasto público*, 47, 37-64.
- Gómez, R. (2012). Gestión de Políticas Públicas: Aspectos Operativos. *Revista de la Facultad de Salud Pública*, 30(2), 223-236.
- Gómez, R., Yepes, C., Rodríguez, F., Roldan, P., Velásquez, W., Lopera, J., ... Agudelo, S. (2012). *Manual de gestión de proyectos*. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia.
- Istrate, L., Marian, L. & Ferencz, I. (2014). The Use of a Project Management Application in Managing Investments in a Public Administration Institution. *Procedia Economics and Finance*, 15, 1732-1739.
- Jordán, R. y Simioni, D. (Comp.) (2003). *Gestión urbana para el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile, Chile: CEPAL, Cooperazione Italiana.
- Kapsali, M. (2011). How to implement innovation policies through projects successfully. *Technovation*, 31(12), 615-626.
- Klijn, E. (2009). Public-private partnerships in the Netherlands: policy, projects and lessons. *Economic Affairs*, 29(1), 26-32.

- Kuprenas, J., Smith, B. & Madjidi, F. (1999). Implementation Of Project management In Public Engineering organization. *Journal Of Management In Engineering*, 15(3), 69-77.
- Lahera, E. (2004). *Política y Políticas Públicas*. Santiago de Chile, Chile: CEPAL.
- Mihaescu, C. & Tapardel, A. (2013). A Public Administration Based on Project Management. *Administration and Public Management*, 20, 97-107.
- Pierre J. & Peters, G. (2000). *Governance, Politics and the State*. London, UK: St. Martin's Press.
- Pilkaitė, A. & Chmieliauskas, A. (2015). Changes in Public Sector Management: Establishment of Project Management Offices - A Comparative Case Study of Lithuania and Denmark. *Public Policy and Administration*, 14(2), 291-306.
- Project Management Institute (PMI). (2017). *Guía de los fundamentos para la dirección de proyectos*. USA, Atlanta: Project Management Institute.
- Pulmanis, E. (2013). Public Sector Project Management Efficiency problems, Case of Latvia. *Regional Formation an development Studies*, 11(3), 177-188.
- Restrepo, C. y Alzate, A. (2013). Aproximación a la Responsabilidad Social Corporativa, con énfasis en el direccionamiento de proyectos. *Revista Ciencias Estratégicas*, 21(29), 69-85.
- Reyes, A. y Gonzalez, L. (2014). Gestión estratégica del talento humano consideraciones de juicio para el desarrollo eficiente de proyectos desde la optica del chao manifesto. *Suma de Negocios*, 5(11), 49-61.
- Roratto, R. y Dotto, E. (2012). Fatores de risco no gerenciamento de projetos de tecnologia da informação em instituições públicas. *Revista de Economia e Administração*, 11(3). 386-399.
- Schweinheim, G. (1998). Competitividad, agendas locales, gestión municipal y competencias gerenciales públicas en contextos de modernización. En J. C. Venesia. (Ed.), *Políticas Públicas y Desarrollo Local* (27-42). El Salvador: IDR.
- Shiferaw, A. & Klakegg, O. (2012). Linking policies to projects: the key to identifying the right public investment projects. *Project Management Journal*, 43(4), 14-26.

- Swan, W. & Khalfan, M. (2007). Mutual objective setting for partnering projects in the public sector. *Engineering, Construction and Architectural Management*, 14(2), 119-130.
- Verweij, S. (2015). *Once the shovel hits the ground: Evaluating the management of complex implementation processes of public-private partnership infrastructure projects with qualitative comparative analysis* (Tesis PhD). The Netherlands: Erasmus University Rotterdam.
- Wilenius, M. (2005). Towards the age of corporate responsibility? Emerging challenges for the business World. *Futures*, 37(2-3), 133-150.
- Wu, Y., Huang, Y., Luo, W. & Li, C. (2014). Construction supervision mechanism for public projects in china: Progress Goal-Oriented perspective American Society of Civil Engineers. *Journal of Management in Engineering*, 30(2), 205-213.
- Yang, C. (2007). Primary influential factors in the management of public transportation projects in Taiwan. *Canadian Journal of Civil Engineering*, 34(1), 1-11.

Para citar este artículo:

Restrepo, C. (2020). Aproximación a la comprensión del gerenciamiento de proyectos públicos. *En-Contexto*, 8(12), 47-68.



De los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una oportunidad para la educación sostenible con perspectiva de géneros

From the Millennium Development Goals (MDGs) to the Sustainable Development Goals (SDG): an opportunity for sustainable education with gender perspective

Recibido: 14-06-2019 • Aprobado: 03-08-2020 • Página inicial: 69 - Página final: 91

Ángela María Botero Pulgarín*

Resumen: la intención de este artículo es establecer una relación entre dos modelos de desarrollo (ODM y ODS) con la perspectiva de género; esta relación estará atravesada por las políticas educativas y el papel que cumple la universidad pública en la sociedad. Para llevar a cabo esta intención, se partirá de la declaración de Incheon (2017), con la cual se enuncia el proyecto de eliminar la desigualdad de género, aproximadamente para el año 2030. De esta forma, este nuevo paradigma, que se enuncia en esta declaración, llevaría a fortalecer la democracia y todas sus instituciones.

Palabras clave: género; desarrollo del milenio; desarrollo sostenible; universidad.

Abstract: This article intends to establish a relationship between two development models (MDG and SDG) with a gender perspective; this relationship will be traversed by educational policies and the role of the public university in society. To carry out this intention, it will be started from the declaration of Incheon (2017), which the project to eliminate gender inequality is enunciated with, approximately by the year 2030. In this way, this new paradigm, which is stated in this declaration would lead to the strengthening of democracy and all its institutions.

Keywords: Gender; millennium development; sustainable development; university.

JEL: I29

* Doctora en Antropología Social, Master en Migraciones y Relaciones Intercomunitarias y Licenciatura Educación: Español y Literatura. Asesora de la Secretaría de las Mujeres del Municipio de Medellín, profesora universitaria y consultora en temas de género.

angelabotera@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1257-3020>

Dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS): uma oportunidade para uma educação sustentável com perspectiva de gênero

Resumo: a intenção deste artigo é estabelecer uma relação entre dois modelos de desenvolvimento (ODM e ODS) com a perspectiva de gênero; Esta relação será atravessada pelas políticas educacionais e pelo papel da universidade pública na sociedade. Para concretizar essa intenção, terá-se como base a declaração de Incheon (2017), que enuncia o projeto de eliminação da desigualdade de gênero, aproximadamente para o ano de 2030. Desta forma, este novo paradigma, que se afirma em esta declaração levaria ao fortalecimento da democracia e de todas as suas instituições.

Palavras-chave: gênero; desenvolvimento do milênio; desenvolvimento sustentável; universidade.

Fue práctica la que fundó el habla sobre ella, y su conciencia generó a su vez práctica. No habría práctica sino un puro *mover* en el mundo si quienes estaban *moviendo* en el mundo no se hubiesen hecho capaces de ir *sabiendo* lo que *hacían* al *mover*, y para qué movían. Fue la conciencia del *mover* lo que promovió el mover a la categoría de *práctica* e hizo que ésta necesariamente generase su *propio saber* (Freire, 1999, p.126)

Introducción

En este ensayo pretendo, en primer lugar, hacer un poco de historia y establecer una co-relación entre los dos modelos globales de desarrollo¹ que se han promulgado en este convulso inicio de siglo XXI y su compromiso con la perspectiva de género, la participación asociativa para el desarrollo y la educación para la equidad. En segundo lugar, busco poner de relieve la capacidad de las mujeres para reinventar maneras de sostener los movimientos sociales y, en consecuencia, situaré un tercer plano para insistir en la urgencia de transversalizar la perspectiva de género desde el feminismo crítico en todos los objetivos de la agenda, destacando el papel de la universidad como ente corresponsable del codesarrollo humano sostenible a través de las políticas de educación, enfocadas en los derechos, el feminismo y las diásporas. Esto es, recuperar las capacidades perdidas y aprovechar las oportunidades de las agendas de desarrollo universitario, del movimiento feminista con la agenda de los ODS. De tal manera que sea posible en 2030, y siguiendo la declaración de Incheon:²

(...) eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad (Educación 2030, 2017, p.21).

La eliminación de las disparidades requiere tratar la situación de todas las personas en situación de migraciones forzadas, en proceso de refugio y asilo.

¹ Los modelos globales a los que hago referencia son los ODM que son la propuesta hasta el 2015 y los ODS que se proyectan hasta el 2030.

² Esta declaración hace referencia a los objetivos centrados en la educación inclusiva, equitativa y de calidad y un aprendizaje a lo largo de la vida para todos y todas. Se puede ver el texto en el siguiente enlace aún vigente en línea <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002456/245656s.pdf>

Un poco de historia para contextualizar el tema

Este siglo estará marcado por varias cuestiones que tocan mi propia historicidad. Ser mujer, campesina, emigrada, feminista, doctoranda, de clase media baja, activista por los derechos humanos sexuales y reproductivos que aprendió del feminismo, en carne propia, y tuvo su acercamiento teórico a través de un proceso de formación sobre género y desarrollo con la Agencia de Cooperación Técnica Alemana GTZ³ y Proequidad como ente ejecutor de los proyectos de formación que el gobierno colombiano consolidó en la década del noventa para la implementación del enfoque de género en el desarrollo. Hago esta referencia auto-bio-etnográfica para relacionar una experiencia ligada al trabajo socio-comunitario de base con las políticas públicas internacionales. Dicha perspectiva se ve respaldada cuando las agencias transnacionales como las Naciones Unidas asumen que el desarrollo es un asunto global, de compromiso universal. Prueba de ello, es el llamado que desde el año 2000 se lanza bajo “los objetivos de desarrollo del milenio” y a partir del 2015 “los objetivos de desarrollo sostenible” proclamados con una agenda hasta el año 2030.

Estos cambios, situados desde mi experiencia particular, como activista y académica, hacen parte de la historia de política pública dispuesta por la agenda internacional. Imbricar experiencias focales con contextos globales posibilita nutrir un diálogo reflexivo crítico. Esta implicación, me hace corresponsable del devenir histórico y coprotagonista de los acontecimientos que están marcando estas primeras décadas del siglo XXI. Ejemplo de ello son los logros que vemos las mujeres cuando nuestras luchas se traducen en políticas públicas, lo cual se constata al comprobar que los enfoques de género y de derechos humanos se han convertido en una clave para el desarrollo gracias al trabajo incansable de las feministas que hemos puesto en el centro del debate los derechos humanos y los cuidados que soportan la economía y a la sostenibilidad de la vida⁴. Esto ha sido posible gracias a que desde los feminismos se ha buscado hacer presencia en todas las instancias de poder transnacional, ya que es más factible que se nos escuche a las mujeres haciendo incidencia desde fuera para poder cambiar desigualdades internas afincadas en el conservadurismo cultural que constriñe las libertades de las mujeres, privándonos del acceso a la libertad como primera condición del desarrollo (Sen, 2000).

³ La Cooperación Técnica Alemana (GTZ) cuenta con programas de Desarrollo Económico Local/Regional a partir de tres diferentes áreas prioritarias en América Latina y el Caribe: desarrollo económico sostenible, modernización del Estado y desarrollo rural. Su presencia en Colombia lleva alrededor de cinco décadas.

⁴ Es innegable que estamos mucho mejor que hace 50 años, pero queda mucho camino por recorrer y mucho trabajo que hacer para que lo logrado se sostenga en medio de las crisis y para que podamos disfrutar de una mejor calidad de vida.

Desde mi experiencia en Colombia y en el Estado español, puedo contrastar que el movimiento social de mujeres, de estudiantes, de migrantes, de indignados nos hemos convertido en un motor de cambio que va más allá de la equidad entre los géneros, ya que involucra otras inequidades y brechas determinadas por las condiciones materiales, simbólicas, geográficas, políticas, religiosas y educativas, entre otras, que retroalimentan un sistema patriarcal, capitalista y expoliador de los recursos naturales, en donde las mujeres hemos sido un medio para el desarrollo de otros. Se puede afirmar que somos las más afectadas por el “mal desarrollo” que ha traído más inseguridad y violencia.

La agenda de desarrollo sostenible propone estrategias integrales y compromisos transnacionales para cerrar brechas

Este principio de siglo también estará marcado por los movimientos poblacionales de millones de personas expulsadas de sus territorios (Sassen, 2015). Hacer parte de esta diáspora, me ha llevado a sostener una relación transnacional, aprovechando los avances tecnológicos que sostienen realidades interconectadas, lo cual es también una señal de identidad de este principio de siglo. Estas características imbricadas unas con otras e influenciadas por un contexto de cambios globales, nos invita a ser coprotagonistas en la construcción de un mundo posible y necesario, donde la gobernanza sea asunto de todas las personas y una realidad abierta a la participación pluriversal para cerrar brechas partiendo de que no se puede estar bien si otras personas están mal.⁵

Plantear cambios para renovar la sociedad trae tensiones negativas, que en palabras de Maquieira D’Angelo inciden positivamente en la creatividad, la articulación y la investigación para frenar las desigualdades y reducir las brechas:

Esta brecha entre los marcos normativos y las condiciones reales de vida de los seres humanos en contextos específicos exige también renovar un compromiso decidido desde la investigación y los movimientos sociales para esclarecer las razones de estas tensiones negativas en los procesos económicos, políticos y sociales actuales y al mismo tiempo generar la creatividad necesaria para desarrollar conocimientos alternativos y articular las voluntades de quienes quieren realmente universalizar la libertad y la seguridad humana. Y, dado que las mujeres están presentes en todas las divisiones sociales y en las viejas y nuevas formas de opresión, el feminismo no puede estar ausente de la vertebración teórica y política de esta ineludible movilización global (2011, p.28).

⁵ No en vano, el feminismo plantea que “si tocan a una nos tocan a todas”, lo cual es cierto, sobre todo si entendemos empáticamente que la in-justicia afecta a todo el género humano, a la madre tierra y al universo.

Esta tensión que nos expone la profesora Maquieira D'Angelo, también preocupa a la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), este organismo afirma que "(...) habrá fuertes presiones para reducir el gasto social. Por ello, las políticas para consolidar los avances sociales son importantes para el cambio estructural progresivo y la estabilidad económica" (p.168, 2016). Esta advertencia va directo a las políticas de igualdad, ya que todo lo que tiene que ver con las mujeres genera una gran tensión que aumenta en los contextos de crisis. Sintetizar estas tensiones nos alerta sobre las precauciones para sortear las dificultades que nos impiden cerrar las brechas históricas en las que el género femenino ha marcado la tensión negativa y, a la vez, ha propuesto la salida más creativa.

Estas tensiones también se están dando en el campo de las migraciones con unos resultados por evaluar en términos de oportunidad de desarrollo⁶ para los países y para las personas que generan un capital social a través de la movilidad humana. En términos de Giorgia Ceriani-Sebregondi existe un "capital de movilización" que es una derivación del potencial de movilización (como se citó en Whtol de Weden, 2013, p.26). En este sentido, capitalizar es atesorar conocimientos que muevan la sociedad, empujando el cambio cultural desde la educación movilizadora de una cultura crítica y reflexiva con perspectiva de género antirracista.

El desarrollo sostenible como indicador de libertad para todos los territorios

No se puede hablar de países desarrollados y países subdesarrollados, donde los primeros se acogen al estereotipo de un color, de un género, de una clase o de un continente, cuando sabemos que las vulnerabilidades, el empobrecimiento, la violencia de género, las migraciones y la falta de libertad ocurren en todas partes y, por tanto, las problemáticas son universales. De otro lado, las necesidades/capacidades, aunque son generalizadas traen especificidades que condicionan las afectaciones que dependen del punto de intersección que crucemos con raza, clase, género, sexo, procedencia, etnia, lengua, nivel de estudios, situación jurídica y grados de exposición del cuerpo a la violencia, entre otras.

Si el desarrollo es libertad (Sen, 2000), entonces la vida tiene que ser libre, ya que la calidad de vida requiere condiciones que faciliten el desarrollo de las capacidades humanas (Nussbaum, 2002); así como la superación social de las in-capacidades humanas o, como lo expuso Sassen en su reciente conferencia

⁶ En 2006, el secretario de la ONU, Kofi Annan presenta el informe Migración Internacional y Desarrollo a la Asamblea General de la ONU donde consta que "far from being a zero-sum game, migration can be made to yield benefits for all".

en la universidad complutense de Madrid en torno a los ODS y la agenda 2030. Ella nos alerta y recuerda que una de las capacidades humanas es la destrucción (2015). Así, las capacidades negativas se tienen que transformar para que los seres humanos nos bajemos de la supremacía como especie y nos sintamos en comunidad con los animales, las plantas, la tierra, las montañas, el agua y el aire. La madre tierra, la pacha mama, nos pide protección, es por eso que la sostenibilidad tendrá que transformarnos a todos y eso no es más que acatar el pedido de nuestros *antepresentes* indígenas que nos están diciendo que el hombre “blanquiado” capitalista, explotador, acumulador, poseedor, dueño y *des-arrollador* tiene que renunciar a su pedestal y poner en el centro los derechos humanos y del ecosistema. Ampliar lo humano más allá del ser para que lo posthumano tenga un lugar en la historia (Braidotti, 2015), y el conocimiento situado, nos lleve a reinventar otros *parentescos raros* como lo categoriza la científica feminista Haraway (1995), lo cual hace parte de esta búsqueda y reinención de otro mundo posible.

En este sentido, la invitación de los nuevos tiempos es a reevaluarnos como especie desde lo más personal hasta lo más político, para cambiar las relaciones establecidas desde la jerarquía del poder acumulativo y redistribuir los bienes y los servicios para el desarrollo de las capacidades creativas en pro de la mejora de las condiciones y la calidad de vida digna.

Los impactos de los ODS: una ventana a la esperanza

Poner las necesidades humanas en el centro desde la organicidad, es decir, holística e integralmente, permite tratar a las personas como sujetos y no objetos por desarrollar, ni mujeres a empoderar o minorías a estudiar; es recuperar los procesos que mantuvieron abierta la esperanza articulada desde lo local a lo global:

Tal desarrollo se concentra y sustenta en la satisfacción de las necesidades humanas fundamentales, en la generación de niveles crecientes de auto dependencia y en la articulación orgánica de los seres humanos con la naturaleza y la tecnología, de los procesos globales con los comportamientos locales, de lo personal con lo social, de la planificación con la autonomía y de la sociedad civil con el Estado (Max-Neef, 1998, p.30).

Un resultado de poner en el centro las necesidades de las mujeres, despertó capacidades de manejo y control de los altos niveles de incertidumbre suscitando respuestas organizadas ante el panorama bélico. Es así como muchas

organizaciones de mujeres y feministas que trabajábamos con Investigación Acción Participativa Feminista (IACPF), comenzamos a ver en estos ODM la oportunidad para nombrar el empobrecimiento de las mujeres, visibilizar la desnutrición, la falta de educación y el escaso reconocimiento de los derechos humanos vinculados a la salud sexual y reproductiva, y con ello trabajar por el empoderamiento sexual y de género como principio para la autonomía y la libertad de las mujeres.

Esta experiencia del movimiento social de mujeres, nos llevó a asumir que estos marcos generales eran una oportunidad y, por eso, aprovechamos sus indicadores para implementar proyectos en favor de las mujeres. De esta manera, asumimos estratégicamente los objetivos para evidenciar las debilidades, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades del desarrollo y así proponer proyectos, movilizaciones y políticas públicas para cambiar la situación a través de los argumentos de los objetivos que nos sirven para visibilizar las desigualdades y vulnerabilidades de las mujeres y las sociedades.

Interdependencia y complementariedad entre los objetivos son claves de sostenibilidad

Una de las claves aprovechadas por los movimientos sociales de mujeres es la interdependencia entre el objetivo número 8, *fomentar una asociación mundial para el desarrollo*, y el objetivo número 4, *promover la igualdad de género y la autonomía de la mujer*. Estos dos objetivos se convertirían en una bisagra para movilizar la perspectiva de género cualitativa y cuantitativamente. Hemos logrado visibilizar las brechas, las desigualdades y las inequidades generadoras de violencias basadas en el género, la clase, la etnia y la condición migratoria, y los grados de afectación cuando se interseccionan en las subjetividades de la condición humana de cada mujer.

A día de hoy, y vista la gran marcha del 8 de marzo en el Estado español y en el mundo entero, podemos afirmar que estos dos objetivos cumplieron un importante papel en la continuidad e implementación de los ODS. Reconocer que la movilización social hace cambiar el rumbo de la historia cuando incide en políticas públicas en favor de las personas con más vulnerabilidades, es afianzar una *asociación mundial para el desarrollo* desde abajo. Un movimiento social de mujeres bajo el paraguas teórico de los feminismos tiene como efecto poner también nuestra propia agenda y convertirnos en agentes de cambio, ya que como venimos repitiendo en los movimientos sociales “otro mundo no solo es posible, sino urgentemente necesario”.

Un impacto soberano: fomentar una asociación mundial para el desarrollo

En la siguiente figura, podemos ver que poner a girar los ODM en torno a la asociación mundial para el desarrollo fue estratégico para las mujeres. Como lo vengo sosteniendo, según esta línea de análisis que propongo, este objetivo, impulsado desde una perspectiva de género feminista (Maquieira D'Angelo, 2011),⁷ logra una movilización continua que permite seguir avanzando en el desarrollo a escala más humana como lo venía promoviendo Max-Neef (1998). Es decir, los movimientos sociales y las ONG asociadas a la defensa de los derechos humanos, económicos, sociales, culturales y políticos han sido sostenibles y sostenedoras del desarrollo y, por tanto, procede resaltar la influencia de la protesta/propuesta social como una realidad constante y emergente a la vez. La declaración hecha en 1995 así lo constata:

nosotros –afirmará una declaración alternativa de las organizaciones no gubernamentales– representantes de la sociedad civil, llamamos a los gobiernos y dirigentes político a reconocer que el sistema actual ha abierto la brecha más peligrosa de la historia de la humanidad entre una minoría excesivamente rica y sobreconsumidora y una mayoría de seres humanos que se empobrece en el sur, pero también cada vez más en el norte. Ninguna nación dividida de forma tan dramática tuvo en el pasado estabilidad por mucho tiempo. Ni frontera, ni fuerza alguna será capaz de contener la desesperación y el resentimiento⁸ (Terre des Hommes International Federation, 1997, p.10).

Esta declaración da cuenta tanto del poder organizativo como de la convicción de las organizaciones de la sociedad civil y un llamado a la acción participativa para prevenir las violencias generadas por las desigualdades y las inequidades estructurales. Evitar la violencia social por medio de la integración y la acogida política desde el ámbito académico, integrando los saberes de las personas que buscan refugio y protección puede ser parte de la prevención de la violencia xenofóbica que destapa la presencia de extranjeros, migrantes o refugiados. Los y las estudiantes “extranjerizadas” que están en busca de protección son fuentes de desarrollo, y pueden coadyuvar tanto al desarrollo del territorio al que llegan como al territorio del que vienen.

Como lo vemos en la siguiente figura, poner en el centro del desarrollo los intereses estratégicos y los indicadores para el “*fomento de una asociación*

⁷ Apuntes tomados de la intervención de la profesora en las jornadas celebradas en la UAM, el día 20 de marzo de 2018.

⁸ Declaración alternativa de las ONG en la cumbre de desarrollo Social de Copenhague en marzo de 1995.

mundial para el desarrollo”, ha asegurado que la promoción para la movilización social de la lucha por la búsqueda de satisfactores de las necesidades básicas de las mujeres sea reconocida en todos los ámbitos gracias al esfuerzo por la transversalización de la perspectiva de género en todos los planes, programas y proyectos. Esto es situar las necesidades/capacidades de las mujeres y las niñas como sujetos centrales de las políticas públicas a nivel local, aprovechando los alcances de la política global.



Figura 1. Diagrama para ver la interacción el fomento del asociacionismo para la igualdad a partir de los ODM.

Elaboración propia.

Desarrollo humano centrado en la igualdad de género y la autonomía de la mujer

La siguiente figura pone en relación directa la promoción de las políticas de igualdad de género y la autonomía de la mujer con el fomento de la asociación mundial para el desarrollo como condición para evidenciar que sin la perspectiva de género es imposible generar igualdad en el acceso a los beneficios del desarrollo.



Figura 2. Diagrama para ver la interacción desde la perspectiva de género en los ODM. Elaboración propia.

La transversalidad es un indicador de logro que se alcanza cuando las partes más débiles se ponen en el centro para fortalecer los procesos y, en este sentido, el movimiento social de mujeres, bajo el paradigma del feminismo, logra movilizar declaraciones que empujan un poco más el desarrollo de determinados temas que hacen parte de la agenda feminista transnacional. Cada objetivo es, a la vez, un punto de partida, un medio y un punto de llegada que se interrelaciona con los demás objetivos de acuerdo a la planificación estratégica y las condiciones que cada país, cada región, cada universidad sitúe en el centro, ya que *acabar con la pobreza* (ODS 1) va de la mano con la calidad de la participación y la educación para el empoderamiento de las personas más empobrecidas simbólicamente, económica y socialmente.

Analizar estas alianzas, nos permite concluir que la lucha de las mujeres y de los movimientos sociales en su búsqueda de voluntades políticas, ha abierto el camino que nos permite que podamos hablar de la segunda parte o *continuum* del plan de desarrollo a escala global, pues, según el Secretario General de la ONU, Ban Ki-Moon, “[l]os 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible son nuestra visión compartida de la humanidad y un contrato social entre los líderes del mundo y las personas”⁹ (Noticias ONU, 2015).

⁹ Ver enlace completo en el siguiente vínculo: <https://news.un.org/es/story/2015/12/1347821>

Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030: un reto integrador

Los ODS se abordan bajo el lema: “no debe dejarse a nadie atrás”, y, para ello, cambian de estrategia con el fin de hacerlo más participativo, incluyente y horizontal. Estos objetivos comprometen a todos los países, continentes y personas que habitamos el planeta bajo el reconocimiento de que no solo hay subdesarrollo, sino y, sobre todo, un mal desarrollo que ha llevado a la acumulación y al empobrecimiento extremos. En todos los continentes hay necesidades/capacidades básicas insatisfechas (Nussbaum 2002). En aras de subsanar estos problemas, la agenda para el desarrollo sostenible integra las dimensiones social, económica y ambiental del desarrollo sostenible, y atiende aspectos relacionados con la paz, la justicia y las instituciones eficaces para una gobernanza intersectorial y participativa.

ODS: alianza mundial para lograr la igualdad de género mediante la educación. Un triángulo de confluencia desde la Universidad Pública

Propuesta por una alianza para la equidad de género en la educación



Figura 3. Diagrama que toma como fuente la Resolución 70/1. Naciones Unidas 2015 para ver la relación imbricada desde el centro con los ODS. Elaboración propia.

Aunque los objetivos de desarrollo se nos presentan enumerados del 1 al 17, no quiere decir que unos sean más preponderantes que otros, por eso su implementación no es lineal, es decir, no es primero uno y después otro, ya que es la alternancia y la correlación lo que dinamiza su cumplimiento. De todas formas, es necesario exponer que desde el objetivo numerado como primero, “*poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo*”, hasta llegar al último que busca “*fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo*”, es necesario pasar por el trabajo de los demás objetivos, ya que son interdependientes. Sin embargo, así como en los ODM, la clave fue la perspectiva de género y la participación, en este nuevo tramo es vital recuperar esa fortaleza tal como lo expone ONU-Mujeres (2015) que trabaja para que este objetivo sea, no solo transversal, sino que tenga independencia, presupuesto e indicadores propios.

“*Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas*” es lo que hace que la sostenibilidad sea posible. Satisfacer las necesidades básicas y los intereses estratégicos son indicadores que garantizan, en buena medida, la consecución de los demás objetivos, ya que, si este no se cumple, todos los demás se debilitan. No es sostenible un desarrollo patriarcal que se capitaliza a partir de la explotación y desatención de más de la mitad de la población compuesta por las mujeres en todo su ciclo vital y en sus ámbitos productivos y reproductivos.

Como lo he expuesto anteriormente, si hubo una primera fase de avance con los ODM fue gracias a una constante lucha de las mujeres que se fortaleció, al punto que hoy podemos darle continuidad con una segunda fase más avanzada con los ODS. Como vemos, la lucha por el buen desarrollo también tiene historia y en esa historia las mujeres y las poblaciones más empobrecidas, a las que podríamos llamar víctimas del mal desarrollo, se han hecho resilientes. Esto es, que a pesar de las violencias extremas, como el feminicidio¹⁰ y el ecocidio,¹¹ las mujeres y las clases campesinas, indígenas, populares y migrantes, seguimos defendiendo nuestros derechos humanos y los de la madre tierra en y fuera de nuestros territorios:

Los nuevos objetivos de desarrollo sostenible, que consisten en una agenda de sostenibilidad más amplia, buscan completar aquello que los

¹⁰ Asesinatos de las mujeres por causas relacionadas con su género y con las relaciones de poder de los hombres contra las mujeres.

¹¹ Este término hace referencia a daños masivos al medio ambiente a causa de atentados al ecosistema causando daños irreparables a las aguas, los bosques y el aire afectando la calidad de vida humana, animal y ambiental. El ecofeminismo ha sido una respuesta de las mujeres feministas que han puesto en foco en la ecología y el desarrollo sustentable.

ODM no lograron, y van mucho más lejos para abordar las causas de fondo de la pobreza y la desigualdad (ONU-Mujeres, 2015).

Recuperar los aciertos de los ODM, y garantizar su sostenibilidad en esta segunda fase a través de la educación, es una oportunidad para que la Universidad Pública fortalezca la corresponsabilidad social y su rol como ente público para lograr una mejor gobernabilidad. Es menester aprovechar el marco lógico de la Agenda 2030 que insta a trabajar en pro de la equidad, la inclusión, el empoderamiento de las mujeres desde “(...) un feminismo internacional que desde la universidad apueste por involucrarse en la presentación de recomendaciones normativas que traspasan las fronteras de las culturas, las naciones, las religiones, las razas y las clases” (Gough, 2007/2008, p. 179). En el mismo sentido se pronuncia la CEPAL:

Para lograr los objetivos de una agenda con horizonte a 2030 centrada en la igualdad se requiere un cambio en el estilo de desarrollo y la implementación de políticas económicas, industriales, sociales y ambientales que deben alinearse con el cambio estructural progresivo. En este nuevo paradigma, las instituciones y las políticas públicas se articulan en torno a un gran impulso ambiental transformador de la estructura productiva, que complemente la incorporación de progreso técnico, la sostenibilidad y la igualdad (2016, p.149).

Un nuevo paradigma participativo, con perspectiva de género, impulsado por la educación superior, se ratifica como una alianza efectiva desde la academia, las instituciones, organizaciones y movimientos sociales para un cambio estructural progresivo, según la Declaración de Incheon.¹² Así los ODS 4, 5 y 17 articulados en y desde la universidad pública pueden ser una propuesta interesante para la gobernabilidad, entendiendo esta como la búsqueda de un equilibrio entre las instituciones y la ciudadanía activa que puedan ser corresponsables del fortalecimiento de la democracia de la sociedad, la cultura y las instituciones.

¹² La UNESCO, junto con la UNICEF, el Banco Mundial, el UNFPA, el PNUD, ONU-Mujeres y el ACNUR, organizó el Foro Mundial sobre la Educación 2015 en Incheon (República de Corea), del 19 al 22 de mayo de 2015. Más de 1.600 participantes de 160 países, entre los cuales se contaban 120 ministros, jefes y miembros de delegaciones, jefes de organismos y funcionarios de organizaciones multilaterales y bilaterales, así como representantes de la sociedad civil, la profesión docente, los jóvenes y el sector privado, aprobaron la Declaración de Incheon para la Educación 2030, en la que se presenta una nueva visión de la educación para los próximos 15 años (UNESCO, 2017).

Inclusión y equidad en la educación, según la Declaración de Incheon: una apuesta de equidad, diversidad y empoderamiento

Tabla 1.
Revisión de ODS

Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas
Compromiso: Nuestra visión es transformar las vidas mediante la educación, reconociendo el importante papel que desempeña la educación como motor principal del desarrollo y para la consecución de los demás ODS propuestos.	La nueva agenda se compone de 17 objetivos, incluido un objetivo independiente para la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (ODS 5) y metas con sensibilidad de género en los demás objetivos, ONU-Mujeres.
4.1 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños terminen la enseñanza primaria y secundaria, que ha de ser gratuita, equitativa y de calidad y producir resultados de aprendizaje pertinentes y efectivos.	5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.
4.2 De aquí a 2030, asegurar que todas las niñas y todos los niños tengan acceso a servicios de atención y desarrollo en la primera infancia y educación preescolar de calidad, a fin de que estén preparados para la enseñanza primaria.	5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.
4.3 De aquí a 2030, asegurar el acceso igualitario de todos los hombres y las mujeres a una formación técnica, profesional y superior de calidad, incluida la enseñanza universitaria.	5.3 Eliminar todas las prácticas nocivas, como el matrimonio infantil, precoz y forzado y la mutilación genital femenina.
4.4 De aquí a 2030, aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento.	5.4 Reconocer y valorar los cuidados y el trabajo doméstico no remunerados mediante servicios públicos, infraestructuras y políticas de protección social, y promoviendo la responsabilidad compartida en el hogar y la familia, según proceda en cada país.
4.5 De aquí a 2030, eliminar las disparidades de género en la educación y asegurar el acceso igualitario a todos los niveles de la enseñanza y la formación profesional para las personas vulnerables, incluidas las personas con discapacidad, los pueblos indígenas y los niños en situaciones de vulnerabilidad.	5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.

Objetivo 4. Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.

4.6 De aquí a 2030, asegurar que todos los jóvenes y una proporción considerable de los adultos, tanto hombres como mujeres, estén alfabetizados y tengan nociones elementales de aritmética.

4.7 De aquí a 2030, asegurar que todos los alumnos adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, entre otras cosas mediante la educación para el desarrollo sostenible y los estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.

Objetivo 5. Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas

5.6 Asegurar el acceso universal a la salud sexual y reproductiva y los derechos reproductivos, según lo acordado de conformidad con el Programa de Acción de la Conferencia Internacional sobre la Población y el Desarrollo, la Plataforma de Acción de Beijing y los documentos finales de sus conferencias de examen.

Elaboración propia a partir del documento de la Asamblea General Naciones Unidas (2015) y ONU-Mujeres (2015).

Los fundamentos de una propuesta integradora de gobernabilidad con gobernanza desde la universidad para la sociedad basada en tres objetivos focales, 1+15+17

Como se visualiza en la Tabla 1, es la interacción de estos objetivos lo que puede seguir fortaleciendo la alianza mundial para el desarrollo con sostenibilidad y equidad entre los géneros y los territorios. Así, la universalidad de la universidad se vislumbra como pluriversal y con perspectiva de ciudadanía global, lograda a través de una educación para el desarrollo sostenible. Esto significa que la sostenibilidad requiere una nueva ética en la renovación de programas y contenidos impartidos en las universidades. Un caso concreto es la cooperación universitaria donde es preciso revisar las relaciones en términos de equidad, de aprendizaje mutuo, de generación de experiencias y conocimientos desde la horizontalidad. La equidad en el campo del conocimiento requiere reconocer las iniquidades instauradas y/o reproducidas desde la educación superior y desde la cooperación.

Plantear estos objetivos, pasa por reconocer las deficiencias, las brechas y las tensiones sostenidas desde el ámbito educativo. Así, la búsqueda de la equidad parte de la recuperación de las diferentes maneras de producir conocimiento, reconociendo el colonialismo patriarcal como un paradigma inequitativo que se requiere cambiar. Este cambio de paradigma pasa por la autocrítica que implica reconocer que el conocimiento ha sido divulgado desde un punto de vista colonialista, patriarcal, sexista, eurocentrista y clasista, pero no para entonar el *mea culpa*, sino como un primer paso para lograr que otro mundo sea posible y que la universidad pública sea promotora de cambios reales y concretos:

Se abren, entonces, espacios para un nuevo ciclo de inversiones que conduzcan a un cambio estructural progresivo, un nuevo impulso de destrucción creadora –para usar la expresión de Schumpeter– en que el proceso de destrucción se refiere a los viejos patrones tecnológicos, productivos, de consumo y de distribución del ingreso que ya no son sostenibles, o que son contradictorios con el marco normativo que la comunidad internacional aprobó en la Agenda 2030 (CEPAL, 2016, p.16).

Es imperante, entonces, deconstruir ciertas verdades absolutas a través de la educación crítica y reflexiva. Para ello, las universidades tendrán que planear el desarrollo siguiendo el mapa de esta agenda y amoldándose al sentir de los nuevos tiempos. Estos nuevos tiempos están siendo marcados por nuevas identidades que se movilizan para exigir derechos humanos, culturales, económicos, sexuales, sociales y políticos. Es así como la feminización de la pobreza y de las migraciones (Sassen, 2003) se ha traducido en la feminización de la protesta social y prueba de ello es lo que las feministas venimos llamando “la cuarta hola del feminismo”, marcada por la alta e innegable presencia de las mujeres que, de manera pacífica, estamos exigiendo un cambio estructural. El protagonismo de los movimientos sociales, y de las mujeres, es un logro de sostenibilidad para la humanidad, impactando tanto lo personal, en el ámbito más local, como lo político, en el ámbito más transnacional.

La transformación de los modelos hegemónicos como un acto de resistencia del feminismo contra la dominación patriarcal es y ha sido un constante emerger de “artivismos”¹³ que no ha cesado de crecer e interseccionalizarse con otras discriminaciones para cuestionar el sistema capitalista, colonial, binario y eurocéntrico presente en el ámbito académico e investigativo. Este pensamiento crítico ha sido incómodo para muchas instituciones que ven en la crítica un ataque y, aunque promueven un pensamiento crítico e interseccional, no han

¹³ Promover cambios sociales a través del arte como didáctica de un activismo basado en la pedagogía artística.

desarrollado aún la capacidad de autocritica que permita introducir cambios multidimensionales e inter y trans-disciplinarios.

Las instituciones están conformadas por personas y cada persona es generadora de cambios en sus escenarios de trabajo. Esta experiencia, me ha hecho confirmar que la educación, el feminismo y la participación social son un excelente triángulo de transformación sostenible, dado que asume que lo personal es político y promulga una coherencia entre lo público con lo privado, lo individual con lo social, lo objetivo con lo subjetivo y lo cuantitativo con lo cualitativo.

Para terminar, y aunque los contenidos propuestos están trabajados en toda la trama de este ensayo, quiero hacer énfasis en la pregunta por la universidad en relación con el Estado y el desarrollo sostenible: ¿cómo puede hacer el Estado una universidad pública sostenible y cómo puede la universidad participar de un Estado sostenible sin dejar a nadie atrás?

Retomar la invitación a pensar en la *función del Estado, la Universidad y el cumplimiento de los ODS*, me lleva a reflexionar propositivamente sobre un tema tan urgente como emergente: las diásporas y las relaciones des-coloniales. Sabemos que para los países latinoamericanos es importante la relación con España y viceversa. En la actualidad, hay mucha población procedente de América Latina que ya ocupa, con cierto arraigo, este territorio que se hace cada vez más mestizo como consecuencia del aumento de las migraciones, lo cual amerita revisar esos vínculos para equilibrar las relaciones en términos de equidad. Para ello, propongo hacer una cooperación que involucre la diáspora latinoamericana o, si se desea, más específicamente, la diáspora de un país con el que se quiera establecer relaciones de cooperación interuniversitaria.

Como lo he expuesto más arriba, es posible establecer una coalición entre los objetivos 4, 5 y 17, para gestar un proyecto piloto que después se pueda trabajar con otras diásporas de diferentes continentes y países, que ven desperdiciadas las capacidades y títulos profesionales produciendo una exclusión de profesionales migrantes que se quedan marginalizados de la formación y el desarrollo académico. Mi experiencia, como migrante-autoexiliada, me ha demostrado que la lucha por el estudio, la participación y la equidad se queda en un impulso individual, en el compromiso de algún o alguna docente comprometida, pero hace falta una respuesta institucional sólida.

Interés y motivación de una ciudadana del mundo por hacer parte del desarrollo a través del programa de movilidad y ciudadanía global

Puede ser que la paz no sea posible mientras la venta de armas sea el mayor negocio, puede ser que el hambre, la desigualdad y la violencia persistan, pero mientras viva, trabajaré para lograr un cambio y seré parte de la utopía que quiere crear, aunque nade en la incertidumbre, porque la única certeza que me queda es la de no querer vivir en el pasado y eso me da fuerza para transformar el presente, haciendo parte de la emancipación humana mediante la educación (Gimeno, 2008) y el empoderamiento de las mujeres desde un feminismo crítico con el modelo establecido. Este es el mayor acto de amor por la sociedad poshumana (Braidotti, 2015), ya que la responsabilidad, con la sostenibilidad, tiene que ir más allá del parentesco (Haraway, 2016), es decir que el futuro nos pertenece desde el presente; por tanto, la educación para el cuidado del mundo no puede tener fronteras, y esta es la re-evolución educativa pendiente.

Trabajar por el logro de los objetivos de desarrollo sostenible puede ser una oportunidad de concebir la cooperación transnacional con los territorios extranjeros o con los extranjeros de otros territorios que ocupan otros escenarios. ¿Será posible proyectar el desarrollo con personas que se desplacen a “otros” territorios tanto como con las que se desplacen hacia “nuestros” territorios? Si todos los países pasan por un mal desarrollo, será que a través de una nueva educación es posible cambiar este enfoque jerárquico y pensar, por ejemplo, que Colombia puede hacer cooperación con España y que América Latina puede aportar al desarrollo sostenible de Europa.

La inclusión y la equidad en la educación y a través de ella son la piedra angular de una agenda de la educación transformadora, y por consiguiente nos comprometemos a hacer frente a todas las formas de exclusión y marginación, las disparidades y las desigualdades en el acceso, la participación y los resultados de aprendizaje. Ninguna meta educativa debería considerarse lograda a menos que se haya logrado para todos. Por lo tanto, nos comprometemos a realizar los cambios necesarios en las políticas de educación y a centrar nuestros esfuerzos en los más desfavorecidos, especialmente aquellos con discapacidad, para velar por que nadie se quede atrás (CEPAL, 2016, p.23).

La inclusión y la equidad, desde el enfoque de derechos, tienen una doble implicación: de un lado el “cumplimiento de los compromisos de los Estados asumidos en su legislación interna y en la normativa internacional” y, de otro, que “la sociedad debe ser un sujeto de derechos, lo que implica que los gobiernos están obligados a reglas de conducta y resultados”. De tal

manera que sea posible avanzar hacia sociedades más igualitarias, solidarias y cohesionadas como proyecto del “(...) cierre de brechas que debe ser la guía de las intervenciones públicas para la igualdad sustantiva, que no se reduce a la igualdad de oportunidades, sino que incluye también la igualdad de derechos, medios, capacidades y resultados” (CEPAL, 2016 p.23).

La coalición entre organización de mujeres, universidades e instancias gubernamentales es estratégica para el cumplimiento y la transversalización de los objetivos, como lo demuestra la experiencia sistematizada por la profesora Maquieira D’Angelo (2005) con relación al Instituto de Estudios de la Mujer (IUE). Estas articulaciones pueden garantizar, por lo menos, un trazado interno y externo a través del sistema universitario: “(...) como hemos visto nuestra trayectoria se ha caracterizado por una progresiva institucionalización derivada de las exigencias y oportunidades del sistema universitario” (p.351).

La universidad, así como las y los estudiantes, podemos aprovechar las sinergias con otras instancias y, en especial, aprovechar la experiencia del IUEM, la Oficina de Acción Solidaria y Cooperación que, junto a la emergencia del feminismo y las migraciones internacionales, puede innovar, retomando estos retos del siglo XXI y transformar la sociedad que necesita gobernabilidad con gobernanza y para ello, como lo expresa el profesor Gimeno (2008), la antropología de orientación pública, como disciplina con visión problematizadora tiene que desarrollar metodologías capaces de enfrentar de manera eficaz la comprensión de los problemas sociales de nuestro tiempo, es decir, enfrentar creativamente el mundo contemporáneo es parte del reto de este siglo que viene con brechas heredadas de siglos pasados, pero también con avances teóricos y prácticos generadores de bienestar.

Recuperando la propuesta de la profesora Maquieira D’Angelo: las estructuras de desarrollo de la comunidad científica necesitan incorporar la perspectiva de género no solo por cuestión de justicia, sino que es urgente reconocer la importancia de un saber crítico que mejore la calidad científica y para ello es imprescindible la financiación y el compromiso de la universidad. Dicho compromiso quedó refrendado con la presentación de la Agenda ante la comunidad universitaria en el acto de presentación de las “primeras jornadas de sensibilización UAM – AGENDA 2030”, realizada el 20 de marzo de 2018 en la Universidad Autónoma de Madrid, organizada por el Vicerrectorado de Relaciones Institucionales, Responsabilidad Social y Cultura, por la Oficina de Acción Solidaria y Cooperación y el Vicerrectorado de Campus y Universidad. Cito esta experiencia por considerarla una iniciativa replicable transfronterizamente para ampliar la cooperación inter-universitaria. Como lo

expone Gamba¹⁴ y Arias (2018) es una oportunidad importante para movilizar a estudiantes, docentes, directivas y organizaciones locales e internacionales en pro de una universidad socialmente sostenible y políticamente comprometida con una nueva cultura de desarrollo.

Así, la interdependencia de los ODS (Chavarro *et al.*, 2017) requiere de una visión y acción interdisciplinar que nos lleve a superar la historia única y la disciplina monolítica que dificulta la interacción académica y la transversalidad de los enfoques diferenciales, multi y trans-disciplinarios.

La sostenibilidad suena a falacia, pero es deseablemente necesario sostener la idea para que nos siga impulsando a la utopía, ya que en esta radica la fuerza terca de la esperanza en una educación para la igualdad a partir de la equidad y la búsqueda del cambio sostenible en un contexto de movilidad humana en creciente aumento, dada la realidad de los desplazamientos forzados, las migraciones, el refugio, el asilo y todas las diásporas globales fruto de las expulsiones humanas (Botero, 2019).

Referencias

- Asamblea General Naciones Unidas. (2015). *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*. Recuperado de http://unctad.org/meetings/es/SessionalDocuments/ares70d1_es.pdf
- Botero, Á. (2019). *Autoetnografía Participativa: Trayectorias migrantes de mujeres colombianas en el estado español* (tesis doctoral). Universidad Autónoma de Madrid, España.
- Braidotti, R. (2015). *Lo Posthumano*. Barcelona, Madrid: Gedisa.
- Chavarro, D., Vélez, M., Galo, T., Montenegro, I., Hernández, A. y Olaya, A. (2017). *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible en Colombia y el aporte de la ciencia, la tecnología y la innovación*. Recuperado de https://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/objetivos_de_desarrollo_sostenible_y_aporte_a_la_cti_v_3.5.pdf

¹⁴ Ana Gamba Romero, es una mujer colombiana candidata a doctora en Antropología de orientación pública y técnica de implementación de la Agenda 2030 de la Oficina de Acción Solidaria y Cooperación de la Universidad Autónoma de Madrid. Su trabajo en investigación y buenas prácticas para la participación de estudiantes refugiados y refugiadas en los planes académicos, la hacen ser referente en temas de restitución de derechos desde la cooperación interuniversitaria.

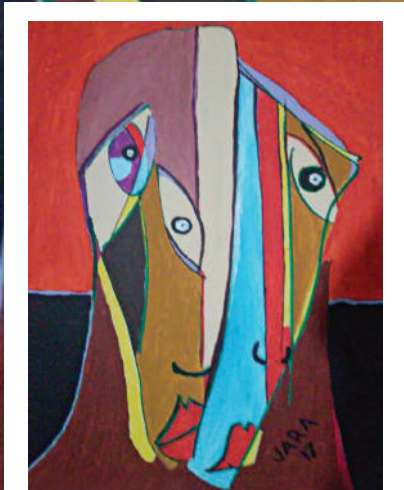
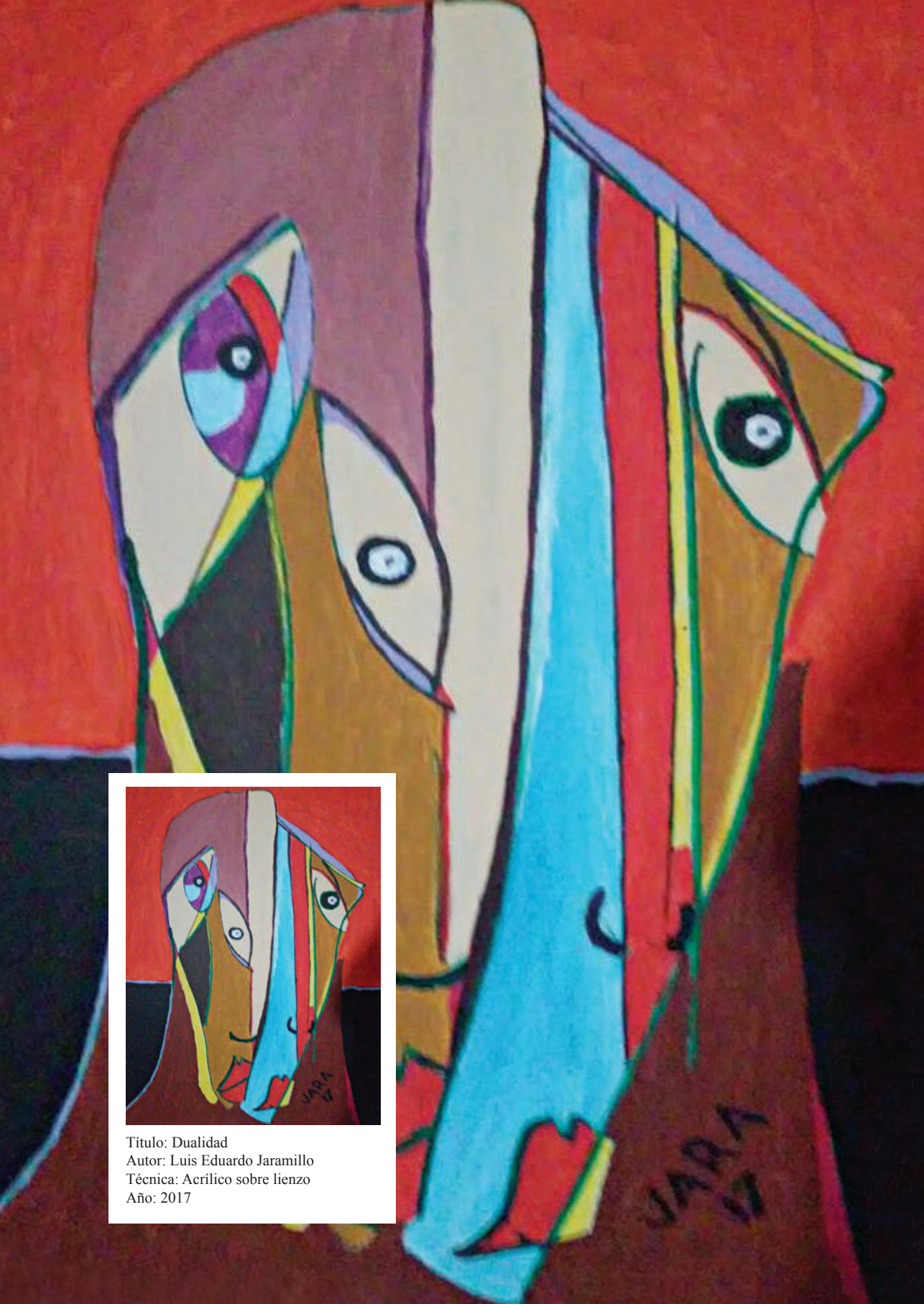
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2016). *Horizontes 2030. La igualdad en el centro del desarrollo sostenible*. Ciudad de México, México: ONU-CEPAL. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/40159/4/S1600653_es.pdf
- Educación 2030. (2016). *Declaración de Incheon y marco de acción para la realización del objetivo de desarrollo sostenible 4*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002456/245656s.pdf>
- Freire, P. (2002). *Cartas a quien pretende enseñar*. México: Siglo XXI editores, SA.
- Gamba, A. y Arias, S., (2018). El papel de la cooperación universitaria al desarrollo en el nuevo escenario de la agenda 2030. *Revista española de cooperación*, 41, 13-32.
- Gimeno, J. (2008). Antropología(s) de orientación pública: “asomarse unos centímetros más allá del borde, ahí donde la perspectiva se amplía ligeramente”. En M. Jabarto, P. Monreal y P. Palenzuela (Ed.), *Antropología de Orientación Pública: Visibilización y Compromiso de la Antropología* (247-275). España: Ankulegi. Recuperado de <https://www.ankulegi.org/4-antropologia-de-orientacion-publica-visibilizacion-y-compromiso-de-la-antropologia/#>
- Gough, I. (2007/2008). El enfoque de las capacidades de M. Nussbaum: un análisis comparado con nuestra teoría de las necesidades humanas. *Papeles de Relaciones Ecosociales y Cambio Global*, 100, 176-202. Recuperado de <http://otrodesarrollo.com/desarrollohumano/GoughEnfoqueCapacidadesNusbaum.pdf>
- Haraway, D. (1995). *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid, España: Cátedra.
- Haraway, D. (2016). *Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene*. United State of America: Duke University Press-Durham and London.
- Maquieira D’Angelo, V. (2005). *Democracia, Feminismo y Universidad en el siglo XXI*. Madrid, España: IUEM.
- Maquieira D’Angelo, V. (2011). Mujeres, globalización y derechos humanos reflexiones desde la categoría de “tensión”. *Pensamiento Iberoamericano*, 9, 21-41. Recuperado de <file:///C:/Users/Biblioteca/Downloads/DialnetMujeresGlobalizacionYDerechosHumanos-3710878.pdf>
- Max-Neef, M. (1998). *Desarrollo a escala humana conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Montevideo-Barcelona: Editorial Nordan.

- Noticias ONU. (2015). *El 1. de enero entra en vigor la nueva Agenda de Desarrollo Sostenible*. Recuperado de <https://news.un.org/es/story/2015/12/1347821>
- Nussbaum. M. (2002). *Las mujeres y el desarrollo humano: el enfoque de las capacidades*. Barcelona, España: Herder.
- ONU-Mujeres. (2015). *La agenda 2030 para el desarrollo sostenible*. Recuperado de <http://www.unwomen.org/es/what-we-do/post-2015>
- Sassen, S. (2003). *Contrageografías de la globalización género y ciudadanía en los circuitos transfronterizos*. Madrid, España: Traficante de sueños.
- Sassen, S. (2015). *Expulsiones. Brutalidad y complejidad en la economía global*. España: Kat.
- Sen. A. (2000). *Desarrollo y Libertad*. Barcelona, España: Editorial Planeta.
- Terre des Hommes International Federation. (1997). *El derecho a la equidad. Ética y mundialización social*. Barcelona, España: Icaria.
- UNESCO. (2017). *Declaración de Incheon y Marco de Acción para la realización del Objetivo de Desarrollo Sostenible 4: Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad*. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002456/245656s.pdf>
- Wihtol de Wenden, C. (2013). *El fenómeno migratorio en el siglo XXI. Migrantes, refugiados y relaciones internacionales*. México: FCE.

Para citar este artículo:

- Botero-Pulgarín, Á. (2020). De los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una oportunidad para la educación sostenible. *En-Contexto*, 8(12), 69-91.





Título: Dualidad
Autor: Luis Eduardo Jaramillo
Técnica: Acrílico sobre lienzo
Año: 2017

El contenido digital en las administraciones locales: condiciones ontológicas y organizativas para su creación y gestión

Digital content in administrations local: ontological and organizational conditions for its creation and manage

Recibido: 05-07-2019 • Aprobado: 11-08-2020 • Página inicial: 93 - Página final: 114

Sergio Jiménez Meroño*

Resumen: el presente artículo pretende argumentar que los contenidos digitales son los elementos más importantes de interacción entre un sitio web y las personas. Para cumplir con esta pretensión, el artículo mostrará: primero, un balance sobre algunos trabajos dedicados a la creación de contenidos digitales de forma local; segundo, la necesidad de diferentes contenidos digitales cuando se habla de los gobiernos locales; tercero, cómo se pueden crear contenidos en estas organizaciones. Así, se concluirá que la creación de contenidos digitales debe ser adaptada para cada gobierno local.

Palabras clave: contenido digital; gobierno local; web; información; creación.

Abstract: This article aims to argue that digital contents are the most important elements for interaction among a website and people. To achieve this claim, the article will show: first, a balance on some previous papers dedicated to the creation of digital content locally; second, the need for different digital content when talking about local governments; third, how content can be created in these organizations. Thus, it will be concluded that the creation of digital content must be adapted for each local government.

Keywords: Digital content; local government; web; information; creation.

JEL: M19

* Doctor en Ciencias Políticas y de la Administración de la Universidad Complutense de Madrid - España, diploma en Ciencias Políticas y Sociales por el Institut d'Etudes Politiques de Paris, Achievement Award en Inteligencia Web por las Universidades de California Irvine y British Columbia. Consultor especializado en Administración y Gobierno electrónico con más de 10 años de experiencia.

sergio@analiticapublica.es

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5213-1203>

Conteúdo digital nas administrações locais: condições ontológicas e organizacionais para a sua criação e gestão

Resumo: este artigo tem como objetivo argumentar que o conteúdo digital é o elemento mais importante na interação entre um site e as pessoas. Para atender a essa pretensão, o artigo apresentará: primeiro, um balanço de algumas obras dedicadas à criação de conteúdo digital localmente; em segundo lugar, a necessidade de diferentes conteúdos digitais ao falar sobre governos locais; terceiro, como o conteúdo pode ser criado nessas organizações. Assim, concluirá-se que a criação de conteúdos digitais deve ser adaptada para cada governo local.

Palavras-chave: conteúdo digital; governo local; web; informação; criação.

Introducción

Uno de los mantras del mundo digital es que el contenido es el rey, es decir, lo que hace que las personas usen una web, que aparezca en buscadores, y que su reputación crezca es fruto de la calidad y adecuación del contenido al público. En este contexto, las administraciones públicas se encuentran con un panorama diferente del que tiene el sector público. Por un lado, no tiene que enfrentarse al mercado para asentar su autoridad como creador legítimo de contenido; por otro, los requisitos normativos y las prácticas de comunicación habitual que desarrollan, le dificulta crear contenidos centrados en las personas a las que se dirigen.

El presente artículo hace una recopilación del estado del arte de la creación de contenidos digitales, adaptado a las características específicas de las administraciones locales. Para ello, partiremos de los atributos que definen el contenido digital como principal elemento de interacción entre entornos digitales y personas. Posteriormente, realizaremos una revisión de las necesidades de comunicación de los gobiernos locales como agentes con una triple naturaleza: gobierno, administración y dinamizadores de la vida local, y cómo esto supone la articulación de diferentes tipos y entornos de contenido. Una tercera parte se centrará en los aspectos estructurales que pueden influir en la capacidad de crear contenidos en la organización, de manera que se puedan prever los riesgos y posibles problemas relativos a la creación y gestión cotidiana de contenidos. Finalmente, plantearemos un mecanismo de gestión y gobernanza de contenidos en los entes locales para poder realizar, de esta manera, una creación sostenible y adaptada a cada caso.

El contenido es lo que define la web

El contenido marca el camino a las personas

Lo primero que debemos decir es que un sitio web público generalmente alberga mucha información. Existe información sobre su parte corporativa, sus servicios, sus órganos de gobierno, su actividad y demás. Esto obliga, por pura necesidad, a crear un orden en las cosas. Hay que decidir dónde dejamos cada contenido y cómo lo agrupamos.

¿En qué influye esto a las personas que usan una web? En términos generales hay que entender que las personas permanecen en un espacio digital cuando el contenido al que acceden está alineado con sus expectativas, necesidades y

valores, tal y como indican Eisenberg, Eisenberg & Davis (2002), afectando a las siguientes áreas del cerebro:

- Cortex prefrontal: influye en las emociones, la planificación y la toma de decisiones.
- El área de Broca: descodifica la complejidad del mensaje; cuanto más compleja es la presentación de un mensaje, más difícil es la comprensión.
- Área de Wrenickes: asocia nombres con conceptos u objetos. Si el área de Broca pone en orden las palabras, la de Wrenickes les da significado. El equilibrio entre contenidos claros, sencillos e identificables con elementos distintivos y sorprendentes permite un mensaje más efectivo.

En este sentido, la creación de contenido digital requiere integrar:

- Relevancia.
- Persuasión que permita abordar la decisión o la comprensión de lo que se ofrece desde diferentes enfoques.
- Integración estética.

Pongamos un ejemplo habitual en el sector público: un ayuntamiento que crea una web y que, a la hora de organizar su sitio, se basa en las áreas de gobierno. Esto podría tener cierta lógica. Sin embargo, nos podemos encontrar fácilmente que la información sobre la creación de empresas y ayudas al acristalamiento de viviendas están en el área de economía y desarrollo sostenible. Además, podemos encontrar que pedir un cubo de basura para una comunidad está en el área de urbanismo, que lleva también los Planes de Ordenación. Estos mecanismos de organización (y son sólo dos ejemplos) son muy comunes y afectan a los “no iniciados” en la institución. En términos generales, la incapacidad de las administraciones de clarificar el lenguaje y articular el contenido necesario para los diferentes perfiles de público generan estrés a las personas que acceden a los servicios, tal y como indica el grupo U.S. Governmente, en su estudio *Expectatives and challenges: Informing the future of the federal front door* (2016), dicho estudio destaca los siguientes problemas:

- Falta de comprensión del contenido.
- Exceso de información ofrecida.
- Falta de transparencia en el seguimiento del proceso.

En términos reales, esto se traduce en que la gente usa más Google que la propia web municipal para encontrar lo que busca. Esto no es necesariamente

malo, pero limita desde lo que se puede averiguar lo que busca: si se busca la licencia de obras para la reforma (en el área de urbanismo), a lo mejor no se conoce la información de que existan ayudas para mejorar el acristalamiento.

Los términos que usamos traen o expulsan a las personas

El complemento habitual a la estructura del contenido es la terminología que usamos. Normalmente, cualquiera que se mueve en una web (y la naturaleza de una web es moverse hasta conseguir lo que se busca) lo hace como si fuera un mapa. En este sentido, las palabras y los términos son como el mapa que permite intuir a dónde llegamos.

Por ello, la definición de los términos es crucial para contactar a las personas. No estamos hablando solo de guiar a las personas, sino directamente de echarles del sitio. Volvamos al ejemplo del ayuntamiento. Puede tener un área de juventud, una de cooperación, una de servicios sociales y otra de participación. ¿Dónde debe buscar ayuda una asociación para inserción laboral de jóvenes y migrantes? Posiblemente en los enlaces “ayudas” o “subvenciones”. Pero ¿qué puede entonces tener cada uno de estos elementos que hemos dicho antes? ¿memorias de actividad? ¿programas de gobierno? ¿publicaciones? ¿un directorio? Incluso es posible que, si no hay un trabajo de optimización para buscadores (SEO), ni siquiera un buscador pueda ser de mucha utilidad (Solis, 2017).

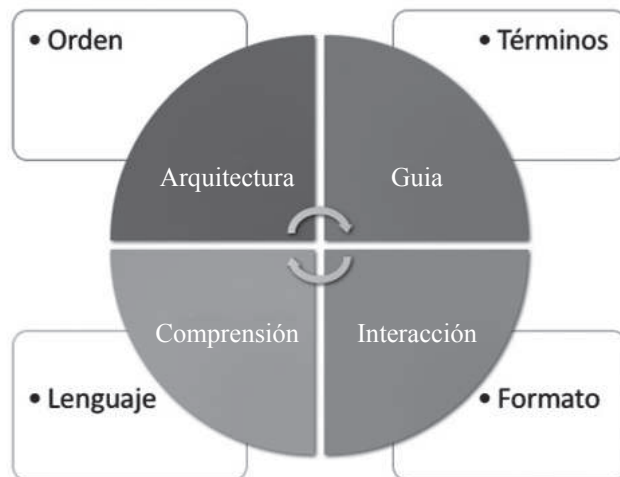


Figura 1. Componentes clave del contenido.
Elaboración propia a partir de Casey (2015).

La cuestión no es sólo que esto genere confusión, y una tarea de búsqueda no siempre es sencilla, sino que las palabras que usemos orienten, pero también expulsen. Si alguien busca información sobre ayudas a la escolarización y no encuentra una mención en la parte de educación, posiblemente acabe descartando que existan ayudas. Esto es especialmente sensible cuando hablamos de cuestiones que no son de “común conocimiento”.

Uno de los problemas del desarrollo de contenidos digitales es su falta de personalización: la ausencia de alineación entre valores, intereses y lenguaje de quien escribe con el que lo lee, genera un abandono prematuro de dicho contenido o un estrés adicional.

El uso de *buyer personas* en el desarrollo de productos y servicios digitales es un elemento básico para entender la evolución de la economía 2.0. Dicha herramienta parte de la ideación de individuos concretos y definidos que permitan simular y validar el contenido creado para su aprobación. Esto requiere:

- Definir tipos de usuarios o clientes a los que se dirige el servicio.
- Establecer los principales elementos o niveles de interacción e intereses con el servicio, es decir, qué es lo que buscan y qué aspectos le preocupan.
- Establecer aspectos de personalidad que afecten al proceso de la toma de decisiones.

La elaboración de personas se puede realizar de dos maneras, una más empírica y experimental, a través de la realización de entrevistas a perfiles similares (Vaughan, 2015); o bien, como ocurre en las metodologías de *design thinking*, en un proceso de reflexión de un equipo que conoce al público y que ha realizado un trabajo de empatía previo (Echegaray, Urbano y Barrutieta, 2017).

La integración de estos perfiles en el proceso de diseño y validación del contenido es un elemento medular para crear contenido adecuado en espacios digitales, tal y como lo indica Spool (2008). El lenguaje es como nos entendemos con las personas

El lenguaje es el tercer nivel. Normalmente, podríamos decir que queremos un lenguaje sencillo, fácil y claro; otros podrían decir que es mejor un lenguaje técnico. En verdad, el lenguaje se tiene que definir en la relación con tu público; es decir, las palabras, los términos, son algo que se dicen a otra(s) persona(s). Por ello, debemos elegir el lenguaje que se adapte al público al que nos dirigimos.

Por ejemplo, es relativamente fácil encontrar información turística con un lenguaje técnico, geográfico e histórico de alta precisión. Es decir, menciona como atractivo los encantos geológicos del municipio, el valor arquitectónico de la iglesia y los eventos históricos que tienen lugar allí. Esto posiblemente atraiga a gente interesada por la geología, la arquitectura y la historia, pero con conocimientos sobre estos temas. Sin embargo, si se dice que hay un paraje natural único en el mundo con una iglesia medieval en perfecto estado de conservación, el lenguaje supone palabras, términos, y frases específicas para el público al que nos dirigimos.

Hay que identificar a ese público en términos explícitos (por ejemplo, edad, profesión o nivel de estudios), pero también implícitos o internos (estado de ánimo o psicológico). Por ejemplo, es evidente que el perfil del contratante se puede permitir un lenguaje más técnico que la sección de festividades municipales. Sin embargo, el estrés que genera presentar o esperar una resolución a un contrato público es algo que influye igualmente, pero que no es evidente. Quizá el uso del lenguaje y la terminología, así como la construcción de las frases o el diseño del sitio, puede ser la diferencia de pasar cinco o cincuenta segundos hasta encontrar la resolución de este.

El formato dice a qué personas queremos llegar

Un último elemento es el formato del contenido. El formato afecta del mismo modo al público al que queremos llegar como a las condiciones en que se accede a ese contenido. Pongamos un ejemplo claro: no es lo mismo escribir una página web para mí que para alguien de 26 años o para un pensionado. Hay quien lee todos los detalles (skimming) y quien lee sólo aspectos resaltados rápidamente (scanning). El formato tiene un impacto importante en la creación de un contenido útil, tal y como señala Nielsen (2000). Entre los elementos de formato a considerar, destacan los siguientes:

- Palabras clave.
- Subencabezados explicativos.
- Listados.
- Mantener una idea por párrafo.

Alguien más joven directamente cuando vea un texto largo, salvo que le interese mucho, se va a volver. Si no sabemos a quién nos dirigimos (y cómo lee el contenido) posiblemente desista de él (Eisenberg & Eisenber, 2006). El uso de estos elementos permite tanto adaptarse a los lectores de tipo rápido y ocasional sin excluir a los lectores con conocimientos específicos.

Esto incluye, adicionalmente, algo para lo que el sector público no está preparado del todo: el teléfono móvil. Hoy en día la mayor parte de la navegación en Internet se hace a través de pantallas de unas 5 pulgadas. Un texto de más de 1000 palabras va a tener problemas para ser consumido por el público que usa esencialmente este dispositivo. Especialmente, en determinado canal. En diferentes ayuntamientos, se ha documentado que la duración de sesiones a través de teléfono móvil suele abordar algo menos de un minuto y una sola página, lo que es una diferencia respecto a las sesiones que se realizan en equipos de mesa. Incluso parece indicar que las personas realizan pesquisas previas en el móvil y dejan las tareas más complejas para equipos de mesa. Esto no es necesariamente negativo, solo hay que tenerlo en cuenta a la hora de definir dónde ubicar cada contenido (Casey, 2015).

El contenido atrae o no a determinado público. El contenido en realidad hace que sólo determinado público interactúe a través de la web: configura la realidad del servicio que prestamos. Ahora vamos a ver cómo esa configuración afecta.

El contenido en las web municipales

Los tres contenidos de la web municipal

Los gobiernos locales por su naturaleza y tamaño imbrican su naturaleza política y administrativa, esto hace que su relación con la ciudadanía abarque ambas esferas. Es el ayuntamiento donde hay que buscar a los representantes de la ciudadanía, pero también el acceso a los servicios públicos. A esta doble cara hay que añadir una variante más: la promoción o dinamización de actividades que no desarrolla directamente, pero que interesan a la comunidad. De esta manera, esta doble naturaleza se plasma en tres tipos de contenidos (Alba, 1997):

- Información institucional. En ella se presta toda la información sobre la institución política. Esto incluye, además de su composición y normativa, todo lo referente a su gestión, procedimientos y actividad, así como todo lo referente a la *participación y transparencia*. Es la información política en toda su extensión.
- Servicios públicos. Los servicios públicos *incluyen una enorme variedad y grados de profundidad en el mundo digital*. Existen servicios de los que solo se puede dar información, otros de los que solo se puede facilitar el acceso y otros que solo se pueden hacer completamente.
- Información municipal. Existe una serie de actividades en las que el ayuntamiento no participa, o lo hace de manera muy residual, pero que

puede ser de interés para la ciudadanía. Esto abarca ámbitos tan diversos que van desde los negocios locales hasta la liga deportiva del municipio o carreras populares.

Se trata de tres tipos de contenidos diferentes con distintas finalidades para la organización, posibilidades tecnológicas e intereses para la ciudadanía.

El interés de la ciudadanía y la navegación

La gente no suele buscar información por el origen de esta, sino por sus propias necesidades. Esto es un primer elemento a considerar. Si queremos entender el comportamiento de la ciudadanía tenemos que partir de esto.

Debemos partir de dos cuestiones básicas

- A las personas le podemos ofrecer un máximo dentro de la web. Es decir, en los sitios de información solo podemos aspirar a que estén al tanto de lo que hay; en la de servicios, avanzar en nuestra tecnología al máximo; y en la de participación, una mayor o menor interacción. *Cada bloque de contenido tiene una finalidad, una utilidad para el ciudadano y un objetivo propio* (Kaushik, 2007).
- Cada página tiene una función en sí misma. Un sitio web tiene una serie de páginas, cada una de ellas aporta algo a la institución y especialmente a las personas. A través de ellas se orienta a dónde ir, se informa qué se puede hacer o cómo se realizan sus acciones.

Así pues, tenemos dos variables importantes en toda la ecuación: *el consumo* (lo que las personas usan y cómo lo usan) y *el contenido* (lo que ofrecemos para que logren lo que necesitan).

Analizando el contenido

Para proceder al análisis de contenido realizamos las siguientes acciones:

- Catalogando las principales webs. Generalmente un sitio tiene miles de webs, así que lo que hemos hecho es quedarnos en su armazón. Para ello, se revisa el *mapa del sitio y cada página referenciada*; luego, las catalogamos por la finalidad de ese contenido (si es información/promoción, información corporativa o servicios).

- Analizando la función de cada web. Hay páginas que sirven para informar a la gente (*informativas*); también existen páginas que sirven para que la gente se mueva de un lado a otro, como los menús o índices (*navegacionales*); finalmente, están las que buscan algún tipo de interacción efectiva (*transaccionales*) (Muñoz y Elósegui, 2011).
- Estudiando el contenido. Miramos el contenido, no con una revisión exhaustiva, *sino para ver qué es lo que hay o lo que falta*. Es relativamente fácil encontrar páginas con contenido duplicado o con una sola línea de texto; también las hay con vídeo, fotos, etc. Esto incide posiblemente en el consumo del usuario.
- Evaluando el consumo. Una vez tenemos esta idea, lo que hacemos es *obtener unas pocas métricas que nos sirvan para entender el consumo* tanto de su temática, naturaleza de su contenido como de su función. Estas métricas nos van a servir para ver si el público consume el contenido como se espera, así como comparar el comportamiento de cada uno de ellos.



Figura 2. Dimensiones del contenido en una web de un gobierno local.
Elaboración propia.

Sacando conclusiones de los portales municipales

El propósito de la comparación es encontrar:

- Los contenidos que interesan. ¿Qué temas están generando una mayor relevancia en la web? Esto no significa necesariamente que sean los que más guste, sino los que usa más la gente (Kaushik, 2007).

- Los que funcionan mejor (Casey, 2015). Los contenidos pueden interesar, pero dentro de eso, su naturaleza tiene una finalidad implícita: hay contenidos con mayor fidelización (por ejemplo, espacios de participación) y otros con menos. La idea es prever cómo debería comportarse el público en ese contenido y ver si los datos son fieles o no.
- Encontrar qué bloques tienen problemas en su desarrollo (Casey, 2015). Si encontramos un tema que muestra una excepción en su consumo, debemos prestarle atención. Imaginemos que, por ejemplo, la página para presentar impuestos en un portal tiene muchas más vistas que la de pagarlos. Esto puede indicar que no está bien ubicada en los menús o en sus enlaces. Por otro lado, podemos encontrar que algunas páginas de información tienen un consumo (o número de visitas) muy distinta a otras similares.

La comparación nos sirve para entender mejor dos cosas: lo que el público está buscando y la capacidad de la web de adaptarse a ello.

Planificar los contenidos

Realmente se trata de pensar cómo reorganizar el contenido. Sin embargo, una reestructuración no es necesariamente algo tan complicado como muchos piensan. Cuando se organiza una cosa así, tenemos cuatro elementos a manejar:

- La ubicación física del contenido. Es decir, en qué espacio está. Esto suele vincularse a la arquitectura de la web, tanto en términos técnicos como en términos organizativos.
- Los menús. Normalmente la gente se maneja a través de menús, más aún, cuando la materia que tienen que gestionar no es una que domine especialmente. Organizar el contenido tiene mucho más que ver con la organización de estos menús y enlaces que facilitan la manera de llegar a la gente de un punto a otro.
- El lenguaje. Los menús son el cómo llegar a un sitio, pero el lenguaje es el qué.
- Las mecánicas de navegación. Hay algunas cosas que no entran directamente en el trabajo, pero que son importantes. Si, por ejemplo, tenemos un sitio de un centro médico con un listado de doctores y hay que entrar en una página personal de cada uno de ellos, acabamos obligando a la gente a ir adelante y atrás. En este caso, puede ser interesante explorar diferentes soluciones tecnológicas para ofrecer el mismo contenido *sin tanto movimiento*.

Cada municipio tiene su propio modelo

Estos elementos deben facilitar la tracción a lo largo de los diferentes bloques en función de los intereses de la ciudadanía. Es decir, lo lógico es que una persona que llegue buscando información sobre cómo montar un negocio, tenga, de una manera u otra, pistas para encontrar información sobre la política local, el concejal, los servicios similares y el comercio.

Cada municipio tiene, como es lógico, su enfoque de qué temas le interesan y cómo gestionarlos. Cada municipio es una comunidad política con sus ideas, sus necesidades, y sus expectativas. La función de una web es adaptarse a esas condiciones y la mejor manera de hacerlo es tratar de entenderlas.

La creación de contenido en las organizaciones públicas

Los problemas de contenido de una web nunca son fruto de una sola cosa o de una mala decisión. Se trata más bien de una serie de características que asume la organización, algunas de ellas (muy pocas) voluntariamente, otras por la propia evolución de su dinámica. Los grandes problemas de contenido no son culpa de nadie, sino del ciclo vital de las organizaciones y los cambios que experimentan a través de él. Casi como una consecuencia involuntaria. Hay tres dimensiones fundamentales:

- Estructurales.
- Organizativas.
- Productivas.

Anatomía del contenido digital: factores estructurales

El primer bloque es el que podemos llamar estructural y corresponde a los recursos que tiene la organización. Los sitúo en el primer lugar, porque de todos los que vamos a tratar están profundamente imbuidos en la organización. Es decir, es realmente muy complicado deshacerse o modificar estos elementos, por su importancia y permanencia. Esto no significa que no se pueda “trabajar con ellos”, sino que podemos actuar, pero es complicado cambiarlos o deshacerse de ellos. Estos son:

- Personal de la organización. ¿Cuántas personas trabajan en la organización? Un número mayor o menor influye mucho en el contenido. No hablemos tanto del número de personas, sino de la *riqueza de puestos y funciones*; cuanto más grande y diversa es una organización, más cantidad de

“autores” de contenido habrá. El número de personas influye mucho en cómo podemos generar contenido, podemos hacer más o menos, pero controlarlo es otra historia.

- Recursos tecnológicos. No vamos a hablar de que la tecnología sea un “matrimonio de por vida”, pero sí suele ser una relación a largo plazo. Es decir, cuando se elige o se crea un gestor de contenido y se configura, *se está definiendo quién puede hacer qué, y qué recursos se tienen para hacerlo*. Cuanto más abierto es el esquema tecnológico, más gente puede generar contenido; cuanto más estrecho o restrictivo, más centralizada será la creación de contenidos. Habrá menos manos para escribir.

Factores organizativos

Los factores organizativos son los que dependen directamente de la configuración de poder y de recursos de la organización. Es decir, están implicados en la organización, pero, a diferencia de los anteriores, corresponden a decisiones y políticas de esta. Esto significa que, en realidad, sí podemos cambiar (aunque con dificultad) estos elementos. Entre ellos tenemos:

- Estructura organizativa. ¿Estamos en un modelo muy centralizado o poco centralizado? Generalmente, cuando una organización tiene una estructura centralizada, también su gestión de contenidos lo es. En todo caso, hablamos de la creación de contenidos y su aprobación. ¿Puede escribir todo el mundo? Incluso si lo hace, ¿hay una o unas cuantas personas que aprueban, validan o modifican el contenido?
- Enfoque de la generación del contenido. *¿Cuál es el papel de la especialización en el contenido que creamos?* Es decir, ¿quién escribe, por ejemplo, de servicios educativos? ¿educación, comunicación o atención al ciudadano? La especialización tiene algo que resaltar: la precisión técnica; aunque esta suele tener una limitación a la hora de hacerse entender. Por otro lado, un área con conocimiento de atención al público puede fallar en la corrección de ese contenido. Normalmente, igual que en el caso anterior, suele haber una relación estrecha, cuanto más centralizada está una organización, menos especializada está la creación de contenidos, y al revés. Esto se debe a que la generación de contenido no es un proceso diferenciado de otros que tienen lugar en la organización. La tensión habitual en las cuestiones de eficiencia y control que plantea la teoría de la agencia es tan aplicable a la creación de contenidos digitales como a la atención al público, así como a gran parte de los negocios actuales tal y como señalan Bendickson, Muldoon, Liguori & Davis (2016) en los negocios estratégicos.

Un modelo descentralizado genera normalmente una mayor autonomía y proximidad, como apuntan las cuestiones tradicionales de la gestión pública, pero limita el control de los agentes centrales de la organización. Es decir, se pueden generar más contenidos especializados, pero el control por parte de los responsables centrales de la organización es más débil. Por otro lado, en los casos en los que hay un control más centralizado en la creación o aprobación del contenido, como la capacidad de generarlo específico o especializado, se limita. Por ejemplo, cuando un ayuntamiento deja en manos de cada área la publicación de su contenido, esta puede especializarse enormemente en sus mensajes y naturaleza. Sin embargo, esto es más difícilmente supervisable por el gabinete de comunicación, que carece posiblemente de elementos de juicio para saber la pertinencia de determinados elementos concernientes, por ejemplo, a la admisión de niños y niñas en las escuelas infantiles.

Este gabinete puede decidir centrar la creación del contenido, bien sea por el control previo a la publicación que puede eliminar aspectos importantes de información o por la creación directa, lo que da lugar a contenido poco especializado e inconcreto. Estos dos factores están muy marcados por los estructurales. Una administración con muchos empleados y con un sistema relativamente abierto, tiene problemas para un control centralizado. Del mismo modo, una organización con poco personal o recursos o con soluciones técnicas restrictivas suele estar muy centralizado y tener contenido poco especializado.

Factores productivos

La última dimensión es la que tiene que ver con la cantidad de contenido que producimos. Evidentemente, la producción del contenido llega “al final de la película”. Se genera contenido si se tiene gente, temas y tecnología para hacerlo, pero a la vez es el margen donde se tiene más capacidad de decisión y, posiblemente, efectos más limitados. Los dos aspectos a considerar son:

- La cantidad de contenido. ¿Tenemos mucho contenido? La cantidad de contenido es un elemento crucial para hacerlo llegar al público. *Cuanto más contenido, más necesidad de ordenarlo, impulsarlo y clarificarlo para que llegue al público.*
- La actualización del contenido. La segunda parte es la variación y creación temporal del contenido. El contenido requiere, como mínimo, un mantenimiento: tenerlo al día, informar sus modificaciones, su vigencia o su situación. Además, hay contenidos que son dinámicos y eventuales, tales como noticias, eventos y demás.

La cantidad y la actualización del contenido son la punta del iceberg que puede apreciar el público. Cuando alguien entra en una web o sigue un perfil social, ve si hay mucho, poco, si se pueden encontrar cosas, si es correcto, o si está actualizado. Sin embargo, la cantidad y actualización depende de los factores anteriores, cuanto más centralizado y restringido es un sistema, menos contenido y menos actualizado suele estar. Del mismo modo, un entorno muy abierto y dinámico puede generar mucho contenido difícilmente gobernable.

Dinámicas de la creación de contenidos

La evolución del contenido que se crea corresponde más a las dinámicas internas que a la decisión puntual de los responsables públicos. Esto no significa que no podamos hacer nada.

La cuestión es que una vez que sabemos qué es lo que tenemos, podemos hacernos una idea de qué es lo que va mal y qué podemos hacer para mejorar. Esto no suele ser rápido ni sencillo, pero es una manera de recuperar esa voz de la que hablaba.

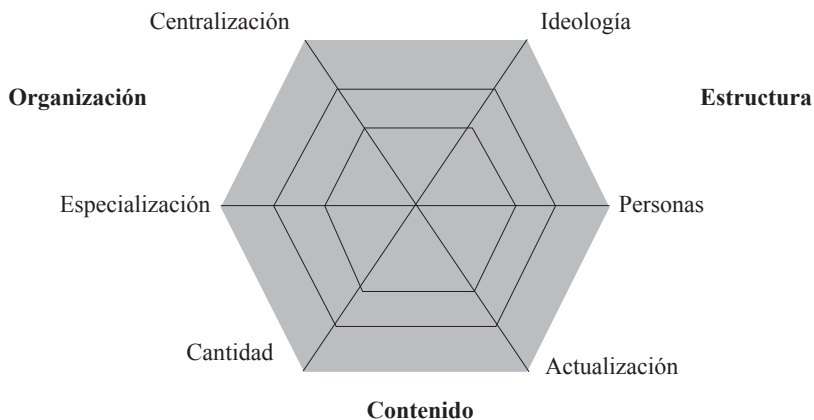


Figura 3. Categorías o extremos de la gestión organizativa del contenido.
Elaboración propia.

Si la planificación del contenido es lo que define qué debemos decir en nuestros medios digitales, la realidad del día a día la desborda. O sea, que si queremos que nuestros contenidos sigan la estrategia marcada necesitamos un plan de gobernanza.

Construir contenido requiere personas que sepan lo que tienen que hacer y medios para que puedan hacerlo. Ahora vamos a explicar cómo mantener la gobernanza del contenido.

La gobernanza del contenido en la web local

Los responsables de la gobernanza de contenidos son las personas encargadas de que se mantenga la estrategia planificada. Para ello no basta con sentarlos en un sitio y darles un cartel, sino que necesitan tener unas características y conocimientos determinados.

En primer lugar, son personas que deben tener la posición adecuada en la organización. Esto significa que deben tener autoridad suficiente para hacer cumplir el plan en la misma. Sin embargo, debemos entender que la autoridad requiere no sólo atribuciones de mando, sino tiempo y conocimiento para ejercerla. Es decir, no podemos poner como máximo responsable del contenido a alguien que, o bien no tiene tiempo para supervisar o, que directamente, no está muy interesado.

En segundo lugar, deben entender la estrategia de contenido. Una estrategia de contenido tiene una vida relativamente larga (uno o dos años, fácilmente) y eso supone cambios, imprevistos y sorpresas. Si esas personas no entienden de manera clara y profunda lo que pretende la estrategia, su capacidad de adaptación al cambio será mínima.

Con estas dos condiciones, tenemos tres roles básicos, los cuales se expondrán a continuación.

Responsable de estrategia de contenidos

Es el principal responsable del contenido de la organización. Una vez que hay una estrategia del contenido, el propio contenido es la estrategia. Los límites de la estrategia son los que deben marcar los del contenido. Esta persona debe estar en un puesto lo bastante elevado en la organización para garantizar el cumplimiento de sus objetivos. Su posición no requiere una carga de trabajo continua, pero sí bastante importante, por lo que debería ser un perfil senior. Entre sus funciones están:

- Liderar la estrategia, impulsando y adaptando los objetivos de esta a los de la organización.

- Configurar el presupuesto disponible para esta función. Esto incluye no sólo aspectos monetarios, sino también de personal, medios, etc. Debe poder asignar y asegurar el personal y los recursos a la creación de contenidos.
- Ayudar a concretar y adaptar la hoja de ruta de contenidos y comunicar los cambios.
- Comprobar la disponibilidad de herramientas, recursos e instrucciones para garantizar el desarrollo de la estrategia.
- Definir las métricas de éxito.
- Defender las necesidades del contenido frente a otros responsables de la organización, como el de diseño web, operaciones o similares, en cuestiones que generen fricción.

Como señalábamos son perfiles senior. No necesitan una permanencia temporal, pero sí una alta eficacia en el tiempo que dediquen a estas tareas.

Responsable operativo de contenidos

Es la persona que garantiza y supervisa desde cerca el desarrollo de la estrategia. Es, por lo tanto, quien tiene que gestionar que el contenido se adapte en los términos y condiciones definidos en la estrategia a lo largo de la organización. Para ello debe realizar las siguientes tareas:

- Gestionar la creación del contenido. Esto incluye tanto el contenido que se genera porque estaba planificado, como el que se hace a petición de terceros. Por ejemplo, si hay un evento turístico nuevo en el municipio, su comunicación debería adaptarse a la estrategia de contenido (en tono, forma, objetivo, etc.). Esto hace que deba, por un lado, acoger la petición, adaptarla a las líneas de la organización y habilitar los recursos para hacerlo.
- Gestionar, planificar y supervisar el contenido cotidiano. Evidentemente no se trata de hacer un examen hasta la última coma, pero debe estar al tanto de lo que se publica y evitar desviaciones sustanciales de la estrategia, incluidas las problemáticas.
- Gestionar los ritmos de publicación (cuándo, cómo, quién, en qué medios). Esto es importante, porque en muchas ocasiones los responsables de distintas áreas necesitarán publicaciones que se requieran para crecer a un ritmo preciso, pero sin saber (o no mejor que los responsables del contenido) en qué condiciones se hace. Es por ello, que el responsable operativo debe trasladar estas necesidades de negocio a las características del medio.
- Apoyar a otras unidades de negocio. Es posible que la unidad de los contenidos no se encargue de hacer todo el contenido del sitio. A veces,

unidades especializadas hacen su propio contenido. Por ejemplo, la página de ayuda para un determinado formulario o la información sobre un evento. En este caso, el responsable operativo debe ayudar, asistir y formar para que puedan hacer esto conforme a la estrategia.

Los supervisores del contenido

La supervisión del contenido tiene una consideración especial, para evitar dos situaciones poco deseables:

- Evitar contenido inapropiado. Es posible que en un momento dado alguien publique lo que no debe o cómo no debe. Internet tiene mala memoria, pero mucho impacto y un error puede tener un efecto muy negativo.
- Tener una cantidad de contenido ingobernable. Un sitio público puede tener miles de páginas. Si no revisamos el contenido recién hecho, es muy probable que este no se revise nunca por ingobernable. Eso no significa que un usuario no encuentre que el contenido esté mal o deje de estarlo (algo común en las webs de preguntas frecuentes).

Para hacer esta revisión es necesario contar con tres perfiles:

- Responsable operativo o persona delegada. Es quien comprueba que el contenido se adapta a la estrategia predefinida.
- Responsable de negocios. Es el propietario del contenido en concreto. Se asegura de que el contenido dice lo que tiene que decir y de la manera como contribuye a sus objetivos.
- Responsables web. Este perfil no tiene por qué actuar siempre, pero en los casos en los que un contenido se salga del cauce habitual (un tipo de imagen de un tamaño no previsto, un enlace a un tipo de documento nuevo, un cambio en los colores, etc.), debe asegurarse de que el efecto será el deseado.

¿Qué más necesitamos?

Existen una serie de competencias muy relacionadas con la gestión de contenidos, pero dependiendo de las características de la organización pueden estar diseminadas en otros departamentos. En ese caso, aunque no sea posible integrar estos conocimientos en la misma persona, sería importante colaborar con otros que tengan estas competencias para mejorar la creación de contenidos. Entre estos perfiles tenemos:

- Analítica digital. La analítica ayuda a conocer qué contenido está funcionando y cuál no. Con ello aprendemos a conocer el público, el contenido y lo que más funciona.
- Experiencia de Usuario (UX). El contenido no es solo texto, es diseño, colores, imágenes, organización, etc. Tener a alguien con conocimientos de UX, es decir, la alineación de las características de las personas que usan la web con la navegación, la usabilidad y el diseño (Brightlabs, 2019), permite que el contenido logre lo que nos proponemos.
- Formación. La formación es crucial para orientar al personal de la organización en dos niveles. Por un lado, está la formación en la propia estrategia (dar a conocer qué hace y cómo actuar); por el otro, las cuestiones relacionadas con el contenido (escritura, diseño, maquetación si fuera necesario).
- Marketing y/o comunicación. Puede suceder que el responsable operativo esté más relacionado con el negocio que con la comunicación. Por ejemplo, que el contenido de la web de educación esté en el departamento de tecnología o de atención al ciudadano y no de comunicación. En ese caso, es muy importante contar con el apoyo de alguien del área de comunicación.



Figura 4. Gobernanza del contenido en entes locales. Elaboración propia, a partir de Casey (2015).

Y con todo esto, tendríamos el esquema básico para poder garantizar que la estrategia funcione como se prevé. Estos son los términos ideales para la gestión de contenidos efectivos. De hecho, nos podemos encontrar con estructuras muy extensas cuya capacidad de control efectivo del contenido sea mínima. Sin embargo, la creación de contenido es efectiva, real, y, por lo general, adaptada mucho a las características de negocio y, en menor medida, a la estrategia general de la organización.

Cabe señalar que no todas las administraciones tienen estos medios, lo que genera, como hemos señalado anteriormente, un estrés o sobrecarga a los pocos responsables que generan esos contenidos. En esas circunstancias es necesario replantear una serie de cuestiones básicas:

- Establecer un contenido estático robusto. Vale la pena definir los bloques de contenido más importante; los cuales tiene que ser fijos: descripciones de servicios, infraestructuras, instrucciones generales y apartados de preguntas frecuentes. Son los que van a crear los cimientos básicos de la red.
- Utilizar un sistema de plantillas que reduzca el tiempo de creación de contenido (noticias, eventos, calendarios, actividades, etc.) para que la necesidad de creación de contenido sea la menos posible, generando una actualización mayor.
- Definir contenidos prioritarios para el público, tanto por contenido, como por frecuencia.
- Asumir un límite de actualización de contenido que se puede afrontar. No hay problema en que sea mucho o poco, el auténtico problema es pensar en llegar a objetivos que no son accesibles y que acaban generando frustración para el conjunto de la organización.

Conclusiones

A modo de conclusión podemos decir que el contenido es lo que acaba definiendo la naturaleza de una web municipal. La manera en la que articulamos lenguaje, terminología, formato y orden es lo que permite a dicho medio llegar a un tipo definido de público. Dicho de otra manera, más allá de los procesos impuestos (como la facturación electrónica), una web solo puede atrapar al público al que busca, y esto se hace a través del contenido.

En términos operativos, el contenido de una web municipal se puede agrupar, por su naturaleza, en tres planos:

- Servicios y trámites: la información que se refiere a lo que el ayuntamiento ofrece a la ciudadanía.
- Información institucional: lo referente a la composición, funcionamiento y estructura del gobierno, administración y política local.
- Información local: hace referencia a la vida y actualidad de la localidad más allá de la competencia pública.

Cada uno de estos elementos tiene requisitos y características diferenciadas que conciernen específicamente a la creación del contenido. Una persona ajena al gobierno local muy posiblemente deba pasar a lo largo de los tres

tipos de contenido para poder llegar a conseguir sus objetivos. Uno de los retos fundamentales es la capacidad de ordenar y clasificar el contenido de manera que las personas puedan navegar de un tipo de contenido a otro, para conseguir el máximo de información que necesitan de manera voluntaria.

La generación de este contenido requiere, por lo tanto, la creación de estructuras que permitan alimentarlo y actualizarlo con los atributos necesarios para que sea eficaz. Esto va a depender de una serie de atributos estructurales, organizativos y de cantidad de objetos que se gestionan. La capacidad del ayuntamiento para poder organizar los recursos suficientes para abordar el contenido útil es la clave para hacer esta situación manejable. En todo caso, esa condición sobrevenida de tener que generar el contenido digital, además del resto de la actividad local, tiende a generar desequilibrios estructurales, bien sea hacia unos recursos insuficientes, incapaces de gestionar todas sus tareas, o bien hacia una generación excesiva e ingobernable de contenidos.

Para controlar esta situación es preciso avanzar hacia un modelo de gobernanza de contenidos que abarque las funciones de:

- Controlar el seguimiento de la estrategia de contenido.
- Supervisar que el contenido generado se adapte a las líneas de la organización.
- Generar el contenido específico en condiciones adaptadas al público.
- Definir los mensajes.
- Integrar todo ello de manera satisfactoria en la web.

Además de otros elementos complementarios.

Estas acciones son el itinerario crítico para una estrategia de contenidos eficaz. No hay manera de conseguir este resultado prescindiendo de estas funciones. Otra cuestión diferente es considerar si estas tareas las pueden hacer diversas personas, ya sea en el caso de organizaciones extensas o en el caso de ayuntamientos pequeños con poco personal. Cada uno de estos escenarios se encuentran con sus propios problemas y respuestas.

Referencias

- Alba, C. (1997). Gobierno local y ciencia política: una aproximación. En C. Alba y F. Vanaclocha (Coords.), *El sistema político local un nuevo escenario de gobierno* (15-36). Madrid: Universidad Carlos III.
- Bendickson, J., Muldoon, J., Liguori, E. & Davis, P. (2016). Agency theory: the times, they are a-changin'. *Management decision*, 54(1), 174-193.

- Brightlabs. (2019). *Service Design - how it relates to CX and UX design*. Recuperado en <https://www.brightlabs.com.au/insights/service-design-ux-design-cx-design>
- Casey, M. (2015). *The Content Strategy Toolkit: Methods, Guidelines, and Templates for Getting Content Right*. United State of America: Copyrighted Material.
- Echegaray, L., Urbano, I. y Barrutieta, G. (2017). *Design Thinking, un modelo de aplicación para la Administración Pública*. Madrid, España: Innapp Investiga.
- Eisenberg, J. & Eisenberg, B. (2006). *Call to Action: Secret Formulas to Improve Online Results*. United State of America: Harper Collins.
- Eisenberg, J., Eisenberg, B. & Davis, L. (2002). *Persuasive Online Copywriting: How to Take Your Words to the Bank*. United State of America: Wizard Academy Press.
- Kaushik, A. (2007). *Web Analytics: An Hour a Day*. United States of America: John Wiley and Sons.
- Muñoz, G. y Elósegui, T. (2011). *El arte de medir*. Madrid, España: Profit.
- Nielsen, J. (2000). *Content Creation by Average People*. Recuperado de <https://www.nngroup.com/articles/content-creation-for-average-people/>
- Solis, A. (2017). *SEO. Claves esenciales*. Madrid, España: Anaya.
- Spool, J. (2008). *Personas are NOT a document*. Recuperado de <https://archive.ue.com/brainsparks/2008/01/24/personas-are-not-a-document/>
- U.S. Government. (2016). *Expectations and challenges: Informing the future of the Federal Front Door*. Washington, EE UU: 18F, GSA, U.S. Government.
- Vaughan, P. (2015). How to Create Detailed Buyer Personas for Your Business [Mensaje en un blog]. Recuperado de <https://blog.hubspot.com/marketing/buyer-persona-research>

Para citar este artículo:

Jiménez, S. (2020). El contenido digital en las administraciones locales: condiciones ontológicas y organizativas para su creación y gestión. *En-Contexto*, 8(12), 93-114.



Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas

Critical reflection of quality management systems: advantages and disadvantages

Recibido: 07-08-2019 • Aprobado: 11-08-2020 • Página inicial: 115 - Página final: 132

Yaritza Alejandra Murrieta Saavedra*
Eneida Ochoa Ávila**
Blanca Carballo Mendivil***

Resumen: la calidad se ha aplicado desde tiempos remotos; sin embargo, la situación actual de las organizaciones ha hecho que las empresas implementen Sistemas de Gestión de Calidad (SGC) para incrementar la satisfacción del cliente y adquirir ventaja. El presente trabajo presenta una reflexión respecto a las ventajas y desventajas de los SGC, con el fin de ampliar la perspectiva del lector. Siguiendo la metodología de revisión de literaturas, se obtuvo que entre las ventajas se encuentran la profundización y mejora de procesos, la inclusión de aspectos ambientales y sociales, el refuerzo de la estructura organizacional y la confianza percibida por el cliente al adquirir productos de calidad; mientras que en las desventajas se detectan los altos costos, incremento en el número de empresas certificadas, mala toma de decisiones por certificarse rápidamente, el impedimento en la innovación y el desarrollo de nuevos productos, entre otras que se describen en el desarrollo del presente artículo.

Palabras clave: sistemas de gestión de calidad; SGC; gestión de la calidad; evolución.

Abstract: Quality has been practical for a long time. However, the current situation of organizations has forced companies to apply Quality Management Systems (QMS) to increase customer's satisfaction and get advantage over other companies. The following text was created from a compilation of information that describes the advantages and disadvantages of the QMS with the purpose of amplifying the reader's perspective. The result was that advantages have been found, for example, the deepening and improvement of processes, the inclusion of environmental and social aspects, the reinforcement of organizational structure and the confidence of the customers when they buy quality products, but disadvantages have also been detected; high costs, increment of certified companies, wrong decisions taken because of the urgency for certification, impediments for innovation and development of new products, and some others described in this article.

Keywords: Quality management systems; QMS; quality management; evolution.

JEL: M19

* Maestra en Gestión Organizacional en el Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) de México.
yaritzalems@gmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9140-550X>.

** Doctora en Planeación Estratégica para la Mejora del Desempeño y Doctora of Philosophy with a Major in Business Administration. Profesora investigadora de tiempo completo del Departamento de Psicología del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SNI) nivel I.
eneida.ochoa@itson.edu.mx
ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6510-8552>.

*** Doctora en Planeación Estratégica para la Mejora del Desempeño. Profesora investigadora auxiliar del Departamento de Ingeniería Industrial del Instituto Tecnológico de Sonora (ITSON) de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores (SIN) nivel C.
bcarballom@gmail.com
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0966-7146>.

Reflexão crítica dos sistemas de gestão qualidade: vantagens e desvantagens

Resumo: a qualidade foi aplicada desde os tempos antigos; No entanto, a situação atual das organizações fez com que as empresas implementar Sistemas de Gestão da Qualidade (SGQ) para aumentar a satisfação do cliente e obter uma vantagem. Este artigo apresenta uma reflexão sobre as vantagens e desvantagens do SGQ, a fim de ampliar a perspectiva do leitor. Seguindo a metodologia de revisão de literatura, obteve-se que entre as vantagens estão o aprofundamento e melhoria dos processos, a inclusão dos aspectos ambientais e sociais, o reforço da estrutura organizacional e a confiança percebida pelo cliente na aquisição de produtos de qualidade; Enquanto as desvantagens são custos elevados, aumento do número de empresas certificadas, má tomada de decisão devido à rápida certificação, impedimento à inovação e ao desenvolvimento de novos produtos, entre outros que são descritos no desenvolvimento deste artigo.

Palavras-chave: sistemas de gestão de qualidade; SGQ; gestão de qualidade; evolução.

Introducción

Los cambios económicos y de comercio internacional, ligados con las innovaciones tecnológicas y científicas, han dado dimensión al rol de la calidad en productos, procesos y servicios que hoy en día ofrecen las empresas, ya que los clientes han incrementado sus exigencias y esperan obtener el valor deseado por lo que están pagando. Es entonces que las empresas requieren de un adecuado sistema de gestión para una correcta toma de decisiones que les permita, no sólo cumplir los retos que sus clientes establecen (Carballo-Mendivil, Arellano-González y Ríos-Vázquez, 2018), sino aumentar su competitividad ante otras empresas, la cual es un indicador que se torna cada vez más complicado obtener ante la globalización, debido a que obliga a las empresas a tratar de sobresalir y posicionarse en el mercado de la aldea global (Priede, 2012).

Ahora bien, la calidad no es un concepto nuevo y ha sido ampliamente estudiado a través del tiempo por diversos personajes que son considerados los gurús de la calidad (Walter Shewhart, Joseph Jurán, Kaoru Ishikawa, Edward Deming, Armand Feigenbaum, Phil Crosby, Gen'ichi Taguchi, entre otros); en la época moderna los principios básicos establecidos por ellos se promueven por los Sistemas de Gestión de Calidad (SGC), que han sido situados como estrategias facilitan la implementación de prácticas que favorecen el logro de la competitividad en las empresas (Hernández, Stahnke y Núñez, 2004).

Es un hecho que la calidad se hace más importante para las organizaciones con el paso de los años, lo cual se puede constatar con el número de empresas que han buscado una certificación bajo los criterios de la normatividad emitida por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO por sus siglas en inglés) o aplicado para un premio de excelencia, como el otorgado por la Fundación Europea para la Gestión de la Calidad (EFQM por sus siglas en inglés). Sin embargo, implementar un SGC no es un boleto seguro hacia la competitividad, por ello, antes de emprender este camino formal hacia la calidad a través de la implementación de un SGC, es importante que las organizaciones conozcan tanto los beneficios como las desventajas que estos conllevan.

Por lo anterior, el presente trabajo hace una revisión de la literatura de la evolución del concepto de calidad hasta los SGC; también plasma los beneficios y las debilidades de estos últimos, mediante una reflexión que se realiza con el objetivo de brindar al lector una perspectiva más amplia de los SGC, para el soporte en la toma de decisiones respecto a su implementación, dado que

este es un elemento clave para el desarrollo de las organizaciones (Hernández, Barrios y Martínez, 2018).

Desarrollo

Evolución del concepto de calidad

La calidad se ha aplicado desde tiempos ancestrales, ya que los seres humanos siempre han requerido productos o servicios que cumplan con sus expectativas. Por ejemplo, en Egipto, con la construcción de las pirámides, ya se veían los sistemas de calidad, al sistematizar la construcción de las mismas para asegurar que estas cumplieran con lo estipulado (Pasi, 2013; Cruz-Medina, López-Díaz y Ruíz-Cárdenas, 2017).

Como se representa en la Figura 1, la calidad moderna aplicada en las organizaciones, en un inicio se centraba en disminuir los defectos de los productos; no obstante, con el tiempo se percató que requerían de una mayor atención de la administración de la calidad, para crear mejoras duraderas dentro de la organización y no solamente reducir los defectos de la misma (Evans y Lindsay, 2008).

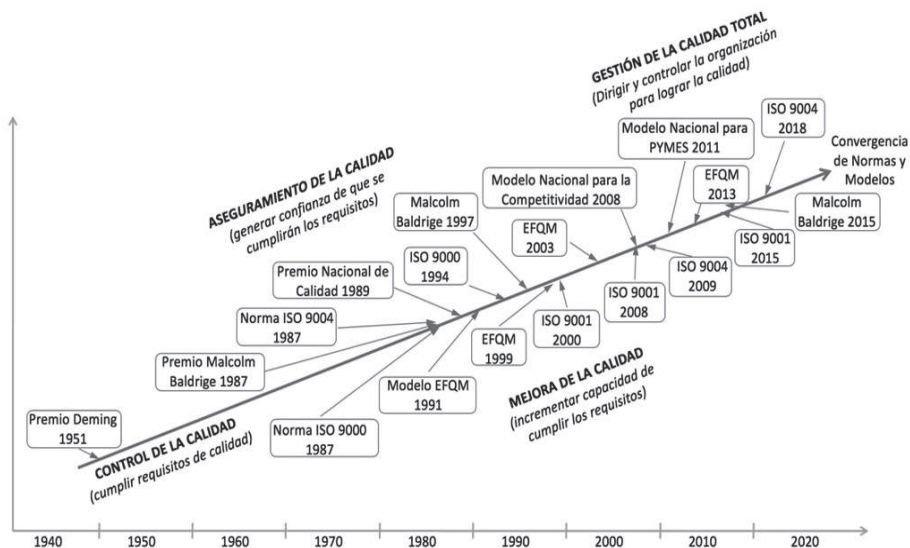


Figura 1. Evolución del concepto de la calidad a través de cambios en normas y modelos. Elaboración propia.

Entre 1900 y 1940 la calidad consistía en excluir aquellos productos terminados que tenían defectos y enviar al cliente el resto del producto de calidad (Weckenmann, Akkasoglu & Werner, 2015). Ciertamente, este proceso implicaba desperdicios que eran traducidos en pérdidas de dinero. A partir de entonces, comenzó la evolución de la calidad como un método que gestionaba a las organizaciones, surgió primeramente con el control de la calidad y tuvo sus orígenes en Japón, en el año 1950, y germó sus principios en Toyota (Dahlgaard & Dahlgaard-Park, 2006).

Específicamente durante las décadas de 1910 y 1920, la gestión de la calidad, que en ese momento era exclusivamente industrial, estaba limitada a la inspección de productos terminados y la eliminación de los artículos defectuosos; hasta que, en 1924, el estadounidense Shewhart (1931) sentó las bases del Control Estadístico de Procesos, el cual remarcó la importancia de reducir la variación en un proceso de manufactura para evitar las no conformidades.

A principios de la década de 1950, Ishikawa (1997) fue un gran promotor del control de calidad al estilo japonés, contribuyendo al desarrollo del país después de la Segunda Guerra Mundial. Este teórico fue quien destacó que el estilo de calidad japoneses y occidentales son diferentes, no sólo por sus discrepancias culturales, religiosas y de educación, sino porque ellos no fueron influenciados por los principios de la Administración Científica de Taylor. El enfoque de control de calidad que promovió, se caracterizó por la participación de todos, desde la Alta Dirección hasta los operadores; y su principal aporte técnico fue el desarrollo de los métodos estadísticos prácticos y accesibles para ese tiempo: las siete herramientas básicas de la administración de la calidad, dentro de las cuales se incluía el aporte de Shewhart (1931), definidas como una filosofía administrativa que se encuentran detrás de la calidad a través de 11 principios que señalan la importancia de la educación en la misma, el conocimiento de los clientes, la supresión de los defectos desde la raíz lo que hace posible a su vez la eliminación de la inspección, la participación de toda la organización en el proceso, enfatizan la resolución de problemas mediante el análisis y hacen alusión de la variabilidad como punto de validez de los datos.

Simultáneamente, se hacía relevante la aportación de Jurán (1951) y su publicación del libro *Quality Control Handbook*, reconociéndose como uno de los principales manuales para la calidad útiles en la práctica y sugiere tres procesos: la planeación, el control y la mejora de la calidad.

En esta misma década, el estadounidense Deming (1986) llegó a Japón para apoyar en la educación de temas de control estadístico de procesos y otros conceptos de calidad propuestos por Shewhart (1931), como el ciclo Plan-Do-Check-Act (PHVA por sus siglas en español), y propuso crear en este país un premio para las empresas que demostraran un comportamiento ejemplar en la mejora de calidad: el premio Deming, cuyo proceso de auditoría propuso Ishikawa. Con esta experiencia estableció 14 principios que posteriormente aplicó en Estados Unidos para su conversión industrial hacia el aseguramiento de la calidad; estos principios hacen hincapié en la mejora continua, la capacitación, el liderazgo en los directivos, el involucramiento de toda la organización, la integración de la calidad en todo el proceso productivo y a la transformación conjunta.

En este tiempo, el estadista japonés Taguchi desarrolló métodos para mejorar la calidad y la fiabilidad, estableciendo innovaciones en el tema del diseño de experimentos, e indicando que es más barato rediseñar los procesos de fabricación y productos que realizar acciones de mejora de la calidad tras una auditoría (Taguchi, Chowdhury & Wu, 2005).

Para 1960, aparecen otros personajes como Feigenbaum (1991), quien creó el concepto del Control Total de la Calidad, con lo que definió el concepto de calidad con un enfoque sistémico, es decir, no sólo como responsabilidad del departamento de producción, sino de toda la organización, orientando así el control de la calidad total hacia la excelencia, y no hacia los defectos como se venía realizando. Este nuevo enfoque, que luego se conoció como Administración de Calidad Total, influyó profundamente en la competitividad de los mercados nacionales e internacionales, especialmente en Estados Unidos y Japón.

Dada esta situación, en la década de 1980, en Estados Unidos se vive una crisis relacionada con la calidad, debido a la pérdida de mercados frente a los productos japoneses, dada la superioridad de estos últimos. En este tiempo aparece Crosby (1979) para dar respuesta a la crisis con su máxima: *doing it right the first time (DIRFT)*, que significa “hacerlo correctamente la primera vez”, y otros 14 principios que se consideran como una receta para el impulso de la calidad, bajo la creencia de que la implementación de este ciclo continuo de gestión de calidad tendría más ahorros en los costos que en los gastos en que incurriría, estableciendo que la calidad es gratis y focalizando en el compromiso, medición, mejora continua, capacitación y reconocimiento.

Posteriormente, a finales de los años ochenta surgió la etapa del aseguramiento de la calidad con el nacimiento de premios y modelos que garantizaban la calidad del producto desde los procesos. En las empresas estadounidenses, se encontraba el Malcom Baldrige National Quality Award, mientras que en Europa apareció el EFQM; lo que generó competitividad entre las empresas (Mangelsdorf, 1999) y creó el marco de referencia para la Gestión de la Calidad Total (TQM por sus siglas en inglés) (Yusof & Aspinwall, 2000).

Esta tendencia organizacional de premios y modelos de la calidad tuvo como resultado una expansión a nivel mundial. En 1989, en México se establece el Premio Nacional de la Calidad (PNC) que dio paso a la creación del Instituto para el Fomento de la Calidad Total (IFC) y brindó, después, un modelo de referencia a nivel nacional para la gestión de la calidad de las empresas mexicanas (Premio Nacional de la Calidad, 2019).

La implementación de la norma ISO, emergió como la tercera fase en la transición del control de la calidad a la gestión de la calidad (Mangelsdorf, 1999), creando la responsabilidad entre los gerentes de la calidad de documentar, regular las actividades y de estandarizar (Weckenmann *et al.*, 2015).

Lo previamente mencionado consolida la cuarta etapa de transformación de la calidad: la TQM, considerada una filosofía holística de gestión de la calidad, cuyo propósito es “cambiar la cultura corporativa, de una pasiva y defensiva cultura a una proactiva y abierta, donde los principios básicos de la TQM incrementan la satisfacción del cliente e implementen una continua participación de todos los que integran la organización” (Dahlgard & Mi Dahlgard Park, 2006, p.273).

Ahora bien, dado el propósito del presente artículo, se hace necesaria la expansión del concepto de SGC como elemento que permite la TQM, lo cual puede ser definido como una estrategia que tiene como fin capacitar a los altos mandos sobre los sistemas que deben implementar en su empresa, con el propósito de aumentar la satisfacción de sus clientes y adquirir ventaja competitiva (Stahl & Grigsby, 1997). Este sistema trae consigo una filosofía que busca no sólo la supervivencia de la organización, sino su crecimiento, y se centra en la mejora de la calidad de sus productos, servicios y la organización en total (James, 1997).

En adición a esto, la Sociedad Americana de Calidad define un SGC como un “(...) sistema formal que documenta la estructura, procesos, roles,

responsabilidades y procedimientos requeridos para lograr una gestión de calidad efectiva” (American Society for Quality, 2018). En relación a las definiciones anteriores, se podría deducir que un sistema de gestión de calidad es un conjunto de acciones, que busca la satisfacción de los clientes y la calidad de los productos o servicios mediante una documentación formal, procesos, roles y responsabilidades.

La popularidad alcanzada de los SGC ha permitido su aplicación en áreas y sectores no industriales; en el área de la salud Betloch-Mas, Ramón-Sapena, Abellán-García y Pascual-Ramírez (2019) sugieren que la certificación proporciona mayor comodidad y seguridad para los clientes; en el área educativa, la planeación y el aprendizaje organizacional permiten ofrecer una enseñanza de calidad. A pesar de estos casos, el camino por recorrer en el área es largo debido a sus implicaciones institucionales (Diez, Villa, López & Iraurgi, 2020).

Ventajas de implementar un Sistema de Gestión de Calidad

Los beneficios que tiene implementar un SGC se reportan en la investigación realizada por Pasi (2013), quien manifiesta que este tipo de sistemas toma en cuenta el ambiente y la sociedad, consecuentemente, resulta innovador y adaptables a las tecnologías que se encuentran en tendencia. A su vez, expresa que las futuras generaciones continuarán desarrollando SGC, lo cual enriquecerá la calidad de los productos o servicios que las empresas ofrecen.

De igual forma, Hernández (2009) enuncia que las organizaciones que efectúan dichos sistemas, desarrollan la capacidad de energía sinérgica al momento de involucrar en la organización al personal, a su entorno, a la sociedad, a los proveedores y sus clientes, abriendo camino a transformarse en organizaciones inteligentes. Además, tienden a profundizar en sus procesos y en el conocimiento de los mismos, delimitando las responsabilidades de los que conforman la organización y su función en el desarrollo de los mismos. A esto se suma, que sus empleados adquieren conciencia de la importancia de la calidad; la empresa adopta la capacidad de conocer las expectativas de los clientes, deseos de los consumidores y, por último, la reducción de los costos y el incremento de las ventas (Álvarez, Fraiz y Del Río, 2013).

Para que una organización sobresalga de otras, existen diversas estrategias como el ofrecer precios bajos, lo cual a largo plazo resulta desfavorable para la empresa, o incrementando la calidad del servicio que ofrecen, mediante la implementación de estrategias de TQM, con el fin de ofrecer un mejor producto

o servicio con base en la mejora de sus procesos e incrementar la satisfacción de los clientes y de los involucrados. Por lo tanto, gestionar a través de la calidad resulta ser una práctica sobresaliente para adquirir ventaja competitiva (Kit, Shahar & Akmar, 2018).

Un estudio empírico, realizado por Benzaquen-De Las Casas y Pérez-Cepeda (2016), aporta a la literatura beneficios que obtienen las empresas que implementan un sistema de gestión de calidad, en este caso ISO 9001, en comparación con las empresas que no están certificadas en la norma, encontrando diferencias significativas en aquellas empresas certificadas, sobresaliendo en los elementos de las estrategias de la TQM (Liderazgo, Planeamiento de la Calidad, Auditoría y Evaluación de la Calidad, Diseño del Producto, Gestión de la Calidad del Proveedor, Control y Mejoramiento del Proceso, Educación y Entrenamiento, Círculos de la Calidad y Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente). Aunado a esto se hace inmerso que las empresas que están bajo la normativa de certificación de los SGC tienen un nivel de madurez mayor, indicando evolución en los procesos y mejora continua (Rohvein *et al.*, 2019).

Asimismo, Lizarzaburu (2015) aporta variedad de ventajas al implementar el sistema de gestión ISO 9001, entre ellas sobresalen la mejora continua, la transparencia en los procesos, el aseguramiento de los objetivos establecidos por la organización, la satisfacción y tranquilidad de los clientes, el aumento de la eficiencia y la productividad y, por último, beneficios financieros tangibles para la empresa.

Por último, Arraut (2010) considera que los SGC contribuyen a la innovación de las organizaciones, siendo una herramienta fundamental para el crecimiento económico de las naciones haciéndolas más productivas, ofreciendo productos y servicios en menor tiempo, con menores costos y mayor calidad, generando una alta competitividad a las empresas.

Desventajas de implementar un Sistema de Gestión de Calidad

No obstante, a los beneficios de la implementación de los SGC, se encuentran aspectos relevantes en cuanto a las limitaciones, debilidades o desventajas de los sistemas de calidad. Estos factores se pueden resumir en costos, desventajas de los sistemas y las dificultades que existen dentro de las organizaciones que no permiten resultados favorables al implementarlos.

Año tras año, como se mencionó anteriormente, las empresas optan por implementar estrategias competitivas, en especial, el incremento de la calidad de los servicios o productos mediante SGC, lo cual ha impactado a los altos números de empresas certificadas en las normas ISO 9001. Para Priede (2012), en el año 2010, más de un millón de compañías y organizaciones estaban certificadas de acuerdo a los estándares de dicha norma. Estas cifras ponen en controversia la verdadera percepción de los SGC como estrategias que aportan ventaja competitiva.

Igualmente, esta situación de incremento de empresas certificadas, ha retado a las organizaciones que no están certificadas con la norma, y que en algunas ocasiones sus servicios y productos resultan ser de calidad; sin embargo, la situación económica impide la certificación por los altos costos que implica certificarse en la norma ISO 9001. Específicamente en México, donde la situación económica no es tan favorable como en otras naciones, el certificarse en la norma cuesta alrededor de 5000 dólares (Zamora, 2015), esto sujeto a cuestiones tales como el tamaño de la empresa y su giro (Sánchez, 2018).

Aunado a los gastos que implica la certificación, cuando la empresa no cuenta con expertos en la norma, requieren la contratación de consultores externos que aporten el servicio a la empresa y ayuden a la certificación, generando un costo extra, además de los gastos de capacitación del personal. Por otra parte, debido al incremento de empresas que buscan la certificación de la norma, aumentan también las entidades que ofrecen el servicio de consultoría, trayendo consigo que, las empresas por reducir gastos de inversión, opten por contratar consultores, los cuales no siempre resultan ser los más capacitados para este tipo de trabajo, o bien, debido a las exigencias de la empresa y reducción de tiempos, no realicen este tipo de proceso de manera adecuada y de algún modo terminen certificándose en la norma ISO (Brzozowski, Rogala & Skowron, 2014).

De la misma manera, algunas organizaciones tienden a certificarse por el hecho de cumplir un requisito, y no con el fin de implementar la calidad del servicio que aportan, olvidando la concientización del personal sobre la misma. Cuando los directivos no reconocen las ventajas de los SGC, no pueden aportar ni transmitir a sus subordinados esta cultura de calidad, haciendo que los resultados de los SGC resulten desfavorables para la empresa (Heras-Saizarbitoria, Casadesús & Marimón, 2011; Martínez y Martínez, 2008). Rogala (2011) señala que las dificultades de encontrar beneficios en los SGC, se debe a problemas de comunicación interna, cumplimiento de objetivos y falta de conciencia entre los empleados.

Entre las desventajas de los SGC, se encuentra su aplicación limitada para los tipos de organizaciones. Mientras que Lara (2002), identifica que estos sistemas son aplicables entre las organizaciones de giro de servicios, Heras-Saizarbitoria *et al.* (2011) indica que aplicar un SGC a las organizaciones de servicios tiene menores beneficios que los encontrados en las empresas que ofrecen productos.

Del mismo modo, Vicher-García (2012) señala que existen diferencias en la aplicación de la norma ISO, en cuanto a si la empresa es de carácter público o privado, manifestando que la norma se funda por ingenieros y su principal enfoque es hacia organizaciones privadas. Sin embargo, debido a la popularidad de los SGC, se han expandido hacia organizaciones públicas, en ocasiones, trayendo resultados desfavorables a los objetivos establecidos, ya que, para las instituciones públicas burocráticas, que ofrecen servicios al ciudadano, implica tiempo los requisitos de documentación, ocasionando que se dejen de lado las actividades diarias propias de la organización, y teniendo resultados negativos en el servicio al ciudadano.

Por otra parte, se encuentran controversias en cuanto a la efectividad de la empresa y su relación con los SGC. Un estudio realizado por Boiral & Amara (2009) destaca que para algunas empresas se atañen a un mayor desempeño empresarial, pero altos problemas internos, y otro grupo de empresas presentan alto desempeño y bajos problemas internos.

De la misma forma, mientras que Arraut (2010) asocia los SGC con la innovación, Malaver, Cardona y Rivera (2010) formulan que este tipo de gestión limita a las empresas en la innovación y desarrollo de nuevos productos, haciendo referencia específicamente a ISO. Esto en concordancia con lo señalado por Porter (1996), quien expresa que lejos de ser estrategias para crear ventaja competitiva, resultan ser ineficacias operacionales y no aportan diferenciación a la organización; por ende, el posicionamiento no es resultado de su aplicación. Debido a la rápida expansión de las mejores prácticas, las empresas difícilmente obtienen posicionamiento prolongado en el mercado, en consecuencia, los SGC no resultan ser sinónimo de estrategia.

En este mismo orden de ideas, DiMaggio & Powell (1983) aluden que las organizaciones, conforme avanza su tiempo en el mercado, tienden a ser homogéneas en procesos y comportamiento, a lo que llaman isomorfismo. Así pues, el isomorfismo mimético, específicamente, se da cuando existe ambigüedad en los procesos y las organizaciones optan por imitar a la competencia con mayor tiempo en el mercado, esto lleva a la rápida proliferación de técnicas para igualar el éxito de los sistemas japoneses y europeos principalmente.

Por último, los SGC, como ISO, establecen normas que deben seguir las organizaciones para obtener certificación en sus procesos. Esto, en relación a lo expuesto por Evan (1967), las organizaciones de referencia normativa limitan a las empresas en la toma de decisiones, lo que podría resultar impedimento cuando se presentan contingencias dentro de la organización.

En síntesis, las ventajas y desventajas de los SGC, se presentan en la Tabla 1, la cual sintetiza lo expuesto en el desarrollo del presente artículo, englobando los aspectos analizados y permitiendo una mejor comprensión para el lector.

Tabla 1.
Ventajas y desventajas de implementar un SGC

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> • Obliga a las organizaciones a tomar en cuenta aspectos ambientales y sociales. • Profundización en procesos. • Procesos documentados. • Refuerza la estructura organizacional. • Energía sinérgica. • Confianza y seguridad al cliente. • Mejora en procesos. • Eficiencia. • Productividad. • Madurez en la organización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Alto costo. • Incremento de empresas certificadas, lo que ya no aporta ventaja competitiva. • La necesidad de certificarse puede llevar a tomar malas decisiones. • En ocasiones se cumple solo por requisito y no se le da la importancia necesaria. • No es una estrategia como tal. • Limita la toma de decisiones. • Crea organizaciones homogéneas. • Inhibe la innovación y desarrollo de nuevos productos. • Su relevancia no es comprobable para todos los sectores.

Elaboración propia.

Conclusiones

Una vez analizadas las ventajas y desventajas de los SGC, se concluye que la eficacia de aplicar un SGC en una organización depende de diversas variables que deben ser tomadas en cuenta al momento de decidir su implementación; entre ellas se encuentran la fortaleza de la estructura organizacional y la comunicación existente dentro de la misma.

La popularidad de gestionar las organizaciones con base en la calidad, limita a las organizaciones en la investigación empírica en diversos sectores, considerando la diversidad de procesos existentes entre los mismos. Dicho esto se recomienda a los interesados del éxito de las empresas realizar un análisis exhaustivo de las características de la misma, en cuanto a situación actual de recursos financieros y humanos, los objetivos y metas de la organización, quiénes son sus clientes y a quien dirigen su producto o servicio, antes de decidir la implementación de un SGC, para posteriormente reflexionar si es necesario aplicar el sistema o si existe otro método para gestionar la organización en torno a otros elementos, como el recurso humano o los clientes.

Los SGC no pueden ser considerados una estrategia si se trabajan de manera única, para que cumplan la función de estrategia, y obtener ventaja competitiva, debe ser la calidad el elemento diferenciador de la organización, o bien, la visión apunta a distinguirse por ofrecer un producto o servicio de calidad. Además, deberá ser acompañado de un análisis del contexto interno y externo y de otras herramientas con enfoque de TQM.

En la actualidad, la tendencia en los sistemas de gestión implica la integración de los sistemas en uno solo, y no como tradicionalmente se venía manejando. Esto lo vemos desde el año 2015, cuando ISO comenzó a estandarizar la estructura documental de sus normas certificables (9001, 14001 y 45001), de tal manera que pudieran interconectarse entre ellas para funcionar como un todo, tal como se había pregonado a través de los principios de calidad que incluían el enfoque de sistemas como la clave para la obtención de resultados organizacionales esperados y la competitividad.

El presente artículo contribuye también a la investigación empírica, abriendo campo a posibles estudios respecto a los sistemas de gestión empresarial, ya que se observan algunas controversias entre autores respecto a las ventajas de los SGC. Primero, se encuentra una disyuntiva en el impacto de la aplicación de los sistemas de gestión de calidad y su relación con el tipo de empresa; por otra parte, investigar si los SGC, en especial la norma ISO, están positivamente relacionados con la innovación de nuevos productos y con la comunicación interna.

Por último, se recomienda ampliar la búsqueda de información en artículos empíricos, para encontrar mayor información que apoye las ventajas y desventajas expuestas en el presente trabajo, o bien, las rechace. De este modo, se permitirá expandir las perspectivas del lector y así, facilitar la toma de decisiones asertivas encaminadas al éxito de las organizaciones.

Referencias

- Álvarez, J., Fraiz, J. y Del Río, M. (2013). Implantación de un sistema de gestión de la calidad: beneficios percibidos. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 18(63), 379-407. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29028476002>
- American Society for Quality. (2018). *Quality glossary*. Recuperado de <https://asq.org/quality-resources/quality-glossary>
- Arraut, L. (2010). La gestión de calidad como innovación organizacional para la productividad en la empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 69, 22-41. doi: <https://doi.org/10.21158/01208160.n69.2010.515>
- Benzaquen-De Las Casas, J. y Pérez-Cepeda, M. (2016). El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador. *Revista Globalización, Competitividad*, 10(3), 153-176. doi: <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N3.06>
- Betlloch-Mas, I., Ramón-Sapena, R., Abellán-García, C. & Pascual-Ramírez, J. (2019). Implementation and Operation of an Integrated Quality Management System in Accordance with ISO 9001:2015 in a Dermatology Department. *Actas Dermo-Sifiliográficas (English Edition)*. doi: 10.1016/j.adengl.2019.01.003
- Boiral, O. & Amara, N. (2009). Paradoxes of ISO 9000 Performance: A Configurational Approach. *The Quality Management Journal*, 16(3), 36-60. doi: <https://doi.org/10.1080/10686967.2009.11918240>
- Brzozowski, T., Rogala, P. & Skowron, P. (2014). *Quality management system ISO 9001– weaknesses, practical irregularities and threats*. Recuperado de https://www.tvp.zcu.cz/cd/2014/PDF_sbornik/brzozowski%20rogala%20skowron.pdf
- Carballo-Mendivil, B., Arellano-González, A. y Ríos-Vázquez, N. (2018). La gestión de procesos esbeltos como principio de mejora. Un caso aplicado a una comercializadora. *3C Empresa: Investigación y pensamiento crítico*, 7(3), 60-81. doi: <http://dx.doi.org/10.177993/3ce-mp.2018.070335.60-81/>
- Crosby, P. (1979). *Quality is free: the art of making quality certain*. United States: McGraw-Hill.

- Cruz-Medina, F., López-Díaz, A. y Ruiz-Cárdenas, C. (2017). Sistema de gestión ISO 9001-2015: técnicas y herramientas de ingeniería de calidad para su implementación. *Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, 17(1), 59-69. doi: <https://doi.org/10.19053/1900771X.v17.n1.2017.5306>
- Dahlgaard, J. & Mi Dahlgaard-Park, S. (2006). Lean production, six sigma quality, TQM and company culture. *The TQM Magazine*, 18(3), 263-281. doi:10.1108/09544780610659998
- Deming, W. (1986). *Out of the Crisis*. United States: MIT Press.
- Díez, F., Villa, A. Lopez, A. & Iraurgi, I. (2020). Impact of quality management systems in the performance of educational centers: educational policies and management processes. *Heliyon*, 6(4), 1-7. doi: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e03824>
- DiMaggio, P. & Powell, W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. doi: 10.2307/2095101
- Evan, W. (1967). La órbita de la organización: Hacia una teoría de las relaciones interorganizacionales. En J. Thompson (Comp.), *Teoría de la organización*. Buenos Aires, Argentina: Bibliográfica Omeba.
- Evans, J. y Lindsay, W. (2008). *Administración y control de calidad*. México: Cengage Learning.
- Feigenbaum, A. (1991). *Total Quality Control*. New York, United States: McGraw-Hill.
- Heras-Saizarbitoria, I., Casadesús, M. & Marimón, F. (2011). The impact of ISO 9001 standard and the EFQM model: The view of the assessors. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(2), 197-218. doi: 10.1080/14783363.2010.532330
- Hernández, A. (2009). Gestión de la calidad y gestión del conocimiento. *Boletín Científico Técnico INIMET*, 2, 28-33. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/2230/223018305004.pdf>
- Hernández, H., Barrios, I. y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16(28), 179-195.

- Hernández, J., Stahnke, W. y Nuñez, S. (2004). Sistemas de gestión de la calidad en el sector agroalimentario. *AGROALIMENTARIA*, 18, 87-93. Recuperado de <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/agroalimentaria/article/view/1317/1264>
- Ishikawa, K. (1997). *¿Qué es el control total de calidad?: la modalidad japonesa*. Barcelona, España: Editorial Norma.
- James, P. (1997). *La gestión de la calidad total: Un texto introductorio*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Jurán, J. (1951). *Quality Control Handbook*. New York, United States: McGraw-Hill.
- Kit, S., Shahar, M. & Akmar, N. (2018). The impact of total quality management (TQM) on competitive advantage: a conceptual mixed method study in the Malaysia Luxury Hotel Industries. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(2), 1-9. Recuperado de <https://www.abacademies.org/articles/the-impact-of-total-quality-management-tqm-on-competitive-advantage-a-conceptual-mixed-method-study-in-the-malaysia-luxury-hotel-i-7115.html>
- Lara, J. (2002). La gestión de la calidad en los servicios. *Conciencia Tecnológica*, 19, 1-5. Recuperado de <http://www.redalyc.org/pdf/944/94401905.pdf>
- Lizarzaburu, E. (2015). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Universidad & Empresa*, 18(30), 33-54. doi: [dx.doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02](https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.30.2016.02)
- Malaver, M., Cardona, D. y Rivera, H. (2010). La implementación de las tecnologías de gestión de calidad y su relación con la innovación. *Pensamiento y gestión*, 29, 104-123. Recuperado de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/pensamiento/article/view/1972/4979>
- Mangelsdorf, D. (1999). Evolution from quality management to an integrative management system based on TQM and its impact on the profession of quality managers in industry. *The TQM Magazine*, 11(6), 419-425. doi:10.1108/09544789910287737

- Martínez, M. y Martínez, Á. (2008). Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales: una justificación desde las teorías institucionales y de recursos y capacidades. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 11(34), 7-30. doi: [https://doi.org/10.1016/S1138-5758\(08\)70051-3](https://doi.org/10.1016/S1138-5758(08)70051-3)
- Pasi, Y. (2013). Development of quality management systems: how have disruptive technological innovations in quality management affected organizations? *Quality innovation prosperity*, XVII(1), 104-119. doi: [10.12776/QIP.V17I1.154](https://doi.org/10.12776/QIP.V17I1.154)
- Porter, M. (1996). What is strategy?. *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Premio Nacional de la Calidad (PNC). (2019). *Nuestra historia*. Recuperado de <https://www.pnc.org.mx/nuestra-historia-2/>
- Priede, J. (2012). Implementation of Quality Management System ISO 9001 in the World and its Strategic Necessity. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 1466-1475. doi: [10.1016/j.sbspro.2012.09.1133](https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.1133)
- Rogala, P. (2011). *Problems related to maintaining and improving ISO 9001 Quality Management System*. Recuperado de https://dSPACE.tul.cz/bitstream/handle/15240/21296/ACC_2011_3_14.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Rohveinl, C., Jaureguiberry, M., Urrutia, S., Roark, G., Chiodi, F. y Paravie, D. (2019). Modelo de madurez como base para el diagnóstico de la gestión de procesos pyme. *Revista Ingeniería Industrial*, 18(1), 5-26. Recuperado de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/RI/article/view/4069/3804>
- Sánchez, T. (2018). *Costo/ beneficio en la implementación un sistema de gestión de calidad para las pymes* (Tesis de pregrado). Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia.
- Shewhart, W. (1931). *Economic Control of Quality of Manufactured Product*. New York, USA: Van Nostrand Company, Incorporated.
- Stahl, M. & Grigsby, D. (1997). *Strategic Management. Total Quality & Global Competition*. Oxford: Wiley.

- Taguchi, G., Chowdhury, S. & Wu, Y. (2005). *Taguchi's Quality Engineering Handbook*. United States: Wiley.
- Vicher-García, M. (2012). Utilidad o futilidad: calidad e ISOs en la administración pública. *Convergencia*, 19(60), 205-228. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352012000300007
- Weckenmann, A., Akkasoglu, G. & Werner, T. (2015). Quality management – history and trends. *The TQM Journal*, 27(3), 281-293. doi:10.1108/tqm-11-2013-0125
- Yusof, S. & Aspinwall, E. (2000). Total quality management implementation frameworks: Comparison and review. *Total Quality Management*, 11(3), 281-294. doi:10.1080/0954412006801
- Zamora, A. (2015). Evaluación de tres directrices para la implementación de un sistema de gestión de la calidad. *Revista latinoamericana de patología clínica*, 62(1), 11-15. Recuperado de <https://www.medigraphic.com/pdfs/patol/pt-2015/pt151c.pdf>

Para citar este artículo:

- Murrieta, Y., Ochoa, E. y Carballo, B. (2020). Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas. *En-Contexto*, 8(12), 115-132.



En
Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Economía y Finanzas

Economy and Finance

Economia e Finanças

Ventaja competitiva de Intel en el segmento de los microprocesadores

Intel's competitive advantage in the segment of the microprocessors

Recibido: 02-07-2019 • Aprobado: 29-07-2020 • Página inicial: 135 - Página final: 151

Laura Melina Rodríguez Gutiérrez*
José G. Vargas Hernández**

Resumen: el presente trabajo tiene el objetivo de analizar cómo la empresa Intel Corporation se ha desarrollado a nivel mundial y cuál es su ventaja competitiva con respecto a los competidores en el mercado. El análisis se hará desde un punto de vista basado en la industria, identificando las cinco fuerzas de Michael Porter, lo cual brinda una evaluación de las fortalezas de los factores externos de la compañía para poder así definir estrategias ante las amenazas. Así mismo, se buscará cuál es la ventaja competitiva de Intel, dado su dominio actual en el segmento de las computadoras personales ante los cambios tecnológicos y los nuevos segmentos de la industria de los semiconductores. La hipótesis: Intel cuenta con ventaja competitiva, a través del volumen de producción, de las alianzas con fabricantes de PC y de las fábricas propias (Fabs) para producción de procesadores, que le permite entrar con mayor facilidad a los nuevos segmentos de tecnología. Y como objetivo: Analizar la ventaja competitiva de Intel a través de las cinco fuerzas de Porter.

Palabras clave: Intel; mercado; estrategia; cinco fuerzas; oligopolio; industria.

Abstract: The present work has the objective of analyzing how the company Intel Corporation has developed worldwide and what is its competitive advantage with respect to competitors in the market. The analysis will be made from an industry-based point of view, identifying the five forces of Michael Porter, which provides an assessment of the strengths of external factors to the company in order to define strategies against threats. What is Intel's competitive advantage given its current dominance in the personal computer segment in the face of technological changes and new segments of the semiconductor Industry? The hypothesis: Intel has a competitive advantage over production volume, alliances with PC manufacturers, own factories (Fabs) for the production of processors, which allows it to enter with greater ease the new technology segments, and as a goal: to analyze Intel's competitive advantage through Porter's five forces.

Keywords: Intel; market; strategy; five forces; oligopoly; industry.

JEL: L11 - L13 - L22

* Magister en Negocios y Estudios Económicos. Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas. Universidad de Guadalajara, México.
Lauritamrg@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2070-018>

** PhD. Centro Universitario de Ciencias Económico-Administrativas. Universidad de Guadalajara, México.
josevargas@cucea.udg.mx
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0938-4197>

Vantagem competitiva da Intel no segmento dos microprocessadores

Resumo: o presente trabalho tem o objetivo de analisar como a empresa Intel Corporation tem se desenvolvido mundialmente e qual sua vantagem competitiva em relação aos concorrentes no mercado. A análise será feita do ponto de vista da indústria, identificando as cinco forças de Michael Porter, que fornece uma avaliação dos pontos fortes dos fatores externos da empresa para definir estratégias contra ameaças. Da mesma forma, a vantagem competitiva da Intel será buscada, dado seu domínio atual no segmento de computadores pessoais em face das mudanças tecnológicas e novos segmentos da indústria de semicondutores. A hipótese: a Intel tem uma vantagem competitiva, por meio do volume de produção, alianças com fabricantes de PCs e fábricas próprias (Fabs) para a produção de processadores, o que lhe permite entrar com mais facilidade em novos segmentos de tecnologia. E como objetivo: Analisar a vantagem competitiva da Intel por meio das cinco forças de Porter.

Palavras-chave: Intel; mercado; estratégia; cinco forças; oligopólio; indústria.

Introducción

El presente documento está destinado al análisis de la empresa Intel y cómo esta ha venido desarrollándose como una empresa en el mercado de semiconductores, los procesadores Intel pueden encontrarse en las computadoras personales. Por su alta producción, calidad, innovación que ha venido manejando durante varios años desde su fundación se ha colocado como una empresa líder en su rama, además de consolidarse como una empresa reconocida a nivel mundial. Junto con Intel existe AMD (Advanced Micro Devices), siendo esta la principal competencia para Intel en la rama de computadoras personales. Semmler (2010) coloca a Intel como una empresa que por su estructura de mercado se cataloga como un oligopolio, lo cual se explicará con detalle, profundizando en los puntos que señala este autor.

Además, se analizará cómo Intel Corporation se ha desempeñado para poder obtener una ventaja competitiva frente a sus rivales; como referencia tomaremos a Porter (1981; 2008); quien nos hace su contribución en esta metodología con su investigación, la cual estudia las técnicas de análisis de la industria, llamada las cinco fuerzas o los diamantes de Porter. Estas se identifican como: rivalidad entre competidores, amenaza de una entrada potencial, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, amenaza de los productos sustitutos; dichas fuerzas se analizarán más adelante con el objetivo de comprender en qué consiste cada una de ellas y poder identificar las características que posee cada una y cómo estas están relacionadas e implementadas por la compañía Intel Corporation.

Esta investigación concluye con un análisis de las ventajas que Intel tiene en la actualidad y cómo se está preparando para ingresar a nuevos mercados que están en auge, como la cartera tecnológica centrada en los datos para la inteligencia artificial, el análisis y la nube.

Metodología

Dada la naturaleza de esta investigación, el método que se empleará será el analítico, el cual contempla habilidades de pensamiento crítico, evaluación de los hechos que se están llevando a cabo y comprenderlos. Así como analizar los datos recopilados, que son herramientas importantes para examinar nuestra hipótesis, y poder ser capaz de llegar a una conclusión sobre el tema tratado.

Resultados

Antecedentes

Intel Corporation es un fabricante líder de semiconductores en el mundo, esta compañía estadounidense es la creadora de la serie de procesadores x86, dichos procesadores son comúnmente encontrados en la mayoría de las computadoras personales (Intel, 2019). La compañía fue establecida en 1968 por Robert N. Noyce, cofundador del circuito integrado y Gordon E. Moore, un colega de la compañía Noyce's de Fairchild Semiconductor. Dado que el nombre de Moore Noyce ya estaba registrado como marca, optaron por llamar a la compañía Intel, nombre acrónimo de "Integrated Electronics" (Intel, 2019).

Misión: utilizar el poder de la ley de Moore para traer dispositivos inteligentes, conectados a cada persona en la tierra. En la misión se resalta cómo Intel sigue confiando y usando la Ley de Moore en la actualidad, esta ley establece que la cantidad de transistores en un procesador se duplicará cada 18 meses. Por otro lado, la ambición de la compañía se resalta aún más con la inclusión de "conectados a cada persona en la tierra", en donde deja en claro que su estrategia sigue apuntando a un mercado global en el segmento de semiconductores, microprocesadores y tecnologías relacionadas a la computación.

Visión: si es inteligente y está conectado, es mejor con Intel. En la visión se puede ver cómo Intel define los tipos de productos que pretende ofrecer a su mercado objetivo, seguido por un auto reconocimiento como la mejor compañía. En otras palabras, Intel se ve como la compañía mejor calificada y capaz de proporcionar productos inteligentes y conectados. Según Intel (2019), la ley Moore habla de que el número de transistores por pulgada en los circuitos integrados se duplicaría cada 18 meses y que esa tendencia continuaría al menos durante dos décadas. Aunque muchos piensan que la ley de Moore ya no es vigente, la misión de Intel nos deja en claro que la compañía sigue en búsqueda de la miniaturización de sus procesadores.

Intel fue el creador del primer microprocesador modelo 4004 del mundo en el año de 1969, llamándolo como la computadora en un chip. Para el año de 1980 se creó la arquitectura 8080, la cual fue elegida como la unidad de procesamiento central de la primera computadora personal de IBM (Encyclopedia Britannica, 2019).

A mediados de la década de 1990, Intel se expandió más allá del negocio de los chips. Grandes fabricantes de computadoras personales (PC), como IBM y Hewlett-Packard, pudieron diseñar y fabricar computadoras basadas en Intel para sus mercados; sin embargo, Intel en su afán de incrementar su mercado buscó la forma de proporcionar su tecnología a compañías más pequeñas, lo cual ayudaría a expandir su mercado con mayor velocidad; para lograr esto, creó un sistema que contenía todas las partes necesarias de una computadora llamado tarjeta madre. Para 1995, Intel estaba vendiendo más de 10 millones de tarjetas madres a fabricantes de PC (Intel American Company, 2019).

A finales del siglo, Intel y chips compatibles de compañías como AMD se encontraban en todas las PC, excepto en Macintosh de Apple Inc., que había usado CPU de Motorola desde 1984. En 2005, Craig Barret, CEO de Intel en ese año, logró cerrar un contrato con Apple Inc., siendo el mismo Steve Jobs, director ejecutivo de Apple, quien diera el anuncio: las futuras computadoras de Apple utilizarían las CPU de Intel, cubriendo así prácticamente todo el segmento de PC a nivel mundial (Intel American Company, 2019).

Intel domina el mercado de los procesadores y microprocesadores, pero al momento de hablar de dicha empresa se puede pensar en la gran variedad de segmentos a los que se enfoca y al gran número de competidores; sin embargo, este trabajo de investigación se estará enfocado principalmente en el segmento de los PC (laptops), en el cual Intel solo cuenta con un único competidor: Advanced Micro Devices (AMD).

AMD es una compañía de semiconductores con sede en Sunnyvale, California, que se dedica al desarrollo de procesadores, es el segundo fabricante a nivel mundial de procesadores x86 y el segundo fabricante de tarjetas gráficas para el sector profesional y el doméstico (AMD, 2019). Fue fundada el 1 de mayo de 1969 por un grupo de ejecutivos de Fairchild Semiconductor, entre ellos se encontraba Jerry Sanders III, Edwin Turney, John Carey, Steven Simonsen, Jack Gifford, Frank Botte, Jim Giles y Larry Sterfer (AMD, 2019). Actualmente AMD e Intel son las dos únicas compañías que venden procesadores x86.

Conceptos

Estrategia

Según Vargas, Guerra, Bojórquez y Bojórquez (2017), la estrategia se puede definir como plan, como acción o como integración o teoría. Esto significa que la estrategia es definida como el alineamiento o dirección que se da a los

recursos internos de una organización para modificar, liderar, adaptarse y en el peor de los casos sobrevivir a las condiciones del medio ambiente. Esta definición permite que las empresas planeen mejor en el caso de que hubiera cambios, dando lugar a poder adaptarse o ajustarse a estos.

Industria

De acuerdo con Peng (2012), una industria es un grupo de firmas o empresas que produce bienes y/o servicios similares entre sí. Aunque también podría ser definida como un conjunto de empresas que oferta productos sustitutos cercanos (Hill & Jones, 2004).

Mercado

La definición de mercado de Smith (2011), quien fue llamado el padre de la economía moderna, se basaba en que el egoísmo es la característica propia de los agentes económicos racionales que los motiva a realizar tratos, trueques y compras para obtener lo que necesitan de otros, a ese lugar físico lo llamó mercado. Sin embargo, con el efecto de la globalización y la innovación, las formas en que se pueden realizar las transacciones han cambiado y no solamente se realizan en un lugar físico, sino también por medio plataformas digitales haciendo conexión desde todas partes del mundo, esto solo se puede dar si se establecen precios entre compradores y vendedores (Banco de México, s.f.).

De acuerdo con Parkin y Loría (2010), el mercado es cualquier acuerdo que permite a compradores y vendedores obtener información sobre algún bien o servicio y hacer negocios entre sí. Aunque también puede ser definido como lo hace Vargas *et al.* (2017): el mercado es el mejor mecanismo para emparejar oferta y demanda, fijar precios y extraer la máxima utilidad de los recursos finitos.

Oligopolio

Según Varian (2010), un oligopolio es un mercado en el que hay algunas empresas que se dan cuenta de su interdependencia estratégica, puede comportarse de varias formas dependiendo del tipo exacto de interrelación. Las formas diferentes como operan un grupo de empresas que controlan la producción y el precio en un mercado pueden ser el oligopolio bilateral en el que solo hay pocos oferentes y pocos demandantes; el oligopolio de demanda en el que hay muchos oferentes y pocos demandantes o consumidores: el Duopolio donde solo son dos empresas las que controlan el mercado. Los oligopolios también pueden ser concentrados, diferenciados o competitivos en la producción en un mercado.

Revisión teórica

Conforme a la visión basada en la industria, Peng (2012) menciona que dicho enfoque estudia cómo las empresas se valen de las oportunidades y confrontan las amenazas de la industria, dicho de otra forma, es la manera de concursar o competir, siendo esta actividad la base de su diferenciación (Vargas *et al.*, 2017).

La rivalidad generada por la competencia utiliza la combinación de cinco fuerzas que define la estructura de una industria y moldea la naturaleza de la interacción competitiva dentro de ella (Porter, 2008). Michel Porter quien propagó el modelo llamado las cinco fuerzas, las cuales forman la parte principal de la visión estratégica basada en la industria (Vargas *et al.*, 2017).

Las cinco fuerzas de Porter son (como se citó en Vargas *et al.*, 2017):

1. Rivalidad entre competidores: relacionado con el número de competidores, estos tienen que ser similares en su tamaño, en los productos que ofertan, la capacidad de cada industria, el lento crecimiento de la industria y en los altos costos de salida.
2. Amenaza de una entrada potencial: barreras a la entrada, las cuales aumentan los costos (economías de escala, *know how*) y lealtad de los clientes.
3. El Poder de negociación de los proveedores: capacidad para elevar los precios o calidad de los bienes y servicios, brindando productos únicos y pocos proveedores.
4. El Poder de negociación de los compradores: pocos compradores tienen fuerza en negociación, compran productos sin marcas específicas y que no producen un ahorro.
5. Amenaza de los productos sustitutos: son amenazantes siempre y aún más cuando son superiores en su calidad.

Porter (1981) plantea un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria para que pueda desarrollarse en su entorno. Dicho esto, una estrategia eficiente debería cumplir los siguientes elementos clave: fortalezas y debilidades de la compañía, oportunidades económicas y técnicas y amenazas de la industria, valores personales de implementadores clave y expectativas sociales más amplias Porter (1981).

Análisis de resultados

Rivalidad entre competidores

Según Semmler (2010), en cuanto a la industria del microprocesador, se sabe que Intel y AMD son los dos líderes del mercado mundial en la producción de microprocesadores. Intel tiene una cuota de mercado del 81,7%, mientras que AMD tiene una cuota de mercado del 16,9%. Intel es históricamente la más grande y la más antigua de las dos empresas.

Estas dos empresas compiten en las capacidades con respecto a los procesadores, tanto en el área de seguridad como en la velocidad de procesamiento. Dicha competencia se basa en el tamaño del procesador, la medida que se tiene de un procesador es de 14 nanómetros; por lo que las dos empresas saltaron a una nueva tecnología: fabricar un procesador más pequeño para alcanzar los 10 y 7 nanómetros para ofrecer mejor ventaja competitiva en el mercado. En la actualidad, las dos se encuentran en una competencia por hacer más pequeño dicho procesador y ofrecerlo con mayor rapidez en el mercado (Hruska, 2019).

A pesar de las rivalidades entre estas dos empresas, Intel sigue teniendo el liderazgo con respecto a AMD. Según Peña (2019), a pesar de que ambas compañías están produciendo procesadores que están a una distancia sorprendente en casi todos los frentes (precio, potencia y rendimiento, chips), Intel tienden a ofrecer un mejor rendimiento por núcleo. Según Semmler (2010), Intel puede definirse como un Oligopolio, con una empresa líder, y AMD como una seguidora o magistral. Respecto al tipo de competencia que tiene Intel con AMD, y a su estructura de mercado, no existe otro gran productor de microprocesadores y alrededor del 98.6% de la cuota del mercado total está en poder de las dos empresas.

Según Semmler (2010), las características típicas de este mercado oligopólico son:

1. Las empresas venden productos estandarizados.
2. Las empresas son establecedores de precios, lo que significa que pueden influir en la cuota de mercado del producto, estableciendo sus precios (Bertrand Oligopoly) o las cantidades y dejando que los precios reaccionen (el oligopolio de Cournot).
3. Hay grandes barreras de entrada. Las barreras de entrada a una industria o mercado son factores que lo hacen difícil o costoso para otras empresas

recién llegadas. Tales barreras pueden ser legales, burocráticas, financieras o económicas.

4. Hay pocas empresas y hay interacciones estratégicas entre ellas.
5. La publicidad pesada y la denominación de marca, así como el uso de la tecnología se producen en el mercado con el fin de diferenciar los productos.

Solo existen dos empresas, y las barreras de entrada son lo suficientemente grandes como para impedir que nuevas empresas entren en el mercado, estas barreras son las patentes que tiene cada una a lo largo de los años, además de los contratos con los fabricantes de PC y portátiles (Semmler, 2010).

Dicho esto, se puede mencionar que, a nivel mundial, Intel se puede ubicar en una estructura de mercado oligopólica, en especial como un duopolio, ya que, como se mencionó anteriormente, AMD es la única empresa en su rama que puede hacerle competencia sobre los procesadores que actualmente están en el mercado; es decir, existen solamente dos empresas, y uno de los supuestos que presenta una estructura Oligopólica es precisamente que existan pocas empresas en su mismo mercado. Sin embargo, en este caso, el Oligopolio también tiene un cuarto supuesto, en donde se puede decir que las empresas tienen interacción estratégica entre ellas, pero este no es el caso, porque todas las herramientas con las que cuenta tanto Intel como AMD son estrictamente confidenciales.

El compartir información de sus procesos e interactuar de una manera estratégica entre ellas, podría convertirse en una práctica monopólica llamada colusión e Intel (2019), por cuestiones éticas, no la realiza (Semmler, 2010). En 1976 AMD e Intel firmaron un acuerdo de licencia cruzada que eventualmente conduce a la eliminación de otros competidores debido a una brecha tecnológica creciente, pero en 1987 se termina el acuerdo de licencias cruzadas entre AMD e Intel. Esto marca el comienzo de una fuerte competencia entre las dos empresas (Semmler, 2010).

Resultados financieros

En el aspecto económico, podemos analizar las ganancias que ambas compañías tuvieron en 2018, según los reportes financieros de Intel, en 2018 la compañía obtuvo 70.8 mil millones de dólares siendo esto un incremento del 13% con respecto a lo reportado en 2017 (Intel, 2019); por su lado, AMD (2019) reportó un ingreso anual en 2018 de 6.48 mil millones de dólares (23% más que en 2017).

Amenaza de una entrada potencial

Las economías surgen en el momento en que las empresas producen volumen y gozan de precios bajos por unidad, además de que tienen mayor tecnología y eficiencia para poder ser competitivas asegurándose de que ningún competidor pueda entrar al mercado (Porter, 2008).

Según estudios realizados por el Instituto Tecnológico de Massachusetts (Mims, 2010), el costo para la construcción de una planta de fabricación de microprocesadores es de alrededor de 3 y 5 mil millones de dólares, lo cual es un costo elevado que obliga a las empresas a mantener en funcionamiento al ciento por ciento de sus fábricas para poder recuperar la inversión. Según el Mims (2010), en la industria de los microprocesadores sólo Samsung e Intel cuentan con un volumen de producción elevado que les permite costear dichas plantas de producción de última generación, por lo que otras compañías de este medio como AMD se ven en la necesidad de contratar fábricas externas, como Global Foundries y Taiwan Semiconductor Manufacturing Company, para la producción de sus procesadores.

La necesidad de tener que invertir grandes cantidades de dinero en instalaciones con el fin de poder competir, implica asumir las pérdidas iniciales de una empresa cuando empieza (Porter, 2008).

En los análisis del Institute Pamore (Ferguson, 2017) se hace referencia a las limitantes que la industria tiene: el acceso a dichas fábricas, el alto costo de construcción y mantenimiento; eso impide que empresas más pequeñas como ARM Holding manufacturera de procesadores, puedan aspirar a tener una planta para la fabricación de sus propios dispositivos, siendo esta una de las principales barreras que otras compañías tienen que enfrentar para poder ingresar al amplio mundo de las computadoras personales y servidores.

Una de las estrategias basadas en la ley de Moore es disminuir el tamaño del procesador, este cambio conlleva una gran inversión, ya que se tiene que construir una nueva fábrica que cuente con las capacidades y herramientas necesarias para lograr este nuevo tamaño, lo que implica una ventaja competitiva de Intel con respecto a su competencia, ya que el tiempo de fabricación y costo de sus competidores es aún mayor (Berkeley Economic Review, 2019).

Poder de negociación de los proveedores

Una empresa de gran tamaño, como Intel, es difícil que cambie de proveedor, ya que se gastan grandes sumas de dinero en equipamiento especializado y en la fabricación del producto (Porter, 2008).

No existe sustituto alguno del producto que se ofrece, ya que por su alta innovación es difícil que un comprador pueda rechazar el producto y, por ende, los proveedores tendrán más influencia en la negociación, ya que ninguna otra industria lo podría tener (Porter, 2008).

Poder de negociación de los compradores

Los compradores pueden llegar a ser poderosos si cuentan con influencia negociadora sobre la industria, estos pueden ser influyentes negociador si existen pocos compradores y si su compra es en gran volumen; otra influencia es que los compradores se enfrentan a pocas variaciones de los costos cuando cambian de vendedor; además de amenazar con retirarse y producir ese mismo producto si otros vendedores resultan ser más rentables (Porter, 2008).

Sin embargo, en el caso de Intel existen factores que alteran las cinco fuerzas de Porter en el aspecto de la negociación con los clientes, dichos factores benefician a la marca Intel, puesto que al haber baja disponibilidad de sustitutos (en el caso de computadoras personales solo AMD es competencia), los compradores se ven en la necesidad de continuar consumiendo productos de Intel, aunado a los altos costos de conmutación que existen entre los actuales productos alternos. Intel (2019) refiere que durante muchos años su alianza con Microsoft ha ayudado a que el primero pueda tener un dominio en el mercado de computadoras y, sobre todo, en los nuevos segmentos que ya empiezan a crecer de manera exponencial como lo es la nube, 5G e inteligencia artificial. Wired (2017) menciona que esta alianza, que data de principio de los 80, influye en la negociación de los clientes con Intel, ya que si Microsoft quisiera sustituir los actuales procesadores tendrían muchos problemas de compatibilidad con productos anteriores.

Compañías como Microsoft y Apple carecen de instalaciones de fabricación de microprocesadores, así como empresas que pueden proveer dichos sustitutos carecen de igual forma de fábricas, lo que limita su capacidad de producción en volúmenes altos, es por esto que los clientes ejercen una fuerza débil en el entorno de la industria de Intel, permitiéndole tener un poder alto en las negociaciones.

Intel cuenta con fábricas para producción de microprocesadores en todo el mundo, si nos referimos a Estados Unidos, cuenta con 4 fábricas ubicadas en (Intel, 2019):

- a) *Chandler, Arizona.*
- b) *Hudson.*
- c) *Rio Rancho.*
- d) *Hillsboro, Oregón.*

Fuera de Estados Unidos:

- e) *Leixlip, Irlanda.*
- f) *Jerusalem, Israel.*
- g) *Kiryal, España.*
- h) *Dalian, China.*

Los sitios de producción fuera de los Estados Unidos se encuentran en localidades que le permiten tener una producción y distribución cercana a los distintos centros de investigación y desarrollo, así como a sus clientes alrededor del mundo. Los centros de investigación y desarrollo se pueden encontrar tanto dentro como fuera de Estados Unidos (Intel, 2019).

Oficinas de Intel dentro de Estados Unidos:

- a) *Oregón*
- b) *Santa Clara*
- c) *Austin*
- d) *Chandler*
- e) *Folsom*

Oficinas de Intel fuera de los Estados Unidos:

Argentina	Dinamarca	Italia	Rumania
Australia	Egipto	Japón	Federación Rusa
Austria	Finlandia	Letonia	Singapur
Bélgica	Francia	Malasia	Corea del Sur
Canadá	Alemania	México	Suecia
Chile	India	Países Bajos	Suiza
China	Indonesia	Perú	Taiwán
Costa Rica	Irlanda	Polonia	Reino Unido
	Israel	Portugal	Vietnam

Amenaza de productos sustitutos

Con la aparición de nuevas tecnologías y la innovación constante, estas pueden actuar como productos sustitutos de los microprocesadores. En consecuencia, a estos cambios constantes Intel, a diferencia de AMD, ha tratado de implementar una estrategia que le permita garantizar una ventaja competitiva y reinventarse en torno a la innovación y tendencia que actualmente avanzan a pasos agigantados, adentrándose al mundo de la tecnología 5G, la inteligencia artificial, la computación cuántica y desarrollos con mayor tecnología, como lo es un coche autónomo. Sin embargo, actualmente el desarrollo de procesadores sigue siendo uno de los mayores negocios con los que cuenta Intel, con ello esta compañía se posiciona como un líder dentro del mercado en competencia única con AMD, ya que sigue enfocándose en el desarrollo de los microprocesadores (Jiménez, 2018).

Los cambios tecnológicos tan acelerados que se tienen hoy, como la amenaza de sustitutos, la falta de innovación o pensar en implementar nuevas estrategias, haría que Intel se vería resentida, y esto podría llevar a que el rendimiento de una industria se vea limitada en su potencial (Porter, 2008).

Conclusiones

Intel es una empresa que, desde sus inicios, en 1968, se ha ido posicionando en el mercado de los microprocesadores, confiando en la ley Moore; esto le ha servido para seguir afianzándose en el mercado mundial. Intel Corporation cuenta con un competidor a nivel mundial, el cual es Advanced Micro Devices (AMD), una compañía que fue fundada un años después de Intel, y representa la única rival dentro del mercado de microprocesadores, ya que es considerada como la segunda fabricante a nivel mundial. Ambas empresas compiten en las capacidades de sus procesadores tanto en el área de seguridad como en lo que atañe a la velocidad de procesamiento.

Dicha investigación se enfoca, primordialmente, en una visión basada en la industria, pero deja muy en claro que no podemos pensar en ella sin pensar en las cinco fuerzas de Michael Porter, o también llamadas los diamantes de Porter, las cuales nos indican que una empresa puede tener ventajas competitivas, como:

Rivalidad entre competidores: la industria deja en claro que Intel es más sobresaliente que AMD, ya que la primera abarca un mercado de 81.7% y la segunda uno de 16.9% (Semmler, 2010; Intel, 2019 y AMD, 219), lo que hace

que Intel se coloque como el número uno; de igual forma, en la parte financiera nos podemos dar cuenta que Intel sigue estando como líder, porque sus reportes, para el 2018, son prácticamente diez veces mayores que los de AMD.

Amenaza de una entrada potencial: Intel ha invertido en plantas de fabricación en varias partes del mundo, lo que hace que disminuyan sus costos de producción; es por ello que las empresas que pretendan entrar a la competencia del mismo mercado serán sacadas, ya que el costo es demasiado elevado y requerirán sostenerse si hubiera pérdidas; de allí que Intel se cubra con una gran inversión.

El poder de negociación de los proveedores: cuando el proveedor tiene el control de dicha negociación, sea por tener la mejor calidad, seguridad, velocidad o por todas las características idóneas que el cliente busca, este no puede tener más opciones y, por ende, consume directamente de la compañía.

El poder de negociación de los consumidores: los consumidores pueden llegar a tener mucha influencia en este aspecto, ya que, si la empresa proveedora tiene alguna competencia que pueda ofrecer algún producto sustituto o un producto con las mismas características y con precios más bajos, el consumidor puede amenazar con retirarse y buscar a alguien más, por lo que Intel siempre deberá estar un paso adelante de la innovación y sentido de servicio al cliente, para poder seguir teniendo a los consumidores satisfechos.

Amenaza de los productos sustitutos: la innovación es una herramienta primordial para la empresa, ya que esta puede ser su amenaza principal; es por ello que Intel, dando un paso más hacia la innovación, y diferenciándose de la competencia, decidió lanzarse también al mundo de la tecnología 5g, inteligencia artificial y computación cuántica, lo que le permitiría, en un futuro, poder ser una de las empresas con mayor tecnología y, sobre todo, ser más rentable para toda la industria tecnológica.

Con el análisis previo realizado a Intel Corporation, podemos concluir que Intel es la compañía líder en el segmento de semiconductores, debido a sus ganancias financieras y el mercado que actualmente abarca. AMD es la única compañía en realizar un esfuerzo por alcanzar un mayor mercado en el segmento de computadoras personales, así mismo empresas como ARM han intentado ingresar sin éxito.

Realizando un análisis con las cinco fuerzas de Porter, y especificando el factor de los productos sustitutos o la amenaza de entrada potencial, hemos hallado

que existen distintas barreras para que una compañía pueda competir en este gran segmento, las barreras más importantes son:

1. Alianzas con fabricantes de PC.
2. Alto costo de creación y mantenimiento de las fábricas de producción.
3. Incompatibilidad con sistemas anteriores.
4. Alto costo de conmutación de un nuevo procesador por parte de los fabricantes de PC.

Una empresa pequeña que no cuente con el capital financiero para invertir en fábricas de producción de procesadores ve disminuida sus posibilidades de éxito, ya que no será capaz de solventar la demanda actual de parte de los compradores como Apple Inc., Microsoft, Dell, etc., esto también complica que los compradores puedan realizar alianzas estratégicas con empresas más pequeñas.

Intel tiene a través del mundo distintas oficinas y fábricas que dan mayor seguridad a los compradores en cuanto a su capacidad de producción, así como de soporte. Intel cuenta con más de cincuenta localidades a nivel mundial, lo cual le permite brindar soporte en diferentes regiones. La capacidad de negociación con las compañías líderes en producción de computadoras personales, laptops y de escritorio ha permitido a Intel mantener el volumen de venta desde mediados de 1980, estas alianzas incluyen a Microsoft y Apple, las cuales tienen un dominio de mercado elevado. La compatibilidad de los procesadores de Intel con las versiones anteriores de equipos de cómputo permite ofrecer a Intel una transición transparente hacia las nuevas tecnologías.

Las empresas que deseen ingresar a este mercado se enfrentarán a distintos retos para poder disminuir el mercado que Intel actualmente domina, sumado a que en la actualidad Intel ya se encuentra incursionando en segmentos nuevos con la clara misión de dominarlos proveyendo tecnología de punta como lo es el 5G, la inteligencia artificial y la nube.

Referencias

AMD. (2019). *About AMD*. Recuperado de <https://www.amd.com/en/corporate/about-amd>

Banco de México. (s.f.). *Glosario*. Recuperado de <http://www.anterior.banxico.org.mx/divulgacion/glosario/glosario.html#M>

- Berkeley Economic Review. (2019). *Intel and AMD market competition*. Recuperado de <https://econreview.berkeley.edu/intel-and-amd-market-competition/>
- Ferguson, E. (2017). *Intel Corporation's SWOT Analysis & Recommendations*. Recuperado de <http://panmore.com/intel-corporation-swot-analysis-recommendations>
- Hill, C. & Jones, G. (2004). *Strategic management theory an integrated approach*. Texas, United States: Houghton Mifflin.
- Hruska, J. (2019). *Intel will Fab ARM chips for LG on upcoming 10 nm foundry node*. Recuperado de <https://www.extremetech.com/computing/233886-intel-will-fab-arm-chips-for-lg-on-upcoming-10nm-foundry-node>
- Intel American Company. (2019). *Encyclopedia Britannica*. Recuperado de <https://www.britannica.com/topic/Intel>
- Intel. (2019). *¿Cuál es la declaración de misión, los valores y los objetivos de Intel?* Recuperado de <https://www.intel.la/content/www/xl/es/support/articles/000015119/programs.html>
- Jiménez, A. (2018). Intel: 50 años de la empresa que cambio al mundo. *El mundo*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/papel/historias/2018/07/18/5b4dccc422601d313e8b46e1.html>
- Mims, C. (2010). *Retos de la industria. El alto coste de cumplir la Ley Moore*. Recuperado de <https://www.technologyreview.es/s/1128/retos-de-la-industria-el-alto-coste-de-cumplir-la-ley-de-moore>
- Parkin, M. y Loría, E. (2010). *Microeconomía versión para Latinoamérica*. México: Pearson.
- Peng, M. (2012). *Global Strategy*. Cincinnati, United States: Thomson South-Western.
- Peña, M. (2019). *Procesador AMD & Intel: los enfrentamos en esta guía*. Recuperado de <https://es.digitaltrends.com/computadoras/amd-vs-intel/>
- Porter, M. (1981). The Contributions of Industrial Organization to Strategic Management. *The Academy of Management Review*, 6(4), 609-620. Recuperado de <http://www.jstor.org/stable/257639>

- Porter, M. (2008). *Ser competitivo*. España: Ediciones Deusto. Recuperado de https://www.planetadelibros.com/libros_contenido_extra/35/34984_Ser_competitivo.pdf
- Semmler, A. (2010). *Competition in the microprocesador market Intel, AMD and Beyond*. University of Trier, Germany. Recuperado de https://www.academia.edu/1860422/Competition_in_the_Microprocessor_Market_Intel_AMD_and_Beyond
- Smith, A. (2011). *La riqueza de las naciones*. México: Ediciones Brontes.
- Vargas, J., Guerra, E., Bojórquez, A. y Bojórquez, F. (2017). *Análisis de la gestión estratégica*. España: Heriberto Daniel Camacho Fernández.
- Varian, H. (2010). *Microeconomía intermedia. Un enfoque actual*. Barcelona, España: Editorial Antoni Bosch.
- Wired. (2017). *Microsoft and Intel's decades-long Alliance has started to fray*. Recuperado de <https://www.wired.com/2017/03/wintel-going-not-dead-yet/>

Para citar este artículo:

Rodríguez, L. y Vargas-Hernández, J. (2020). Ventaja competitiva de INTEL en el segmento de los microprocesadores. *En-Contexto*, 8(12), 135-151.





Título: Guerrero
Autor: Edgar Correa Velásquez
Técnica: Mixta
Año: 2020

En Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Estado y Política

State and Politics

Estado e Política

El meme como práctica, expresión y manifestación artística, cultural y comunicacional de los jóvenes en la actualidad, caso Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

The meme as practice, expression and artistic, cultural and communicational manifestation of young people today, case Faculty of Audiovisual Communication of the Colombian Polytechnic Jaime Isaza Cadavid

Recibido: 12-07-2019 • Aprobado: 11-08-2020 • Página inicial: 155 - Página final: 174

John Fredy Vergara Vélez*
José Santiago Correa Cortés**

Resumen: en el contexto colombiano, los estudiantes universitarios, como usuarios de redes sociales virtuales, consolidan un campo de construcción de procesos comunicativos multidireccionales, situándolos como interlocutores activos e individuos empoderados de sus propias construcciones comunicativas. El proyecto se orientó a la comprensión de las prácticas comunicacionales de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual frente a los usos, consumos y producción de memes de internet. El proyecto contempló la necesidad de comprender las prácticas comunicacionales de los jóvenes, desde las formas discursivas del Meme como unidad de significado sociocultural, apropiados y difundidos por ellos, desde el uso de las redes sociales virtuales y así mismo indagar en las formas figurativas y alcances de estas unidades de sentido en diferentes ámbitos. Utilizando técnicas interactivas como el grupo focal, talleres de cartografía y entrevistas, los estudiantes realizan aproximaciones a la construcción de significaciones socioculturales mediante el meme y las estrategias de viralización de contenidos digitales. Como resultado parcial de esta indagación, se reconocen cómo los sujetos/objetos de investigación encuentran en el meme una herramienta para construir relaciones sociales, como método para comunicarse con el otro, informarse y divertirse. Como poco conocen su historia y su estructura, apenas se hacen una idea.

Palabras clave: meme; sujeto joven; educomunicación; prácticas comunicacionales; ambientes virtuales; prosumidores.

Abstract: In the Colombian context, university students as users of virtual social networks consolidate a field of construction of multidirectional communicative processes, situating them as active interlocutors and empowered individuals of their own communicative constructions. The project was oriented to the understanding of the communication practices of the students of the Faculty of Audiovisual Communication in front of the uses, consumption and production of Internet memes. The project contemplated the need to understand the communicational practices of young people, from the discursive forms of the Meme as a unit of sociocultural meaning, appropriate and disseminated by them, from the use of virtual social networks and also investigate the figurative forms and scopes of these units of meaning in different areas. Using interactive techniques such as the focus group, cartography workshops and interviews, the students make approximations to the construction of sociocultural meanings through the meme and viralization strategies of digital content. As a partial result of this inquiry, they recognize that the subjects / objects of research find in the meme a tool to build social relationships, as a method to communicate with the other, to inform oneself and to have fun. Although, little is known about their history and structure, they hardly get an idea.

Keywords: Meme; young subject; educommunication; communicational practices; virtual environments; prosumers.

JEL: Z19

* Catedrático Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia.
johnvergara@elpoli.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6403-9532>

** Docente vinculado Facultad de Comunicación Audiovisual, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Colombia.
josecorrea@elpoli.edu.co
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9026-0102>

O meme como prática, expressão e manifestação artístico, cultural e comunicacional dos jovens no presente, case Faculdade de Comunicação Audiovisual do Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid

Resumo: no contexto colombiano, os universitários, como usuários das redes sociais virtuais, consolidam um campo de construção de processos comunicativos multidirecionais, posicionando-os como interlocutores ativos e indivíduos empoderados de suas próprias construções comunicativas. O projeto teve como objetivo compreender as práticas de comunicação dos alunos da Faculdade de Comunicação Audiovisual face aos usos, consumo e produção de memes da internet. O projeto contemplou a necessidade de compreender as práticas comunicacionais dos jovens, a partir das formas discursivas do Meme como unidade de sentido sociocultural, apropriada e disseminada por eles, a partir do uso das redes sociais virtuais e também de investigar as formas figurativas e abrangência. dessas unidades de significado em diferentes áreas. Utilizando técnicas interativas como grupo focal, oficinas de mapeamento e entrevistas, os alunos fazem abordagens para a construção de significados socioculturais por meio do meme e das estratégias de viralização do conteúdo digital. Como resultado parcial desta investigação, reconhece-se como os sujeitos / objetos de pesquisa encontram no meme uma ferramenta para construir relações sociais, como um método para comunicar-se com o outro, informar-se e divertir-se. Por pouco conhecerem sua história e estrutura, dificilmente têm uma ideia.

Palavras-chave: meme; sujeito jovem; educomunicação; práticas de comunicação; ambientes virtuais; prosumers.

Introducción

La noción de práctica puede ser entendida como conjuntos de hábitos que asumen los individuos y se manifiestan en acciones y actividades concretas, en diversos momentos o situaciones desde lo individual y colectivo.

En este sentido, las prácticas y expresiones juveniles se revelan en diversidad de sentidos, donde las enunciaciones artísticoculturales y comunicacionales constituyen más que lugares y cosas; componen un entramado complejo de actuaciones que otorgan sentido y significado a las producciones de las y los jóvenes en la actualidad.

En el contexto Colombiano, son cada vez más los jóvenes que hacen uso de las TIC y desde luego de las redes sociales virtuales, consolidando así un campo de construcción de procesos comunicativos multidireccionales, situando así a los jóvenes como interlocutores activos e individuos empoderados de sus propias construcciones comunicativas, es decir, los consumos de información se dan en diversos ámbitos y momentos, pero el vivo reflejo de la producción comunicativa configura la comunicación ahora desde la lógica de un sujeto que es *prosumidor*.

Una de las prácticas comunicacionales recurrentes en los jóvenes hoy en día es el acto del prosumo de memes. En la heterogeneidad de informaciones y contenidos que se alojan y se difunden masivamente en las redes sociales virtuales, el meme aparece como una figura discursiva dotada de significados, cuyo efecto de masificación se encuentra en las lógicas complejas que operan en la viralización de la información y, desde luego, en las múltiples lecturas de los usuarios-sujetos comunicativos.

Bajo este escenario, se configura una trama de sentidos de las prácticas comunicacionales de los jóvenes, en función del uso, consumo y producción de memes; unidades de significado, que si bien aparecen tácitos en imágenes, videos y otras composiciones visuales digitales que ellos comparten, adquieren alcance dentro del contexto social y cultural en los que aparecen y son apropiados por los jóvenes-sujetos comunicativos, pero más allá del sentido de apropiación cultural y social que tienen las juventudes actuales, el meme, en sí mismo, es un portador y dispositivo configurativo de la cultura y de lo social.

De este modo, el proyecto ha contemplado la necesidad de comprender las prácticas comunicacionales de los jóvenes, específicamente desde las formas

discursivas del meme como unidad de significado sociocultural, que es apropiado y difundido por ellos desde el uso de las redes sociales virtuales y, así mismo, indagar por las formas figurativas y alcances de estas unidades de sentido en el ámbito cultural, social, educativo e informativo.

Planteamiento del fenómeno de investigación

En el escenario de las prácticas artísticoculturales y comunicacionales de los jóvenes, estas actúan en función de las expresiones y manifestaciones de las subjetividades juveniles de una forma individual y colectiva. Si bien, las expresividades que construyen los jóvenes en la actualidad constituyen en esencia la manifestación de las subjetividades de los mismos, estas expresiones adquieren, en ocasiones, la forma de representaciones concretas que acentúan los significados que otorgan ellos al mundo que los rodea, así como las capacidades creativas y expresivas, propias de un marco de manifestación sociocultural y comunicacional.

Respecto a las prácticas y expresiones comunicacionales de los jóvenes en la actualidad, las TIC y las redes sociales virtuales consolidan así una serie de espacios de enunciación de los jóvenes. Bajo esta lógica, los procesos comunicativos que construyen, atienden a la noción de prácticas comunicacionales, asumiendo tanto roles activos de ellos mismos en condición de sujetos comunicativos-prosumidores en el contexto de la comunicación digital, pero ante todo entendiendo los procesos de comunicación de los jóvenes como configuraciones de sentidos y significados de lo cultural, lo social, y desde luego de la comunicación pensada, sentida y vivida desde sus propias lógicas.

Con relación a las prácticas comunicacionales, es cada vez más recurrente la producción de contenidos e informaciones de variados matices estéticos y expresiones discursivas reflejadas en híbridas y sofisticadas piezas comunicativas alojadas en las redes sociales virtuales.

Si bien, se asumen las prácticas comunicacionales como acciones comunicativas en concreto que realizan los jóvenes en función de la expresión y manifestación de múltiples sentidos, la comunicación digital se constituye en el escenario de despliegue de estas acciones, bien sea en su forma individual o también en su manifestación colectiva.

Tal es el caso de las informaciones y contenidos que consumen los usuarios-jóvenes de las redes sociales: fotomontajes, animaciones, sketches, gifs, entre

otras piezas. Estos constituyen variadas formas expresivas que actúan en sinergia con los procesos de significación, tanto de quienes las producen como de quienes las consumen; sin embargo, este proceso de consumo y producción, entendido desde las lógicas de la figura del prosumer, adquiere forma y sentido en la medida en que las informaciones y contenidos se difunden de manera masiva entre los usuarios de las redes sociales.

Los jóvenes universitarios aluden a diversidad de consumos, usos y producciones de contenidos e informaciones, cuyas funciones expresivas se articulan a variadas y novedosas formas discursivas que poseen un elemento en común: la capacidad de compartir rasgos; esto es, la capacidad de viralización digital de dichas expresividades. A propósito de esta dinámica comunicativa, aparece el concepto de meme, el cual propone “Dawkins (1988; 1979) para referirse a las instrucciones culturales que forman el sentido social de las épocas. Desde una analogía con el concepto de genes, y su aplicación a la evolución biológica, se puede apreciar que los memes son las instrucciones “genéticas” para la acción y la comunicación social (Santibáñez, 2001, p.65).

En este sentido, se establece una relación inicial entre el meme de internet y la biología, desde la noción de agrupación de un conjunto de propiedades y cualidades del meme que se articulan en dimensiones culturales. Y si bien, para Santibáñez (2001) la semejanza que se propone con la biología indica la existencia de elementos re-organizados entre sí que definen las características de comportamiento cultural, las anteriores consideraciones conllevan a comprender que la cultura no se entiende como un conjunto de formas de conducta, sino como información que especifica dichas formas en los comportamientos culturales de los individuos.

En la actualidad, es cada vez más creciente el efecto viral de informaciones y diferentes contenidos en las redes sociales. Es así como aparece, en el panorama de la comunicación digital, el meme como unidad de sentido y significado social y cultural, transmitiendo ambos, y cada vez contempla una mayor complejidad, lo que significa que un “(...) *meme* posee las características propias de todo proceso evolutivo: *fecundidad*, *longevidad* y *fidelidad* en la replicación” (como se citó en Dawkins, 1985). A su vez, existe un amplio campo de variación, los memes se replican a sí mismos por mecanismos de imitación y transmisión de cerebro a cerebro. La producción estética, discursiva y comunicativa de estos jóvenes toma forma en los memes y contenidos virales, teniendo como escenario de enunciación las redes sociales y, desde luego, los contextos sociales y culturales en los que ellos despliegan sus actuaciones como sujetos.

Razón por la que los memes se constituyen como medio de expresión que logran a través de su propagación premeditada o no, transmitir ideas y concepciones sociales, culturales, políticas, entre otros; también poseen la capacidad de generar importantes cambios en las percepciones de los individuos, acentuándose en otros escenarios de actuación.

El imeme es una forma de comunicación visual que puede manifestarse en diversos formatos: una imagen, un GIF animado o incluso un video. La mayoría de ellos son simples, de baja resolución y de estilo mundano. “La belleza y el realismo no son prioridad a la hora de crear un meme, el enfoque está en el mensaje. A las imágenes se les añade texto, sonido e incluso otras imágenes para exaltar las cualidades virales del meme” (como se citó en Gómez, 2013; 2014, p.4).

Si bien, los memes constituyen un complejo lenguaje de sentido, en donde se reflejan diversidad de representaciones de los fenómenos sociales y culturales en que se ven envueltos; estos también se conciben últimamente como medio político e ideológico que se adhieren a una opinión pública que se configura de manera reiterada en el escenario de las redes sociales.

Por ello, es ineludible dimensionar las prácticas comunicativas de los jóvenes desde los memes como unidades de sentido y significado y cuya función discursiva se consolida a través de múltiples configuraciones narrativas; todo esto, en sinergia con las competencias sociales, culturales y políticas que construyen los sujetos-jóvenes, a través de sus acciones comunicacionales, específicamente en y desde la lógica de los contenidos e informaciones que se comportan como virus propagados en las redes sociales, es decir, desde el uso, consumo y producción de una comunicación memética.

Objetivos

Este artículo resultado de investigación tiene como objeto de estudio las prácticas comunicacionales juveniles, está centrada en la indagación frente a los usos, consumos y producción de memes en internet de los jóvenes estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Objetivo que se hizo alcanzable a través de la descripción de las prácticas comunicacionales recurrentes en las redes sociales de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual.

Por otra parte, se determinaron las características semióticas, estéticas y narrativas de los contenidos digitales de carácter masivo, viral y transversal, analizando los usos, consumos y producción de memes en internet de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual.

Metodología

El proyecto contempló como estrategia metodológica un enfoque descriptivo-interpretativo, cuya finalidad fue la comprensión de las prácticas comunicacionales de los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual frente a los usos, consumos y producción de memes en internet.

Para ello, y en función de la perspectiva cualitativa de este estudio, se emplearon diversas técnicas de investigación, así como procedimientos para la recolección de información.

También se hizo énfasis en la posibilidad experimental que ofrecen los diseños cualitativos de investigación. En este sentido, la muestra de participantes de la investigación, se constituyó por cuatro estudiantes miembros del semillero de investigación en comunicación y viralización de contenidos digitales (INCODI) que pertenecen a los semestres cuarto, quinto y sexto del programa de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid; y doce estudiantes de la asignatura eventos online del programa de Tecnología en Organización de Eventos de la misma institución, y a quienes se les indagó a través de la realización de actividades de conceptualización y creación de memes, así como la aplicación de otros instrumentos para la recolección de información para el estudio.

A continuación, se detallan los procedimientos de recolección de información de acuerdo a los objetivos específicos del proyecto:

- Entrevistas estructuradas y semiestructuradas a los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual, frente a las prácticas comunicacionales y sobre los usos, consumos y producción de contenidos masivos y virales de internet y sus redes sociales.
- Grupos focales frente a los alcances y limitaciones de los contenidos e informaciones virales (memes) en internet y las redes sociales.
- Talleres de discusión-reflexión frente a los usos, consumos y producción de contenidos diversos desde el fenómeno de la comunicación digital.

Resultados

Para los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, sus procesos de subjetivación, así como los trayectos que construyen en las configuraciones como sujetos-comunicativos, se estructuran no solamente en expresiones y manifestaciones artístico-culturales; desde luego, las interacciones sociales, constituyen el eje de articulación de los procesos de comunicación y educación en el escenario de la comunicación digital.

En efecto, la comunicación adquiere varios sentidos en este panorama. Para estos jóvenes, la comunicación se produce en las interacciones con el otro, a partir de las mediaciones con los dispositivos tecnológicos, los espacios virtuales y las redes sociales. Todo ello conlleva a la comprensión de la existencia de prácticas concretas de la comunicación. Partiendo de la noción de prácticas, esta se comprende desde la idea del *habitus* que para Bourdieu es “(...) el proceso por el que lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas” (1990, p.26).

“El *habitus*, generado por las estructuras objetivas, genera a su vez las prácticas individuales, da a la conducta esquemas básicos de percepción, pensamiento y acción” (Bourdieu, 1990, pp.26-27). Lo que indica que el *habitus* se traduce en acciones concretas e interiorizadas en cada uno de estos jóvenes, partiendo de estructuras macrosociales generales, pero configurándose en formas específicas en cada uno de ellos en su condición de sujetos. Por lo tanto, las prácticas que realizan estos chicos y chicas en función de la comunicación, se cimentan específicamente en las bases del consumo de información y medios, así como en la producción de contenidos de variadas temáticas (prosumos) y en la producción de significaciones diversas en relación a sus pensamientos, conductas y consolidación de roles dentro del ecosistema comunicativo digital.

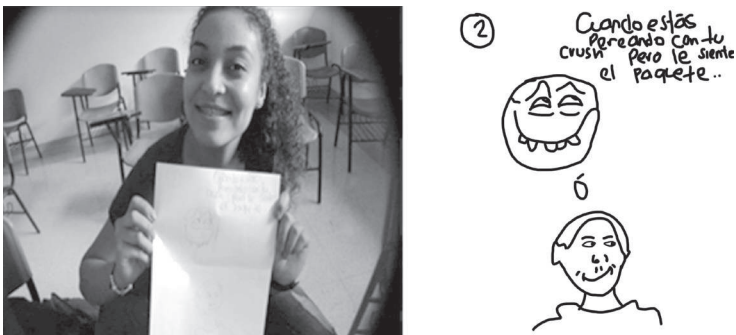


Figura 1. Grupos focales y talleres de elaboración de memes con los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano JIC.

Si bien, para ellos la televisión e internet siguen ocupando lugares privilegiados en cuanto a sus usos; factores como entretenerse, informarse y educarse constituyen funciones directas, que ellos mismos otorgan a los massmedia y que obedecen a la oferta de contenidos y programaciones que se les ofrece. No obstante, tanto la utilización de la televisión e internet y sus empleos para obtener diversas gratificaciones (informarse, entretenerse y educarse) siguen manteniendo un orden vigente dentro de la lógica operativa de los medios masivos de comunicación en la actualidad. En efecto, es imprescindible comprender que los “(...) medios de comunicación de masas presentan constantemente modos de vida a los que, según se supone, todos deben aspirar” (Berriain, 1996, p.251).

Los usos y consumos de los medios de comunicación que hacen estos chicos y chicas, se articulan desde la lógica de una economía de mercado y de producción masiva y, por ende, las significaciones frente a los mensajes y contenidos están sujetas a incentivos de tipo emocional, incluso ideológico que inciden en sus percepciones, hábitos y comportamientos. Para Berriain (1996) “(...) el desarrollo de los medios de comunicación, particularmente la comunicación electrónica, la interpenetración del autodesarrollo y de los sistemas sociales, incluyendo sistemas globales, se hace más pronunciada” (p.37).¹

En este sentido, la comunicación de los medios masivos concentra sus funciones en las dinámicas de la economía actual; así, el consumo y recepción de las informaciones para estos chicos y chicas adquieren significados cada vez más tácitos y legítimos en sus formas de producción de sentido social y cultural. Para Martín-Barbero (1992).

(...) esta nueva perspectiva industria cultural y comunicaciones masivas son el nombre de los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura, que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas sino a nuevas formas de la sensibilidad y a nuevos tipos de disfrute y apropiación (p.8).²

¹ “Yo diría que la televisión es un medio de comunicación masivo, entonces lo que hace la televisión es como darnos unos mensajes y a veces son como muy subliminales, por ejemplo, a mí me parece muy cómico y es lo que colocan en la televisión; por ejemplo, ¡el programa para mayor de 12 años!, entonces yo digo que lo colocan por la simbología. Por ejemplo, los niños menores de 12 años o yo que estudiaba teatro, nos enseñaban mucho lo que es los símbolos y con cualquier cosita uno puede relacionar muchas cosas, uno puede colocar un círculo, entonces la imaginación se le vuela a uno” (fuente estudiante grupo focal).

² “Me gustan demasiado las series y creo que uno aprende cosas porque hay veces las series, así no las crea, hay cosas que son muy reales y uno puede aprender por medio de las películas, las series y todo eso” (fuente estudiante grupo focal).

En consecuencia, estos jóvenes realizan varias acciones frente a los referentes visuales que ofrecen los medios de comunicación y su amplia oferta de programación y contenidos. El acto de seguir a una personalidad famosa, investigar sus vidas y quehaceres profesionales y valorar las creaciones y producciones de las figuras mediáticas, configuran así un conjunto de actuaciones que estos chicos y chicas realizan constantemente, pues se presenta una doble vía entre el consumo y producción de los mensajes.

El consumo de programación y contenidos de los medios masivos de comunicación, se articula con la utilización de las redes sociales virtuales, cuyas interacciones se dan, por un lado, en el momento en el que se presentan los consumos y usos psicológicos e ideológicos de la información y, por otro, en las posibilidades de generar contenidos, a partir de las réplicas de los mensajes, es decir, a través de la acción de compartir la información existente, teniendo la posibilidad de modificar el contenido de los mensajes y difundiéndolos en tiempo posterior; cualidades que ofrecen las redes sociales, como por ejemplo WhastApp, Facebook e Instagram.³

Los usos, consumos y producción de información que se vislumbran como prácticas comunicativas de estos jóvenes, se comprenden en el complejo entramado de la comunicación masiva y las industrias culturales. Para Martín-Barbero (1992) la dicotomía entre ambas presupone el “(...) nombre de los nuevos procesos de producción y circulación de la cultura, que corresponden no sólo a innovaciones tecnológicas sino a nuevas formas de la sensibilidad y a nuevos tipos de disfrute y apropiación” (p.8).

Precisamente, ellos generan constantemente procesos comunicativos mediados por las tecnologías digitales y los consumos de nuevos y variados formatos, estilos y discursos. A su vez, las redes sociales constituyen escenarios de sociabilidad que sugieren nuevas formas de juntarse y de excluirse, de reconocerse y desconocerse y que adquieren espesor social y relevancia cognitiva lo que pasa en y por los medios y las nuevas tecnologías de comunicación (Martín-Barbero, 1992, p.9).⁴

³ “Yo opino que los jóvenes cuando ven, se ven representados con las personas que hacen esos videos, los youtubers, por ejemplo. Es como cualquiera de nosotros, tomar una cámara y expresar todo lo que nosotros pensamos y hacen cosas que a la gente como a nosotros nos gusta” (fuente estudiante grupo focal).

⁴ “Por ejemplo en las películas que hay en Netflix, si hay una película ahí y puede buscar en internet la película, en Facebook y eso y hay miles de personas que comparten la misma idea y les gusta lo que a usted les gusta, entonces usted forma parte de ese grupo (fuente estudiante grupo focal)”.

Tanto las interacciones sociales de estos jóvenes como los procesos comunicativos soportados en prácticas comunicacionales en el escenario de las tecnologías digitales (el universo cultural inmediato, así como sus propias configuraciones y manifestaciones culturales) están anudadas a las lógicas de una economía global incidente en las dinámicas de socialización juvenil, en las construcciones de la cultura y, desde luego, en las dinámicas comunicativas, ya no mediadas por las tecnologías digitales, sino vinculadas a estas: las comunicaciones de estos chicos y chicas dependen significativamente de las posibilidades del medio, es decir, de las herramientas tecnológicas de último avance tecnológico y de los dispositivos móviles más sofisticados.

Sin embargo, las prácticas comunicacionales de estos chicos y chicas adquieren mayor espesor en relación al lenguaje, cuyas transformaciones se dan en la medida en que ellos emplean el medio tecnológico, en función de la interacción social y el acercamiento al otro. Para Habermas (1987) el lenguaje “(...) actúa aquí como medio, no del entendimiento y de la transmisión de saber cultural, sino de la socialización y de la integración social” (p.40). Entonces desde el punto de vista estructural de la comunicación, el lenguaje mismo no solamente es funcional en el empleo de sus estructuras lingüísticas y sistemas signícos, sino que depende de los artefactos y dispositivos tecnológicos empleados y en la capacidad de interconexión que ofrecen los celulares y dispositivos móviles.⁵

En consecuencia, los protagonismos de estos jóvenes interpelan al acto de entenderse e interactuar, a través de la conexión virtual con otros jóvenes en cuestiones comunes. Las redes sociales y las multiplicidades de informaciones y mensajes que alberga internet, y las posibilidades interactivas que proponen diversidad de espacios y entornos virtuales, constituyen así un microcosmos social, cultural y comunicativo, donde las significaciones de ellos mismos como sujetos-jóvenes establecen horizontes de sentidos en sus prácticas comunicativas y, por ende, en la autodefinición de sí mismos. En este sentido, Habermas señala que los “(...) sujetos que actúan comunicativamente se ven ante la tarea de encontrar para su situación de acción una definición común y de entenderse, dentro de ese marco de interpretación, sobre temas y sobre planes de acción” (1987, p.313).⁶

⁵ “Nosotros tenemos que estar conectados. Para nosotros un celular sin internet no sirve; y si no hay una forma de un WiFi en una casa o en un lugar, hay que tener datos para poder andar por ahí y para sentirse en confianza. Ya la plata de nosotros ya no es tanto para gastar en las cosas materiales sino para datos (fuente estudiante grupo focal)”.

⁶ “Yo creo que internet en forma de grupo funciona. Yo he visto que los grupos de WhatsApp por ahí hablan así, por ahí hablan las personas, o sea que también ayudan al desarrollo personal, pero, por ejemplo, Instagram, donde comparten fotos, aunque uno no crea esas fotos que uno ve a uno le influyen en el pensamiento” (fuente estudiante grupo focal).

Así, entonces, asumiendo la comunicación como procesos de acción de los sujetos, las prácticas comunicacionales que realizan estos jóvenes (Habermas 1987) se soportan en la relación entre cultura, sociedad y personalidad como componentes de la vida simbólicamente estructurada.

De este modo, internet, y específicamente los dispositivos móviles y las redes sociales, “(...) se ha convertido en medio de autoexpresión, símbolo de estatus y forma de proyección de la identidad” (Muñoz, 2008, p.8).⁷

En efecto, la sociedad actual en la que viven y están inmersos estos jóvenes, así como las dinámicas del poder y las lógicas del mercado, pasan de manera cada vez más reiterada por las transformaciones tecnológicas, por nuevas estructuras narrativas y discursos que, de cierta manera, reorganizan los modos en los que se relacionan los sujetos-jóvenes con la cultura, desde la producción, circulación y consumos de las informaciones (textos, imágenes, objetos, etc.).

En esencia, la producción de la cultura que hacen estos chicos y chicas se entiende en esta dimensión, es decir, es la puesta en marcha de acciones individuales y colectivas, donde la cultura se configura desde sus procesos comunicativos. Atender a las prácticas, a los hábitos y a los usos, puede comprenderse en las posibilidades que ellos tienen para acercarse al conocimiento y reconocerse en la cultura. Para Urresti, Linne, y Basile, esta dinámica permite entender “(...) sus tensiones y contradicciones, de sus expresiones y sus silencios, es decir, de sus estrategias comunicativas a través de las cuales se manifiestan las mediaciones culturales” (2015, p.35).

En consecuencia, las tecnologías suponen un cierto consumo de bienes, dispositivos y servicios específicos, pero también supone una constante actividad de interacción a partir de la utilización y la posibilidad de producir nuevos contenidos y herramientas, que permiten procesos de consumo, de producción y creatividad. Según Urresti *et al.*, (2015), los procesos de recepción, consumo y producción, así como la reactivación de nuevos roles del actor comunicativo,

⁷ “Yo podría aportar que eso no es del todo malo, yo por ejemplo mantengo, no muy frecuente, más o menos, juegos en línea y yo he conocido muchas personas por Internet y yo conocí unos amigos de Chile y Ecuador y pues es bueno eso como le ayuda a uno como a expandir lo que uno conoce y a quien conoce y pues ellos han venido a Colombia, no es que sólo es por ahí, sino que es bueno también en parte porque lo ayuda a conocer más personas, pues es parte positivo” (fuente estudiante grupo focal).

circulan y se utilizan, acrecentándose y diversificándose en nuevos contenidos que aumentan progresivamente.⁸

En esencia, las actuaciones y expresiones comunicativas de los jóvenes, en el escenario de las redes sociales, específicamente en la creación y viralización de contenidos digitales como los memes en internet, indican precisamente que “un *meme* de internet es un segmento de la cultura que se representa de manera cotidiana a modo de chiste y que al ir transmitiéndose adquiere influencia” (González, 2017, p.2).

“Los usuarios están allí para recordarnos que los procesos de comunicación digital son procesos eminentemente sociales y se desarrollan en el territorio que plantean las necesidades de los sujetos en los distintos momentos de su vida”. (Urresti *et al.*, 2015, p.36). Para estos chicos y chicas, las redes sociales constituyen escenarios de interlocución y encuentro con otros jóvenes; sus procesos de comunicación como bien se ha mencionado, están soportados por las tecnologías digitales y el uso del celular y cuyas informaciones reproducidas y co-producidas, dadas las versatilidades y posibilidades de las aplicaciones virtuales y digitales, consolidan así todo un ecosistema comunicacional-digital, en donde se exploran y consolidan sus creatividades, expresiones y pensamientos.⁹

El meme visto y producido desde los sujetos/objetos de la investigación



Figura 2. Grupos focales y talleres de elaboración de memes con los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano JIC.

⁸ “Ellos ya no se mandan tantas palabras propias, sino memes que ellos ven por ahí, cosas graciosas, entonces las mandan y eso se vuelve en cadenas; yo he visto que aquí que en cada curso hay un grupo de WhatsApp y hay una cadena; ellos forman un grupo cerrado, entonces, por ejemplo, el grupo de investigación, todos tienen su celular, todos se comunican en el grupo de WhatsApp. Ellos se mandan también muchos memes, por ejemplo, dicen: ¡Ve esto está muy gracioso!, entonces de esa forma, ellos entran a la política, entran al conocimiento del país, entran a una nueva forma de humor más gráfico; ya no es contando chistes, sino a través de los memes que ellos empiezan a compartir el humor y otras cosas” (fuente docente grupo focal).

⁹ “Yo digo que cuando una persona normal así como nosotros sube videos a internet, también ayuda a que otras personas vean el pensamiento de uno” (fuente estudiante grupo focal).

Con el ánimo de escuchar desde la voz del estudiante y visibilizar los resultados y percepciones que se derivan del proyecto, se comparte el análisis realizado por dos estudiantes integrantes del proyecto de investigación.

Este es un análisis con algunas conclusiones parciales de la actividad de la determinación de las características semióticas, estéticas y narrativas de los contenidos digitales de carácter masivo y viral.

Si bien, ya hemos tocado algunos conceptos y términos sobre el meme en internet, no damos cuenta que no todos tienen claridad sobre el significado y origen del mismo.



Figura 3. Grupos focales y talleres de elaboración de memes con los estudiantes de la Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano JIC.

Observamos que la contextualización que tienen los estudiantes de tercer semestre de Comunicación Audiovisual, con lo que llamamos meme en internet, es más bien una relación de socialización, un método para comunicarse con el otro, informarse y divertirse. Sin embargo, no conocen su historia y de su estructura apenas se hacen una idea.

En el transcurso de las intervenciones con el grupo focal, nos encontramos con diversas opiniones del uso del meme y de alguna manera todos concuerdan con que el meme hace parte de una mera imagen que divierte y que hace críticas a situaciones de la cotidianidad, de la política y de la sociedad. Esto nos muestra que el meme ha evolucionado y ahora algunos memes en internet cumplen con la intención de generar un pensamiento crítico desde el humor, la burla y el sarcasmo.

Para estos participantes, la estética es fundamental para el gusto y la viralización del meme, no les gusta que las imágenes/videos/textos estén acompañados de muchos colores, muchas figuras ni muchas imágenes en una sola. Disfrutan que desde lo sencillo visualmente se haga un meme divertido y de buen contenido y así se pueda replicar una y otra vez.



Figura 4. Meme elaborado por el semillero de investigación INCODI. Facebook.

El meme funciona, desde la intención semiótica, perfectamente con la teoría de Saussure, según los datos recolectados en este grupo focal. Pues los estudiantes siempre le dan un significado al significante y esto conlleva a la transculturización de la mera imagen en diferentes lugares del mundo. Muy bien lo decía uno de los estudiantes: no es lo mismo ver un meme de Rusia, y entenderlo igual, que uno de Colombia.

Los participantes manifestaron a través de una pregunta realizada por las moderadoras, que se han enterado de muchas noticias importantes del país mediante los memes. Gracias a la viralización de este y al alcance que tiene las redes sociales se inundan de esa noticia que es tendencia y el meme sirve como medio de información noticioso y esto los motiva a investigar, por fuentes confiables, como prensa digital, qué es lo que sucede en ese instante.



Figura 5. Meme elaborado por el semillero de investigación INCODI. Facebook.

Con la información que nos arrojó este grupo focal, entendimos parcialmente la dinámica de los jóvenes en relación con las redes sociales y el meme dentro de ellas; y es que esto ha sido una revolución para ellos. Todo el día están viendo memes, compartiendo y creando, se ha convertido en un tema de conversación y de alguna manera se debe tener contexto de las imágenes/vídeos/textos para hablar sobre ellos. Son nuevas formas de comunicación a las que de alguna manera se fueron adaptando.¹⁰

Con todo esto, demostramos que además de generar un interés por la investigación de los memes, debemos cultivar y/o realizar una iniciativa desde los primeros semestres de la carrera, buscar más allá de lo que vemos, saber de dónde y cómo vienen los contenidos que utilizamos, ir a lo más profundo de cada tema abordado.

¹⁰ Para finalizar, debemos como futuros comunicadores audiovisuales, saber de dónde viene lo que utilizamos, ser conscientes en lo posible de cuáles son las cosas que mueven al mundo y así poder trabajar con ellas, tener astucia y saber manipular o manejar la información para poder vender.



Figura 6. Meme elaborado por el semillero de investigación INCODI. Instagram.

Por último, es complaciente saber que, en el grupo focal, “implantamos” la idea de hacer lo anteriormente mencionado, saber que logramos crear una posición crítica frente al meme, su historia, el internet y toda su evolución; incluso, especular cómo podría seguir evolucionando.

Conclusiones

Las prácticas comunicacionales de estos jóvenes, están articuladas a los usos y consumos de las informaciones que toman de los medios masivos de comunicación y también de las que se difunden y se multiplican en internet y en todas las redes sociales, pero dichas prácticas, desde luego, se sitúan en los hábitos, actuaciones y en las posibilidades de re-crear y producir contenidos derivados de otros existentes.

La versatilidad en los formatos y narrativas de los mensajes en las redes sociales y plataformas digitales no resulta en un intento de cosificación de la comunicación, sino que permite verdaderamente comprender que existe una comunicación como proceso de encuentro e intercambio de sentidos y significaciones diversas, ancladas a las lógicas del gusto, el disfrute y la expresión propia de estos jóvenes, de acuerdo a sus intereses y motivaciones particulares y colectivas.

También en esta dimensión, la comunicación vista y vivida por ellos, desde la lógica de las tecnologías digitales, ha presupuesto la conversión y configuración de los roles de los actores comunicativos. Para Kaplún (1998) esto constituye que los “(...) receptores se tornan más autónomos en la medida en que ellos mismos ejercen y practican el acto emisor” (p.221).¹¹

¹¹ “Yo digo que cuando una persona normal así como nosotros sube videos a internet, también ayuda a que otras personas vean el pensamiento de uno” (fuente estudiante grupo focal).

Sin embargo, dichas prácticas comunicacionales están acompañadas por un marcado uso y consumo de contenidos e informaciones de variados formatos, estilos y discursos afines a los intereses y motivaciones de estos jóvenes. Las gratificaciones no solamente se evidencian desde impulsos primarios emocionales, sino que permiten generar otras lecturas y significaciones de la realidad.¹²

En efecto, estos jóvenes en su condición de actores comunicativos, se encuentran construyendo procesos comunicacionales, desde el rol del emisor, pero circulando de manera continua en recepciones activas enmarcadas en los usos y consumos de la información; claro está, siendo audiencias de la oferta de contenidos de los medios de comunicación masivos y los formatos, estilos y narrativas audiovisuales digitales, pero transitando hacia los roles activos de la producción y re-producción del mensaje que posibilitan las redes sociales y la comunicación digital. Y precisamente bajo este paradigma comunicacional-digital en el que están inmersos estos jóvenes, y que les permite transitar y configurar sus roles en sus actos comunicativos, que evidencian la incorporación de ideas y gustos, en función de sus subjetividades y en la constitución como sujetos-jóvenes. En esencia, el dominio de las destrezas comunicativas, la posesión y apropiación de los signos y la capacidad de expresar y comunicar, es lo que puede denominarse como competencia comunicativa (Kaplún, 1998, p.238).

Por ello, es imprescindible comprender que las dinámicas de inserción de las nuevas herramientas digitales determinan las prácticas culturales juveniles y educativas. La innovación tecnológica obliga a desarrollar unas competencias en lenguaje para habitar el mundo en el que perseveran con mayor medida los intereses particulares de estos jóvenes en condición de sujetos juveniles y sujetos-educandos. La información preestablecida (currículo) a veces no concuerda con la búsqueda vocacional e informacional de ellos. Esta reflexión surge en la medida que se profundiza lo expuesto por Piscitelli (2001): desde entonces, esta nueva tecnología modificó progresivamente su perfil –yendo siempre en dirección al “mejoramiento” y la profundización de la capacidad de expresión estética– gracias al aumento de la velocidad de procesamiento y almacenamiento, diseño de interfaces “amistosas” con el usuario, gráficos de alta resolución, sonido estereofónico, impresoras láser a color, lenguajes de programación de alto nivel y una notable cantidad de dispositivos de hardware útiles para el artista, tales como lápices gráficos, scanners y sintetizadores.

¹² “Por ejemplo en Youtube, hay un canal donde también generan información sobre las cosas que pasan en Colombia, pero no lo hacen en forma de noticias, simplemente generan la información y la dan, ¡que la persona la tome como quiera!, sino que también lo expresan de forma bizarra, expresan la comunicación de una forma más dinámica, que uno capte la intención del que está haciendo la noticia al que le está llegando” (fuente estudiante grupo focal).”

Por ende, el abordaje del proceso comunicativo de estos jóvenes-estudiantes adquiere gran importancia, en tanto que sus dinámicas creativo-comunicativas estén en consonancia con la producción de la cultura y las interacciones sociales, emocionales y afectivas que establecen los jóvenes en contextos y escenarios diversos. En este sentido, para Kaplún (1998) la producción de las dinámicas comunicativas de estos chicos y chicas se inscriben dentro del paradigma de la reciprocidad que resignifica, no solo la acción de comunicar, sino que coloca en el espacio de las relaciones intersubjetivas de las juventudes, las configuraciones del lenguaje en sus formas materiales y manifestaciones abstractas que implican ahora, y para los jóvenes particularmente, la comunicación; y es “gracias al permanente ejercicio del lenguaje en el espacio social como el ser humano interioriza esos símbolos culturalmente elaborados –palabras– que le hacen posible a la vez comunicarse y representar los objetos, vale decir, pensar” (Kaplún, 1998, p.233).

La comunicación que producen los estudiantes, entonces, plantea la acción y movimiento de los sujetos juveniles a través de la consolidación de hábitos y prácticas en y desde las actividades comunicativas, que interpelan a la constitución de un sujeto-comunicativo que se significa a sí mismo y al otro desde los códigos lingüísticos, los instrumentos empleados y los vehículos de la comunicación; en correspondencia a las cosmogonías sociales, culturales, emocionales y afectivas de sus existencias como sujetos juveniles y ante todo desde sus propias cosmovisiones del mundo.

Frente a los procesos de construcción de las subjetividades de estos jóvenes, sus prácticas comunicacionales son determinantes, en la medida en que logran articular, tanto sus interacciones sociales, así como las significaciones de sus identidades propias y, desde luego, en las configuraciones de sus roles y actuaciones socioculturales, en el contexto de los usos y consumos de los medios de comunicación, las tecnologías digitales y las redes sociales.

Referencias

- Beriain, J. (1996). *Las consecuencias perversas de la modernidad*. Barcelona, España: Anthropos.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Gómez, I. (2013-2014). Del meme al imeme, trascendiendo la dimensión lúdica. *Entretextos*, 5(15), 1-9.
- González, F. (2017). Uso de memes como mediadores de las vivencias de estudiantes universitarios. En F. González (Presidencia). *Investigación Educativa*. Simposio llevado a cabo en el Congreso Nacional de Investigación Educativa COMEI, San Luis de Potosí, México.

- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid, España: Taurus.
- Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid, España: Ediciones De la Torre.
- Martín-Barbero, J. (1992). Pensar la sociedad desde la comunicación: un lugar estratégico para el debate a la modernidad. *Diálogos De La Comunicación*, 32, 1-5.
- Memelo-Semillero de Investigación Incodi. Fotos de biografía [Álbum de fotos]. Recuperado de <https://web.facebook.com/Memelo-Semillero-de-Investigaci%C3%B3n-Incodi-108598963960492/>
- Memelo-Semillero de Investigación Incodi. Fotos de biografía [Álbum de fotos]. Recuperado de <https://www.instagram.com/p/CAYD1HfDI9w/>
- Muñoz, G. (2008). El consumo juvenil en la sociedad mediática. *Comunicação, mídia e consumo*, 5, 57-75.
- Piscitelli, A. (2001). *Ciberculturas 2.0 en la era de las maquinas inteligentes*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Santibáñez, C. (2001). Teoría Social y Memes. *A Parte Rei*, 18, 1-9.
- Urresti, M., Linne, J. y Basile, D. (2015). *Conexión total: los jóvenes y la experiencia social en la era de la comunicación digital*. Buenos Aires, Argentina: Grupo Editor Universitario, CLACSO.

Para citar este artículo:

Vergara, J. y Correa, J. (2020). El meme como práctica, expresión y manifestación artística, cultural y comunicacional de los jóvenes en la actualidad, caso Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. *En-Contexto*, 8(12), 155-174.



¿Preparados para las fake news? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia

Are you ready for fake news? An exploratory study of the university community Tecnológico de Antioquia

Recibido: 17-07-2019 • Aprobado: 03-08-2020 • Página inicial: 175 - Página final: 204

Semillero de investigación en Geopolítica*
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Tecnológico de Antioquia

Resumen: este artículo estudia las tendencias de uso de medios de comunicación y redes sociales en el Tecnológico de Antioquia – Institución Universitaria. Concretamente, se examinan los hábitos de consulta, contraste y verificación de noticias de cara a explorar su posible relación con la expansión de las *fake news* (noticias falsas). Tras aplicar una encuesta estratificada en profesores, administrativos y estudiantes se procede a realizar un análisis estadístico de carácter descriptivo y, posteriormente, un análisis inferencial que involucra la aplicación de la prueba Chi² y la Prueba de Cramer's V. Los resultados reflejan que los hábitos de consumo, contraste y verificación de noticias no se diferencian por el tipo de vinculación académica y que existen indicios que señalan niveles medio-bajos en hábitos de información, contrastación y envío de información, lo que puede constituir un contexto propicio para la expansión de las *fake news*.

Palabras clave: comportamiento informacional; impacto de la comunicación; fake news; hábitos de información; tecnología de la información y comunicación.

Abstract: This article studies the trends in the use of communication media and social networks at Tecnológico de Antioquia - University Institution. Specifically, the habits of consultation, contrast, and verification of news are examined to explore their possible relationship with the expansion of fake news (false news). After applying a stratified survey among teachers, administrators, and students; a descriptive statistical analysis is carried out and, later, an inferential analysis that involves the application of the Chi² test and the Cramer's Test V. The results reflect that the habits of consumption, contrast, and verification of news are not differentiated by the type of academic connection and that there are clues that indicate medium-low levels of information habits, contrast and sending of information, which can constitute a context conducive to the spread of *fake news*.

Keywords: Project management; public projects; indicators; public policy.

JEL: I29

* Este artículo hace parte de la producción académica del Semillero de Investigación en Geopolítica, cuyos autores se referencian en página contigua.

Você está pronto para notícias falsas? Um estudo exploratório da comunidade universitária do Tecnológico de Antioquia

Resumo: este artigo estuda as tendências de uso dos meios de comunicação e redes sociais no Tecnológico de Antioquia - Instituição Universitária. Especificamente, são examinados os hábitos de consulta, contraste e verificação de notícias, a fim de explorar sua possível relação com a expansão de notícias falsas (notícias falsas). Após a aplicação de um inquérito estratificado em professores, gestores e alunos, procede-se a uma análise estatística descritiva e, posteriormente, a uma análise inferencial que envolve a aplicação do teste Chi2 e do Teste V. de Cramer. Os resultados reflectem que os hábitos de Consumo, contraste e apuração de notícias não se diferenciam pelo tipo de vínculo acadêmico e que há indícios que apontam níveis médio-baixo nos hábitos de informação, contraste e envio de informações, o que pode constituir um contexto favorável para a expansão do falso notícia.

Palavras-chave: comportamento informativo; impacto da comunicação; notícias falsas; hábitos de informação; tecnologia da informação e comunicação.

Hernán Pineda Gómez. Docente investigador del Tecnológico de Antioquia, Colombia.
hernan.pineda@tdea.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5691-7390>

Alexandra Jima-González. Docente investigadora de la Universidad Yachay Tech, Ecuador.
ajima@yachaytech.edu.ec ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9719-3069>

Miguel Paradelo-López. Docente investigador del Tecnológico de Antioquia, Colombia.
miguel.paradela@tdea.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1849-5526>

Estudiantes del Tecnológico de Antioquia, Colombia e integrantes del Semillero en Geopolítica:

Henry de Jesús Acevedo Marín, estudiante de Administración Comercial.
haceved1@correo.tdea.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1750-6070>

Ana Isabel Agudelo Velásquez, estudiante de la Licenciatura en Educación Preescolar.
anita.agu.velas@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9037-4249>

Sara Liliana Areiza Villa, estudiante de Negocios Internacionales.
Sara.areiza.10@hotmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5879-9693>

César Augusto García Marín, estudiante de Administración Financiera.
cesaragm2010@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4197-0287>

Santiago Andrés Giraldo Valencia, estudiante de Contaduría Pública.
santigv.328@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2042-9256>

Cristian Alonso Holguín Arenas, estudiante de Contaduría Pública.
alonsoholguinarenas1996@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1882-8255>

Katherin Vanessa Loaiza Seguro, estudiante de Negocios Internacionales.
kathy200789@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6865-6805>

Antonio José Montoya Acevedo, estudiante de Administración Comercial.
anjo7montoya@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4932-4191>

Juan Pablo Ortega Lyons, estudiante de Negocios Internacionales.
juan.ortega23@correo.tdea.edu.co ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7278-9130>

Tatiana Ospina Marulanda, estudiante de Contaduría Pública.
tati9611@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2488-793X>

Juan Esteban Parra Tavera, estudiante de Negocios Internacionales.
juanestebanparratavera@gmail.com ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1528-9145>

Introducción

Los cambios tecnológicos de las últimas décadas han revolucionado la comunicación, configurando una serie de nuevas dinámicas y prácticas sociales centradas en el uso masivo de internet. Como resultado, actualmente es posible el acceso a una información rápida, instantánea y completa: con una simple conexión a internet, una persona puede acceder actualmente a las principales fuentes de noticias de todo el mundo. En este sentido, la llegada de las redes sociales ha posibilitado la difusión de manera instantánea de sucesos de la esfera política, económica y social a buena parte de la población mundial.

A su vez, los usuarios de estas nuevas tecnologías han experimentado cambios en su comportamiento informacional, modificando las formas y hábitos de recabar información, así como la forma en la que comunican sus propias vivencias u opiniones. Por tanto, el surgimiento y penetración de internet ha generado una ruptura con las formas clásicas de comunicación (televisión, prensa escrita, radio, etc.), dando lugar a un nuevo paradigma comunicativo, tanto en la forma de informarse, como en el tipo de interacción con los medios de comunicación o en los mecanismos de difusión de la información. En este contexto, las redes sociales se han configurado como un nuevo paradigma en el proceso de comunicación, ganando una creciente relevancia como un instrumento de relacionamiento y como mecanismo de información (Bernete, 2010).

Más concretamente, la primera encuesta nacional realizada por el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (TIC) (2017) reveló que el 64% de la población colombiana tiene acceso a internet. De estas personas, el 97% usa internet para comunicarse, empleando, en orden de la relevancia, las redes sociales Facebook (88%), WhatsApp (87%), Youtube (48%), Instagram (34%) y Twitter (20%); el 90% de ellos las utilizan diariamente. Adicionalmente, esta encuesta revela la creciente importancia de las redes sociales como herramienta educativa, puesto que el 44% de los encuestados reconocieron tal tipo de uso (TIC, 2017).

Por otro lado, esta misma encuesta mostró que el 68% de las empresas colombianas usan internet como herramienta comercial, llegando hasta el 67%, las que crearon y sostuvieron redes sociales de la empresa. Más concretamente, las principales redes utilizadas por las empresas fueron Facebook (94%), Instagram (34%) y Twitter (27%). Estos datos evidencian que la intensidad de la penetración de las redes sociales no se ha limitado al ámbito individual y social, sino que también han tenido un fuerte impacto en las empresas y en todos los sectores económicos.

Al mismo tiempo, este cambio en la forma y medios de informarse implica un gran reto y responsabilidad para la sociedad contemporánea: la instantaneidad de la información, la falta de un control previo y efectivo y la multiplicidad de emisores de información –la mayoría de ellos no periodísticos. Estos desafíos se han cristalizado en una serie de problemáticas, entre las que se destacan la difusión de las *fake news*, noticias falsas creadas con fines políticos, económicos y humorísticos, enviadas a través de las redes sociales y compartidas por sus lectores –quienes las consideran erróneamente verídicas. Por tanto, existen actualmente problemáticas a la hora de controlar las noticias falsas, lo que ha generado que estas sean utilizadas con fines electorales, arruinando campañas electorales de candidatos o deteriorando la imagen pública de políticos y gestores (Lazer *et al.*, 2018).

Los problemas derivados de esta nueva realidad, y especialmente su impacto en espacios de participación ciudadana como el plebiscito para refrendar el acuerdo de paz en el año 2016 en Colombia (Jima-González *et al.*, 2018; Las noticias falsas que circularon durante la jornada electoral, 2018), han dado lugar a la presente investigación. Más concretamente, los miembros del Semillero en Geopolítica buscaron analizar los hábitos de consulta, verificación y difusión de la información en la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia – Institución Universitaria. Para ello, se lleva a cabo la implementación de un estudio cuantitativo consistente en la realización de una encuesta estratificada –estudiantes, empleados y docentes– y su posterior análisis descriptivo y correlativo.

El presente artículo se encuentra estructurado en cinco apartados. En el primero se desarrolla el posicionamiento teórico, analizando el impacto de las redes sociales y los hábitos informacionales en la comunidad universitaria. Más concretamente, se plantea la hipótesis desarrollada por el artículo acerca de la forma en la que los hábitos de consumo de información inciden en la propagación de *fake news*. El segundo apartado presenta el estado de la cuestión, centrado en el análisis de la relación entre las redes sociales y las *fake news*, así como el comportamiento informacional, tanto en las redes sociales como, específicamente, con las *fake news*. El tercer apartado corresponde al desarrollo de la metodología, describiendo las particularidades de la encuesta realizada, así como las herramientas utilizadas en el análisis posterior de los datos obtenidos. En cuarto lugar, se desarrolla un apartado concerniente a los resultados obtenidos, exponiendo las evidencias obtenidas a partir de las respuestas a las encuestas, así como las principales correlaciones entre estas. Por último, el quinto apartado expone las conclusiones de la investigación, mostrando la

influencia de los hábitos de consumo de información en la expansión de las *fake news* y las futuras líneas de investigación de futuros proyectos.

Marco teórico

A nivel teórico, el texto reseña el surgimiento y evolución de las redes sociales, su influencia en la sociedad actual y los cambios en el comportamiento informacional que estas han generado en la sociedad. Posteriormente, se explora su posible relación con la aparición de las *fake news* y el impacto que pueden tener en las dinámicas informativas de la población a través de las redes sociales.

Redes sociales: origen y relevancia en la sociedad

Las redes sociales y su uso en Internet parten de una teoría intuitiva denominada Seis Grados de Separación, expuesta por el escritor Frigyes Karinthy en 1929 (Ros-Martín, 2009). De acuerdo con esta teoría, el número de conocidos de una persona crece exponencialmente, siguiendo un número de enlaces de una cadena, separados por seis personas. Entre los varios intentos de demostrar científicamente la teoría, se encuentran los estudios realizados por Milgram o Watts –Universidad de Harvard y Universidad de Columbia, respectivamente (como se citó en Ros-Martín, 2009).

Ahora bien, las redes sociales –como se conocen en la actualidad– tienen su origen en la década de los noventa. González (2014) indica que, en el año de 1995, Randy Conrads creó el sitio web llamado *classmates.com* con el fin de recuperar o mantener algún tipo de comunicación con antiguos compañeros de colegio o universidad. Este portal permitía generar un acercamiento virtual entre una red de contactos que en algún momento hubiesen compartido un lugar físico. Paulatinamente, las plataformas sociales se modernizaron para responder a las necesidades de sus usuarios. Por ejemplo, el sitio web llamado *sixdegrees.com* permitía a los usuarios no solo crear su perfil y tener una lista de “amigos”, sino que también podían compartir mensajes a través de esa plataforma virtual (Pérez, Poveda y López, 2014).

Velásquez (2013) argumenta que la evolución y disolución de las redes sociales tomó lugar, principalmente, en ambientes universitarios, ya que las poblaciones estudiantiles buscan ser parte de diversos fenómenos ‘del momento’. Un claro ejemplo de esta dinámica es la creación en 2004 de una de las principales redes sociales, Facebook (Marcos, 2009). Esta plataforma fue diseñada para el uso exclusivo de alumnos de la Universidad de Harvard

y aunque en un inicio los usuarios de la red social tenían que estar vinculados a la universidad, finalmente Facebook se extendió hacia otras universidades y empresas. En la actualidad, cualquier persona que disponga de un correo electrónico puede unirse a esta red social, que supera actualmente los dos mil millones de usuarios en todo el mundo.

Cabe destacar el elemento generacional en la entrada de las redes sociales, ya que este medio de comunicación es el más utilizado por las generaciones más jóvenes. Las redes sociales con más frecuencia de uso son: WhatsApp 27%, Facebook 25%, YouTube 16%, Twitter 11%, Instagram 9%, Google+ 7%, Tumblr 3%, Skype 2% (Cortés, Zapata, Menéndez y Canto, 2015). En cuanto al uso que los usuarios hacen de las redes sociales, destacan los siguientes motivos: crear y mantener amistades, entretenimiento y gestión interna de organizaciones empresariales (Caldevilla, 2010).

No obstante, la incidencia de las redes sociales no se limita a las relaciones personales, puesto que también son utilizadas de manera creciente por las empresas. En un sentido más corporativo, Hütt (2012) afirma que las posibilidades de interacción de las empresas con sus públicos derivadas del uso de redes sociales son muy amplias, sirviendo tanto para contar con un canal de retroalimentación, como para desarrollar un espacio de promoción, información y mercadeo. Adicionalmente, las redes sociales permiten establecer dinámicas menos invasivas y más focalizadas hacia las necesidades y expectativas de los consumidores.

Por tanto, puede afirmarse que toda dimensión de la vida ha experimentado, en menor o mayor grado, una transformación generada por la innovación tecnológica y el uso de las redes sociales (Cornejo y Lourdes, 2011). En este sentido, Pantoja (2011) argumenta que estas redes proporcionan nuevas posibilidades para compensar los grandes vacíos entre las necesidades de comunicación social y los medios necesarios para que dicha comunicación ocurra, priorizando la deslocalización, la imprevisión y la inmediatez.

A pesar del amplio uso que se hace de las redes sociales hoy en día, algunos investigadores advierten sobre las consecuencias negativas de su uso excesivo. Por ejemplo, existe una preocupación creciente por la posible ‘despersonalización’ de los individuos, así como por un deseo extremo de publicar todos los aspectos de sus vidas en sus redes sociales. Del mismo modo, otros problemas derivados de un uso irresponsable pueden ser la privación del sueño, el descuido de otras actividades importantes y el aislamiento social

generalizado (Echeburúa y De Corral, 2010). Aunque existen estas críticas, la mayor parte de investigaciones concluyen que las redes sociales y la tecnología no son malas en sí, sino que sus efectos dependen del uso que cada individuo haga de las mismas.

Comportamiento informacional: cambios a partir de las TIC

Con la entrada de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) y la irrupción del Internet, se presentó un cambio en el comportamiento informacional, entendido como “(...) la conducta, actitud y aptitud de los individuos frente al acceso, uso y comunicación de la información, condicionado por la motivación, el entorno y el contexto del individuo” (Fernández, 2018, p.4). Este cambio es especialmente notorio en las generaciones de personas que nacieron cuando Internet emergió y se empezó a expandir rápidamente –los llamados *Millennials* (1981-1993) y *Generación Z* (1994-2005).

En tal sentido, Ávila (2013) sostiene que las TIC han tenido un papel decisivo en el cambio del dinamismo social, cultural y económico. Estas herramientas se han sumergido en las actividades económicas y los usos sociales, situándose comúnmente tanto en el eje de la interacción y el desarrollo entre tecnología y sociedad del conocimiento, como en la simplificación de las tareas del diario común, incluyendo la comunicación interpersonal. En todas estas actividades, las TIC emergen como el nexo que une el mundo *online* y el mundo *off-line* (Echeburúa y De Corral, 2010; Ávila, 2013). Configurándose una relación entre lo social y lo tecnológico (2001):

*deberíamos pensar sobre los espacios y posibilidades de las relaciones híbridas entre espacios “on-line” y “off-line”, así como el modo en que estas relaciones y espacios se reconfiguran mutuamente”. Nuestra huella digital posiblemente nos convierte en más “públicos y abiertos” que sin la presencia de la tecnología. De hecho, en ese *continuum* virtual-presencial, en el que las TIC mediatizan y modulan nuestros actos comunicativos y nuestras relaciones sociales, haciéndonos más móviles (estamos, y somos, en distintos espacios y lugares a un tiempo), éstas deben poder ser pensadas como legítimas *tecnologías de relación*. Ya que el rasgo distintivo de las TIC no es la información que circula por ellas sino las relaciones que posibilitan; las TIC son un espacio de relación que vehicula los procesos de comunicación que -gracias a, o mediante ellas- podemos tener con los otros (Como se citó en Gil-Juárez, Vall-Llovera & Feliu, 2010).*

Consecuentemente, las TIC no solo mediatizan la comunicación, sino también las relaciones, los afectos, las experiencias, el consumo y la expresión cultural. Por ende, la tecnología puede llegar a modificar el modo de pensar y sentir de los individuos, incidiendo así en el desarrollo de nuevas identidades (Gil-Juárez *et al.*, 2010). De esta forma, el comportamiento informacional de los individuos cambia radicalmente, ya que las TIC dan lugar a la creación de espacios en los que la interacción es parte del proceso en el que se adquiere nueva información, gracias a que la presencialidad y la virtualidad fluyen de manera continua.

Debido a todos estos cambios, el desarrollo de las TIC llega a fracturar las estructuras clásicas de la comunicación e información, dando lugar a un nuevo paradigma en donde el público tiene la oportunidad de ser parte de la noticia, comentar e influir en su posible propagación (Yilin, 2014). Esto último –y en vista de la creciente falta de credibilidad de los medios tradicionales de información– ha hecho que el comportamiento informacional de las generaciones más jóvenes se incline por una comunicación más horizontal, como la que ofrecen las plataformas de internet: directa y sin necesidad de intermediarios. Un ejemplo claro de este proceso es la ‘desacralización’ de los diarios impresos como fuente primaria de información en el contexto digital, que se evidencia en un decreciente número de sus lectores y la preferencia por la información obtenida a través de las redes sociales (Gil-Juárez *et al.*, 2010).

Otra cuestión que toma relevancia a la luz de la llegada de las TIC en el comportamiento informacional de los jóvenes es la facilidad y rapidez a la hora de informarse. Esto último, unido a la idea de que las noticias deben ser gratuitas –concebidas no como un producto, sino como un servicio público– podría iniciar una desvalorización de la información (Casero-Ripollés, 2012), sobre todo tomando en cuenta que cada vez hay más portales web que proveen este servicio –aunque puedan hacerlo con una calidad cuestionable.

En este sentido, las generaciones actuales ya no se enfrentan a una situación de “información escasa”, sino que, por el contrario, la principal problemática actual es la de distinguir la información confiable y veraz en un contexto de sobreabundancia e hipervelocidad en las comunicaciones. Por tal motivo, cobra relevancia educar a los individuos en cuanto a su consumo mediático para lograr evitar problemas como la sobresaturación de información, la sobrecarga cognitiva y la hiperconexión a las tecnologías. De esta forma, las personas podrían llegar a consumir apropiadamente la información: filtrándola y categorizándola según su relevancia y confiabilidad (Serrano-Puche, 2013).

Fake news y hábitos informacionales

El término *fake news* (noticias falsas) se define como “(...) informaciones publicadas deliberadamente en medios digitales que no han sido comprobadas ni verificadas, que carecen de fuentes identificadas y que no cuentan con la supervisión de un editor” (Pauner, 2018, p.300). Actualmente, las *fake news* han logrado un alto grado de notoriedad debido a su utilización en campañas políticas en Brasil y Estados Unidos, pero su uso y estudio es tan antiguo como la prensa misma. Así lo indica Waisbord (2018), quien resalta que:

(...) las mentiras y la distorsión en la comunicación interpersonal son tan antiguas como la retórica; la propaganda de larga escala es tan vieja como la persuasión moderna de las masas. Lo que es diferente es la velocidad, escala y proliferación masiva al igual que el acceso o consumo de información falsa diseminada en plataformas digitales como Facebook o Twitter (p.2).

El uso de las *fake news* –al menos a nivel conceptual– no es un fenómeno reciente y su popularidad tiene que ver más con los procesos de masificación de la información desarrollados con la llegada del internet (Fernández, 2017). La relación entre las *fake news* e internet ha cobrado gran relevancia en los últimos años, a partir de cambios en los comportamientos informacionales y su incidencia en agendas mediáticas (Gobbi, 2017). Parte de este cambio radica en que las personas prefieren a las plataformas digitales como primer canal de búsqueda a la hora de informarse (Yilin, 2014). En este sentido, Richter (2018) argumenta que esto ocurre porque internet y las redes sociales posibilitan que cualquier persona produzca contenido y sea posible la interacción instantánea, configurándose como una especie de micrófono con el que antes no se contaba y brindando una ilusión de poder en el manejo y consumo de la información.

De manera complementaria, Caro (2015) plantea que este elemento –que cualquier persona sea capaz de crear contenido nuevo y difundirlo de manera efectiva– se configura como uno de los retos actuales en el uso del internet. Más concretamente, la alta posibilidad de acceso y la poca capacidad que se tiene para distinguir la información falsa de la verdadera por parte de quienes consumen los contenidos, genera un contexto que propicia la difusión de noticias falsas o de muy baja calidad.

Por otro lado, un elemento a destacar en este contexto de auge de plataformas digitales –y a la vez clave en la difusión de noticias falsas– tiene que ver con

el tipo de contenido que circula. Fernández (2017) destaca que, en los portales actuales, lo visual (fotos, vídeos, gifs) prima sobre lo textual, lo que implica la difusión de un contenido más cercano a las emociones:

Esta transición de un esquema de comprensión de la realidad basada en la dedicación de tiempo, en el esfuerzo, en la lectura reposada propia del documento impreso se desmantela dando paso a una nueva forma en los medios digitales. Este modelo consiste en una lectura sintética, donde predomina la visualización de videos, de preferencia por mensajes cortos, de contenidos con escasa carga informativa (Fernández, 2017, p.7).

La propagación de noticias falsas se enmarca entonces en un contexto de masificación de la información y de cambios en los hábitos de obtención de información. Por tal motivo, las *fake news* se han convertido en un fenómeno con capacidad de incidir en dinámicas sociales, políticas e incluso económicas, constituyéndose en uno de los principales desafíos para las democracias contemporáneas.

Estado de la cuestión

A continuación, se reseña un grupo de investigaciones que giran en torno al objeto de estudio abordado en la investigación. La revisión de la literatura busca explicar la influencia de las *fake news* en el uso que los individuos hacen de las redes sociales, así como en la forma en que las utilizan a la hora de informarse de los eventos cotidianos. Por tanto, estas investigaciones buscan analizar la relevancia de la comprensión de los hábitos informacionales y, además, de los mecanismos de incidencia y procesos de propagación de las *fake news*.

Comenzando con Fernández (2017), esta autora investigó las formas en las que las personas acceden y comparten información en la era digital y el rol que las plataformas digitales tienen en su propagación. En este sentido, resalta cómo las noticias falsas no son un fenómeno nuevo, sino que la novedad únicamente radica en la forma en que estas se reproducen en las redes sociales. Una característica relevante es que en estas plataformas se diluye la fuente, ya que quien recibe la noticia asume un rol pasivo frente a su contrastación, sobre todo cuando el contenido es de índole emocional. Por tanto, este tipo de contenido puede manipularse para impactar en los asuntos políticos y las campañas electorales, donde suele hacerse una apelación directa a cuestiones emocionales fácilmente transmisibles a través de noticias falsas.

En esta misma línea, Reis & Oliveira (2017) resaltan que la veracidad de la información que circula actualmente en los medios digitales se ha convertido en un problema que afecta no sólo a las personas, sino también a las empresas. Para llegar a esta afirmación, los investigadores analizan el funcionamiento de las redes sociales, específicamente centrados en el ritmo en que se produce y circula la información por estos medios y en el alcance que logran tener. Como resultado de este análisis, destacan la rapidez con la que se puede compartir información inexacta, distorsionada o falsa en cuestión de minutos, logrando llegar rápidamente a miles de personas.

Por su parte, Rojas, Fernández, Rodríguez y Guillén (2018) exponen las problemáticas de las *fake news* en los entornos educativos y proponen como solución la creación de un software con la capacidad de diferenciar las noticias verdaderas de las falsas. Para ello, los investigadores parten de un proyecto propuesto por el gobierno italiano, que consiste en formar a los alumnos para que sean capaces de identificar *fake news*. Su investigación se apoya en el estudio realizado por Vosoghi, Roy & Aral (2018), en donde se demuestra de manera fehaciente que las noticias falsas se difunden hasta veinte veces más rápido en las redes sociales, y que los responsables de ello son las propias personas y no los *bots*. También se demuestra que los ámbitos donde con mayor intensidad impactan las noticias falsas son los de la política, el terrorismo, los desastres naturales, la información financiera y la ciencia.

Valero y Oliveira (2018) sostienen que una solución posible para la propagación de *fake news* es la creación de algoritmos específicos, la verificación por profesionales o la colaboración de muchas personas para poder confrontarlas. Además, muestran que la intención de engañar al público es un problema global, reforzado por el uso del internet y por el hecho de que las personas no cuenten con formación específica destinada a reconocer la información falsa. En las conclusiones de su estudio, los autores plantean que el conocimiento y la educación son las mejores armas para combatir las *fake news*, que compaginen la instalación de mecanismos de control informático con una aproximación crítica hacia la información recibida.

Siguiendo esta línea, Lotero, Romero y Pérez (2018) realizaron una investigación en torno al *fact-checking* como herramienta para combatir la desinformación y la propagación de las *fake news* en Colombia. A través del estudio de la plataforma para combatir noticias falsas llamada ‘colombiacheck.com’, estos autores afirman que las *fake news* no sólo influyen en el ámbito político, sino que pueden afectar al ciudadano de manera directa. La conclusión

principal de la investigación es que los medios de comunicación enfrentan un gran reto en la era digital, dado que no sólo les corresponde el papel de actualización de plataformas, sino que también deben diseñar estrategias para evitar la desinformación y generar programas que garanticen la alfabetización digital de los usuarios.

Finalmente, es importante destacar que la propagación de noticias falsas ha cobrado una importante relevancia en contextos electorales. En esta vía, Muñoz (2017) realizó una investigación en la que caracterizó y analizó catorce noticias que surgieron en un periodo de cuatro meses durante la campaña presidencial en Estados Unidos en 2016. Como metodología para el análisis diseñó un modelo de noticia seria y de calidad con varios elementos principales de análisis que son: la precisión y la calidad de la información, las fuentes, la fecha y la autoría.

Como resultado, se encontró que las catorce noticias seleccionadas no hacían uso correcto de la información y contaban con muy pocos elementos periodísticos. Además, las noticias contaban con elementos estilísticos que simulan el estilo de una noticia verdadera. Para concluir, la autora observa que durante el periodo de estudio se generaron una serie de *fake news* que contribuyeron a la desinformación, privilegiando el beneficio de un candidato en particular en detrimento de sus adversarios políticos.

Los elementos expuestos en este apartado muestran la importancia creciente que tienen las noticias falsas en la sociedad contemporánea. Del mismo modo, ilustran la importancia de continuar investigando sobre hábitos de información, verificación y sobre cómo se comparte la información, especialmente en entornos educativos que posibiliten trazar pautas para lograr avanzar en la construcción de estrategias que permitan discernir la información que se encuentra en las redes sociales.

Metodología

El presente estudio se desarrolló en la Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia – entidad del orden departamental, con más de 38 años de experiencia en el campo educativo en el Área Metropolitana del Valle del Aburra y el departamento de Antioquia. Actualmente cuenta con 34 programas en los niveles Técnico Profesional, Tecnológico, Profesional Universitario y Posgrado.

Los programas en el Valle de Aburra se ofertan en la sede central de Robledo, así como de forma descentralizada, en los municipios de Itagüí y Copacabana.

Con respecto al perfil del estudiante, este varía en gran medida por el tipo de jornada que desarrolla (diurna o mixta). En la primera jornada, la población característica, en su mayoría, son jóvenes entre los 18 y 25 años. Por el contrario, en la jornada mixta asisten, en gran medida, estudiantes de mayor edad que cumplen una jornada laboral y posteriormente asisten a clases en horarios compatibles. No obstante, las evidencias de las encuestas no muestran ninguna significación específica con respecto a los resultados sobre las *fake news*.

El tipo de estudio realizado es de carácter transversal, ya que el instrumento de medición se aplicó una única vez en la muestra escogida. La muestra poblacional, calculada con un 95% de grado de confianza, fue obtenida a partir de la población del Tecnológico de Antioquia – Sede Robledo, categorizándola de la siguiente manera:

Tabla 1.

Población y muestra utilizada en la aplicación de encuestas

	Estudiantes	Profesores y Personal Administrativo
Población	8361	1094
Muestra	368	269

Elaboración propia con base en la información suministrada por la Oficina de Talento Humano del Tecnológico de Antioquia (2019).

En este sentido, se implementó una encuesta compuesta por trece preguntas que se aplicó a un total de 637 personas del plantel educativo: docentes, personal administrativo y estudiantes (347 mujeres y 290 hombres). Del mismo modo, el promedio de edad de los estudiantes que respondieron es de 22 años, mientras que el de los docentes es de 38 años.

Centrados en la metodología del análisis, este se llevó a cabo en un doble estudio descriptivo e inferencial. En primer lugar, se procedió a la aplicación de técnicas de estadística descriptiva, con el fin de obtener las características generales de la población y poder conocer las especificidades de cada grupo con respecto al uso de medios de comunicación y hábitos de consulta de noticias. En segundo lugar, se llevó a cabo el análisis de la información utilizando estadística inferencial, con el propósito de hallar correlaciones estadísticas entre las diferentes variables. De esta forma, se pudo estudiar con un mayor grado de profundidad la relación que existe entre el uso de medios de comunicación, el hábito de consulta de noticias y la posible divulgación de noticias falsas.

Las dos fases de análisis se apoyaron en el programa estadístico *Data Analysis and Statistical Software* (Stata). Específicamente, se aplicaron diferentes pruebas estadísticas para comprobar la relación entre las diferentes variables: la prueba Chi 2, con el propósito de verificar la dependencia entre las variables estudiadas; y la Prueba Cramer's V, para comprobar la fuerza y dirección de la correlación entre las variables.

Análisis de resultados

Tal y como se expuso en el apartado metodológico, la presente sección consta de dos fases de análisis. Por un lado, los datos de las encuestas fueron analizados con el fin de estudiar las tendencias de la muestra con relación al uso de medios de comunicación, hábitos de consulta y de compartir noticias. Por otro lado, se aplicaron técnicas de estadística inferencial para explorar la relación entre el uso de medios de comunicación, el hábito de consulta de noticias y la posible divulgación de noticias falsas.

Análisis descriptivo

Uso de medios de comunicación y redes sociales

Uno de los primeros datos relevantes obtenidos del análisis de la encuesta tiene que ver con el alto porcentaje de los encuestados que tienen redes sociales. Como se puede observar en la Figura 1, este porcentaje llega al 96,7%, es decir que, de un total de 637 encuestados, solamente 21 no tienen redes sociales. Diferenciando entre docentes y alumnos, puede afirmarse que no existen diferencias significativas entre ambos, ya que el 99,18% de los alumnos tiene redes sociales frente a un 93,31% de los profesores (Tabla 2).

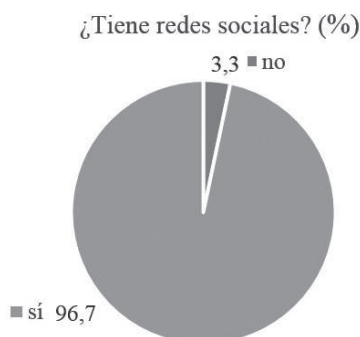


Figura 1. Porcentaje de la muestra que tiene redes sociales.
Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Tabla 2.

Frecuencia y porcentaje que tiene redes sociales (desagregado)

	SI		NO	
	f	%	f	%
Alumnos	365	99,18	3	0,82
Profesores/Administrativos	251	93,31	18	6,69

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Un segundo elemento que destacar, tiene que ver con la utilización de los medios de comunicación, tal y como puede observarse en la Tabla 3. Entre estos, las redes sociales son las más utilizadas por la población encuestada: el 22,56% dedica más de 4 horas al día, marcando una clara diferencia con la radio (3,54%), la televisión (2,84%) y la prensa escrita-digital (1,76%). De hecho, puede observarse cómo más del 58% de la población dedica como mínimo 2 horas diariamente al uso de las redes sociales. De estos datos puede concluirse que actualmente las redes sociales se han convertido en un elemento fundamental en el relacionamiento de la población estudiada y, por tanto, de la información que esta recibe.

Tabla 3.

Tiempo que se dedica a los medios de comunicación (%)

	2-3 h	3-4 h	más de 4h
Redes Sociales	20,62	15,58	22,56
TV	15,3	5,68	2,84
Radio	6,28	4,67	3,54
Prensa escrita/digital	16,48	4,48	1,76

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Profundizando más en la cuestión, si bien un alto porcentaje de los encuestados utiliza las redes sociales más de cuatro horas al día, la Tabla 4 explora qué redes sociales son aquellas utilizadas con mayor frecuencia. En este sentido, se observa cómo el programa de mensajería instantánea WhatsApp es el medio de comunicación más utilizado, pues un 34,26% lo utiliza más de cuatro horas al día. Otras redes sociales que son utilizadas con frecuencia son la plataforma de vídeos YouTube y la red de fotos y vídeos Instagram, con un 10,44% y 10,6%, respectivamente.

La mayor utilización del WhatsApp, frente a otras aplicaciones, puede tener que ver con la multiplicidad de usos que puede darse a la aplicación: desde la comunicación instantánea o la participación en grupos, hasta el reenvío de cadenas de mensajes informativos. De hecho, la facilidad de comunicarse con grupos o personas puede tener que ver con que esta aplicación haya sido utilizada a menudo en la difusión de *fake news*.

Tabla 4.

Tiempo que se dedica a las redes sociales (%)

	2-3 h	3-4 h	más de 4h
Facebook	15,79	6,28	5,6
Twitter	4,42	2,12	0,58
Instagram	17,92	10,42	10,6
YouTube	21,25	10,44	10,44
WhatsApp	21,86	18,43	34,26

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Por todo lo anterior, se puede establecer que la muestra encuestada comparte algunas tendencias en cuanto al uso de medios de comunicación y redes sociales. Así, puede afirmarse que la mayor parte de los docentes y alumnos del Tecnológico de Antioquia - IU utilizan redes sociales, recurriendo a ellas en un promedio de más de 2 horas al día, principalmente a través de la aplicación WhatsApp.

Hábitos de consumo y verificación de noticias

Una vez abordado el tiempo que se le dedica a las redes sociales, se analizan los hábitos de lectura y verificación de los encuestados, para lo que se pregunta por la forma en que consumen las noticias que leen y cómo las verifican antes de darles difusión o credibilidad. Tal y como se observa en la Figura 2, un 49,29% de los encuestados dice leer el texto completo cuando lee una noticia, frente a un 40,82% que solo ojea el texto y un 9,89% que únicamente lee el titular.

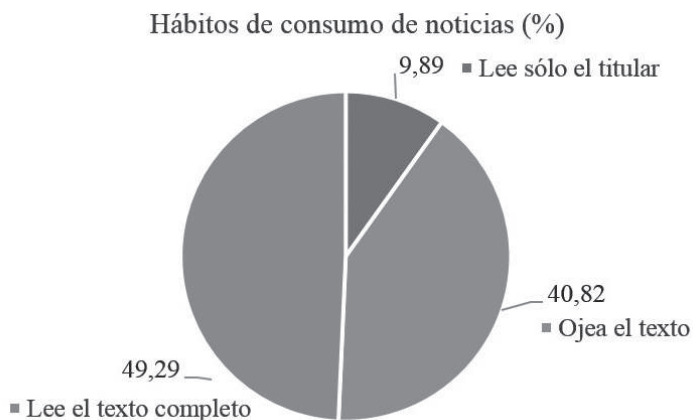


Figura 2. Hábitos de consumo de noticias (%).

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Intuitivamente, el equipo investigador esperaba encontrar diferencias significativas de estos patrones entre alumnos y profesores/administrativos, derivados del diferente nivel académico, del tipo de actividad laboral y de la edad. Sin embargo, los datos desagregados en la Tabla 5 muestran que el comportamiento entre las dos sub-muestras guarda similitudes importantes: el 50% de los alumnos dice leer el texto completo frente a un 48,33% de los profesores/administrativos. Considerando el margen de error del 5%, no puede tomarse esta diferencia de 1,66 puntos porcentuales como estadísticamente representativa. Este dato invita a la reflexión, acerca de la forma en la que las nuevas tecnologías han permeado transversalmente los hábitos de información de la población en su conjunto.

Tabla 5.

Hábitos de consumo de noticias (desagregados)

	Lee sólo el titular		Ojea el texto		Lee el texto completo	
	f	%	f	%	f	%
Alumnos	39	10,6	145	39,4	184	50
Profesores /Administrativos	24	8,92	115	42,75	130	48,33

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Con respecto a los hábitos de verificación de noticias, según lo reflejado en la Figura 3, la mayoría de los encuestados (55,42%) manifestaron fijarse en la fuente y en la vigencia de las noticias en el momento de leerlas. Por el contrario, un 24,96% de estos eran conscientes parcialmente de la vigencia (8,95%) o de la fuente (16,01%); y únicamente un 19,62% manifestaba no fijarse ni en la fuente ni en la vigencia de las noticias.

Estos datos, por tanto, reflejan que la mayoría de los encuestados tienen una actitud crítica hacia la información que reciben, cuestionando la fuente de la que esta proviene, así como su temporalidad. No obstante, los investigadores se plantean la posible existencia de un sesgo de los encuestados que favorezca una respuesta positiva, tanto por parte de los estudiantes universitarios (que han recibido capacitación en comprensión lectora) como en profesores (de los que se espera una actitud crítica).

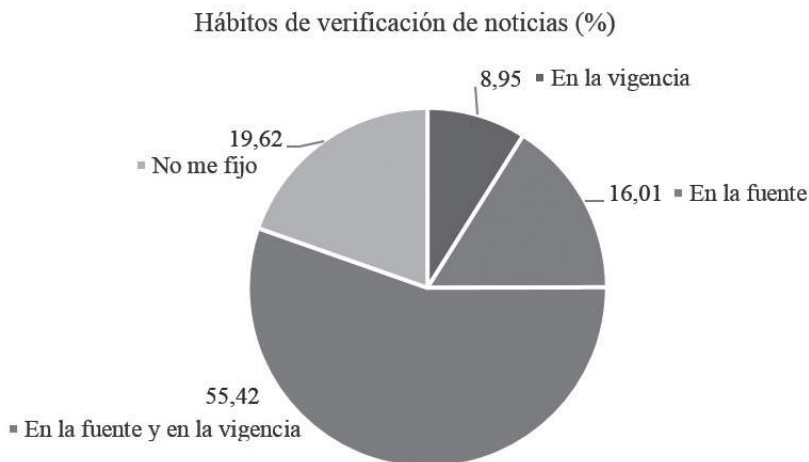


Figura 3. Hábitos de verificación de noticias (%).

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Al igual que la tendencia anterior, el equipo investigador esperaba encontrar diferencias marcadas entre alumnos y profesores/administrativos. A pesar de que sigue existiendo una tendencia parecida entre los dos colectivos, la Tabla 6 evidencia un comportamiento diferente con respecto a la verificación. Así, mientras un 50,54% de alumnos revisa la fuente y la vigencia de las noticias que consume, la cifra se eleva hasta un 62,08% en los profesores/administrativos, suponiendo una diferencia porcentual de aproximadamente 12 puntos.

Tabla 6
Hábitos de verificación de noticias (desagregados)

	Vigencia		Fuente		Fuente y vigencia		No me fijo	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Alumnos	42	11,41	62	16,85	186	50,54	78	21,2
Profesores/Administrativos	15	5,58	40	14,87	167	62,08	47	17,47

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Siguiendo con el análisis de las tendencias de verificación de la información, la Figura 4 refleja la respuesta acerca de si los encuestados verifican la información que leen en una noticia, consultando otras similares. Frente a esto, el 53,53% de la población encuestada manifiesta efectivamente contrastarlo, frente al 46,47% que no lo hace. De nuevo, los investigadores se plantean la posibilidad de la existencia de un sesgo, dado el entorno académico en el que se desenvuelven los encuestados.

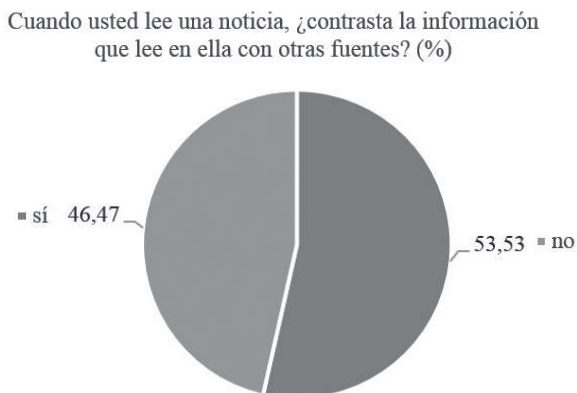


Figura 4. Hábitos de contraste de noticias (%).

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Analizando los datos de manera desagregada, la Tabla 7 muestra diferencias significativas entre alumnos y docentes/administrativos: mientras que solo el 48,64% de los estudiantes tienden a contrastar la información, la cifra se eleva hasta el 60,22% en los docentes y administrativos, alcanzando un diferencial de 12 puntos porcentuales. Tomando esta tabla junto con la anterior, se abre la posibilidad de considerar la existencia de diferentes pautas de verificación entre profesores y alumnos. Esta posibilidad es analizada a través de la prueba Chi 2 en la parte inferencial del artículo.

Tabla 7
Hábitos de contraste de noticias (desagregado)

	Sí		NO	
	f	%	f	%
Alumnos	179	48,64	189	51,36
Profesores/Administrativos	162	60,22	107	39,78

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Con base en lo anterior, puede afirmarse que la población general del Tecnológico de Antioquia - IU se caracteriza por leer el texto completo de las noticias, verificar su vigencia y fuente y contrastar la noticia con otras fuentes. No obstante, también cabe señalar la existencia de pautas de verificación diferenciadas entre la población docente-administrativa y el estudiantado.

Hábitos de compartir noticias

Según los datos expuestos en la Figura 5, se puede ver que un 39,87% de la población encuestada comparte noticias con sus contactos después de leerlas. De entre ellos, según la Figura 6, un 46,06% lo hace inmediatamente después de leer la noticia, frente al 31,5% que las comparte después de haber visto noticias similares, un 18,9% que lo hace después de unas horas y un 3,54% que lo hace pasado unos días. Destaca en esta pregunta cómo existe una preeminencia de la inmediatez en la difusión de noticias, lo que sin duda es reflejo de los avances en intercomunicación de las redes sociales.

Después de leer una noticia, ¿usted la comparte con sus contactos? (%)

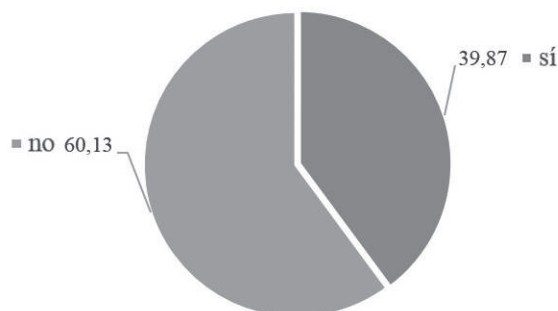


Figura 5. Hábitos de compartir noticias (%).

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

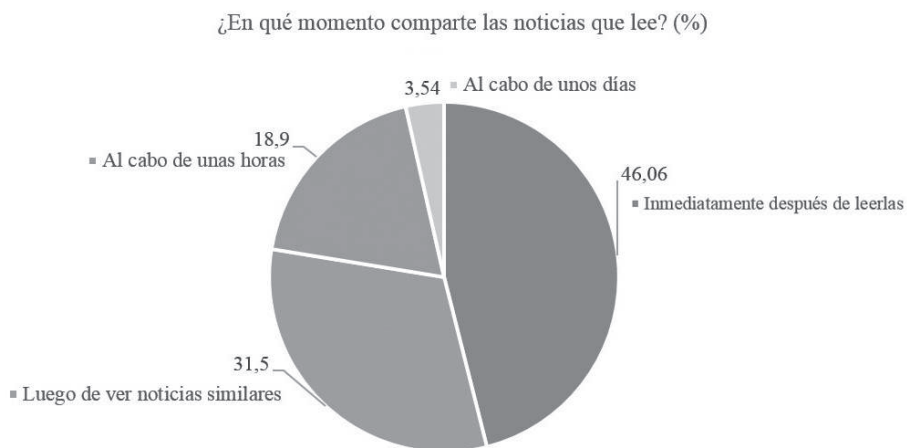


Figura 6. Momento de compartir noticias (%).

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Por otro lado, un análisis desagregado de los datos, expuestos en la Tabla 8, refleja una diferencia de aproximadamente cinco puntos entre docentes-administrativos (38,32%) y alumnos (42,01%). Por otro lado, la Tabla 9 muestra cómo un 48,94% de alumnos y un 42,48% de alumnos/administrativos dice compartir inmediatamente las noticias, elevando la diferencia entre ambos grupos hasta seis puntos. De nuevo, la separación entre profesores-administrativos y alumnos puede ser significativa de la existencia de diferentes tendencias informativas, si bien esta hipótesis debe ser analizada de manera inferencial en el apartado posterior.

Tabla 8.

Hábitos de compartir noticias (desagregado)

	Sí		NO	
	f	%	F	%
Alumnos	141	38,32	227	61,68
Profesores/Administrativos	113	42,01	156	57,99

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Tabla 9.
Momento de compartir noticias (desagregado)

	Inmediatamente		Luego de ver noticias similares		Al cabo de unas horas		Al cabo de unos días	
	f	%	f	%	F	%	f	%
Alumnos	69	48,94	37	26,24	30	21,28	5	3,55
Profesores /Administrativos	48	42,48	43	38,05	18	15,93	4	3,54

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Después de haber explorado los hábitos de consumo, verificación y formas de compartir noticias, se pueden esbozar dos tendencias generales. En primer lugar, los sujetos encuestados suelen leer el texto completo de las noticias, fijándose en la fuente y en la vigencia de las mismas. En segundo lugar, aquellos encuestados que revelan compartir las noticias que reciben –directa o indirectamente– a través de sus contactos, tienden a hacerlo inmediatamente, después de haber leído la noticia en cuestión. La causalidad y correlación entre estas tendencias son objeto de estudio en el apartado siguiente.

Análisis inferencial

Como anteriormente se expuso, el análisis descriptivo del artículo ha demostrado la existencia de ciertas diferencias entre docentes-administrativos y estudiantes del Tecnológico de Antioquia –IU. No obstante, dado que la mera causalidad no implica necesariamente la existencia de correlación, el objetivo de este apartado es el de realizar un análisis inferencial de las distintas variables analizadas. Para ello se van a realizar dos tipos de pruebas: la Prueba Pearson Chi 2 –diseñada para medir la independencia de las variables– y la Prueba Cramer’s V –empleada con el fin de medir la intensidad de la asociación entre variables nominales, en caso de existir.

Con este propósito, en primer lugar, se procedió a aplicar la Prueba Chi 2 para verificar la existencia o no de independencia entre si el encuestado era alumno, profesor o personal administrativo (variable vinculación) y las variables revisadas en el apartado anterior:

- Tenencia de redes sociales (*redsoc*).
- Hábitos de consumo de noticias (*medcons*).
- Verificación de noticias (*fuvig*).
- Contraste de noticias (*contras*).
- Hábitos de compartir noticias (*comp*).
- Momento de compartir noticias (*comphab*).

Como se evidencia en la Tabla 10, solamente la variable tenencia de redes sociales y la variable contraste de noticias tienen asociación significativa con la variable vinculación.¹ Es decir, que el hecho de tener una vinculación determinada no guarda relación con los hábitos de consulta, verificación de noticias, hábitos de compartir noticias y momento de hacerlo. Este resultado descarta, en parte, la hipótesis anteriormente sostenida, de que existían diferentes tendencias entre profesores y alumnos, lo que evidencia que actualmente hay una transversalidad en los hábitos de consumo, verificación y formas de compartir información.

Tabla 10.

Prueba de Chi 2 para establecer asociación entre la vinculación y las variables de interés

Variable	Pr
Redes sociales (<i>redsoc</i>)	0,000
Hábitos de consumo de noticias (<i>medcons</i>)	0,620
Verificación de noticias (<i>fuvig</i>)	0,011
Contraste de noticias (<i>contras</i>)	0,004
Hábitos de compartir noticias (<i>comp</i>)	0,347
Momento de compartir noticias (<i>comphab</i>)	0,231

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

En segundo lugar, se procedió a explorar la posible asociación entre otras variables de interés, con el objetivo de medir la existencia y el sentido de las posibles correlaciones. Concretamente, se busca conocer si el hábito de consumo de noticias (*medcons*) se asocia con el hecho de efectivamente compartirlas o no (*comp*). A pesar de que la Prueba de Chi 2 indica que sí hay una asociación, esta no es significativa, puesto que el resultado de la prueba Cramer's V es inferior a 0,6 (Tabla 11). Por tanto, no puede afirmarse que el hecho de leer las noticias de

¹ Según la Prueba Chi 2, para que se rechace la hipótesis nula (h_0 =las dos variables son independientes entre sí), el Pr debe ser menor a 0,005.

manera completa influya intensamente en la difusión que se da de ellas, lo que supone que no hay un hábito de informarse correctamente –leyendo la noticia de manera completa– antes de compartir las noticias que se consumen.

Tabla 11.

Chi 2 y Cramer's V para las variables medcons y comp

Variabes	Chi ²	Cramer's V
medcons, comp	0,000	0,1659

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Por último, se analiza un doble análisis de los siguientes dos grupos de variables, para conocer la intensidad de su relación:

- Hábitos de contraste (contras) y hábitos de compartir (comphab).
- Hábitos de verificación (fuvig) y hábitos de contraste (contras).

En este sentido, se procedió a realizar la Prueba Chi 2 entre los dos grupos de variables, evidenciando la existencia de un relacionamiento entre ambas. No obstante, el posterior análisis a través de la Prueba Cramer's V reporta una intensidad entre dicha asociación demasiado baja como para afirmar la existencia de una relevancia significativa. La Tabla 12 resume los datos estadísticos de la relación entre estas variables:

Tabla 12.

Chi 2 y Cramer's V para las variables contras-comphab y fuvig-contras

Variabes	Chi ²	Cramer's V
contras, comphab	0,000	0,2913
fuvig, contras	0,000	0,3200

Elaboración propia con base en los resultados de las encuestas.

Por tanto, no puede afirmarse que el hecho de contrastar las noticias consumidas influya en el momento en el que se comparte a través de las redes sociales. Del mismo modo, tampoco se han reportado evidencias suficientes acerca de la relación entre la atención que prestan a la vigencia y fuente de las noticias, con los hábitos de contraste de las noticias. Al igual que el análisis anterior,

este revela la falta de un hábito de informarse correctamente, verificando y contrastando la información consumida antes de compartirla con otras personas.

Conclusiones

El presente artículo ha realizado un análisis de los hábitos de información, consumo y formas de compartir noticias de los docentes, administrativos y estudiantes del Tecnológico de Antioquia – IU. Para ello, se realizaron encuestas estratificadas, revelando unos datos que posteriormente fueron revisados a través del análisis inferencial –concretamente a través de la Prueba Chi 2 y la Prueba Cramer’s V. En conjunto, se ha permitido conocer de manera detallada cómo esta población recibe, analiza y comparte la información obtenida, al mismo tiempo que analiza el papel que las redes sociales juegan en este proceso.

Después de haber realizado el análisis descriptivo de los datos recolectados a través de la encuesta, se pudo extraer las características de la muestra con relación al uso de redes sociales, y hábitos de consumo, verificación y formas de compartir noticias. Un primer aspecto a destacar es que la mayoría de los sujetos encuestados tienen redes sociales y las utilizan como principal medio de información, revelando la influencia transversal que las nuevas tecnologías tienen en los hábitos de consumo de la información. De hecho, las redes sociales se han convertido en un elemento fundamental, ya que más del 50% de los encuestados dedicaban al menos dos horas al día a su uso, especialmente del WhatsApp, que une la información con la comunicación social. En este sentido, puede señalarse una primera problemática en la información de los encuestados: a pesar de que usan las redes sociales para comunicarse o divertirse, constituye indirectamente su principal mecanismo de información.

En segundo lugar, la encuesta ha revelado que, si bien prácticamente la mitad de los profesores y estudiantes leen las noticias que consultan cuidadosamente, una parte importante las ojea o únicamente lee el titular. Del mismo modo, prácticamente este mismo porcentaje revisa la fuente y la vigencia de las noticias, aunque aproximadamente un 45% no revisa la fuente o la vigencia. Esto implica que, si bien existen ciertas tendencias a analizar de forma crítica la información recibida, una parte relevante de los encuestados (en torno al 40-45%) realiza una lectura superficial de la misma sin verificar su fiabilidad.

En tercer lugar, se ha mostrado cómo una parte significativa de la población estudiada comparte habitualmente la información que consulta, de los cuales, prácticamente, la mitad lo hacen de manera inmediata. Esta tendencia

refleja cómo la llegada de las redes sociales ha generado una nueva pauta de información en los usuarios, en donde prima la inmediatez y la visualidad,² incluso a costa de su fiabilidad.

Por otro lado, el análisis inferencial de los datos revela que no hay una diferencia relevante en las tendencias de consumo, verificación y formas de compartir noticias entre alumnos y profesores-administrativos, lo que confirmaría el impacto transversal que la tecnología y, más concretamente, las redes sociales han tenido sobre los diferentes colectivos. Esto tiene sentido, si se considera que las redes sociales han sido utilizadas, tanto por personas adultas como por jóvenes, prácticamente el mismo tiempo.

Por último, los resultados inferenciales obtenidos entre las variables analizadas, si bien mostraron inicialmente un grado de dependencia, posteriormente evidenciaron una intensidad demasiado baja como para afirmar una influencia directa. Estos resultados señalan la inexistencia de un hábito de verificación y contraste anterior a la divulgación frente a terceras personas, lo que puede significar un nicho favorable a la expansión de *fake news* entre la población del Tecnológico de Antioquia – IU.

Resulta necesario, en definitiva, una mayor investigación sobre las características de otros colectivos con el fin de trazar líneas de comparabilidad que permitan establecer el impacto de las redes sociales en la sociedad. No obstante, aunque no se hayan podido evidenciar relaciones de influencia directa desde una perspectiva estadística, el trabajo sí ha mostrado cómo existe un grupo representativo de población estudiantil y profesoral en el Tecnológico de Antioquia – IU que, por sus mejorables pautas de información, puede verse expuesta a *fake news* y, de manera involuntaria, colaborar en su expansión.

En este sentido, el presente artículo evidencia cómo el campo de la información constituye un punto de mejora necesaria para el funcionamiento correcto de la sociedad, especialmente en el ámbito del debate político-democrático. Para ello, resulta imprescindible una mejora sustancial de la actitud crítica hacia la información recibida, desarrollando unos hábitos de cotejo y revisión que sirvan de “cortafuegos” ante cualquier información falsa a la que la población pueda verse expuesta.

2 Las redes sociales que cuentan con más seguimiento son aquellas que facilitan el envío y visualización de contenido visual o auditivo: WhatsApp, Facebook e Instagram.

Referencias

- Ávila, W. (2013). Hacia una reflexión histórica de las TIC. *Revista Hallazgos*, X(19), 213-233.
- Bernete, F. (2010). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. *Revista de Estudios de juventud*, 88, 97-114.
- Caldevilla, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Caro, M. (2015). Información y verdad en el uso de las redes sociales por parte de adolescentes. *Teoría de la educación*, 27(1), 187-199.
- Casero-Ripollés, A. (2012). Más allá de los diarios: el consumo de noticias de los jóvenes en la era digital. *Revista Comunicar*, 20(39), 151-158.
- Cornejo, M. y Lourdes, M. (2011). Redes sociales y relaciones interpersonales en internet. *Fundamentos en humanidades*, XII(24), 219-229. Recuperado de <https://www.redalyc.org/html/184/18426920010/>
- Cortés, R., Zapata, A., Menéndez, V. y Canto, P. (2015). El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos. *Innovación Educativa*, XV(68), 99-114.
- Echeburúa, E. y De Corral, P. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Revista Adicciones*, XXII(2), 91-95.
- Fernández, N. (2017). Fake news una oportunidad para la alfabetización mediática. *Revista Nueva Sociedad*, 269, 66-77. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6054552>
- Fernández, V. (2018). Comportamiento informacional: nuevos escenarios, nuevos desafíos. *Páginas a & b*, 3, 3-16.
- Gil-Juárez, A., Vall-Llovera, M. & Feliu, J. (2010). ICT Consumption and Emergent Subjectivities: New Problems? *Psychosocial Intervention*, 19(1), 19-26.

- Gobbi, J. (2017). Información digital y nuevas formas de construcción de la agenda de noticias. *Sociales en Debate*, 12, 29-36.
- González, J. (2014). *Redes sociales y lo 2.0 y 3.0*. Madrid, España: Visión Libros.
- Hütt, H. (2012). Las redes sociales: una nueva herramienta de difusión. *Revista Reflexiones, XCI(2)*, 121-128.
- Jima-González, A., Paradelo-López, M., Pineda-Gómez, H., Areiza-Villa, S. L., García-Marín, C. A., Loaiza-Seguro, K. y Tavera, J. (2018). El Acuerdo de Paz de la Habana. Un estudio de percepción en la población del Tecnológico de Antioquia-IU. *Revista En-Contexto*, 6(9), 96-120. Recuperado de <https://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto/%20article/view/507>
- Las noticias falsas que circularon durante la jornada electoral. (2018). *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/elecciones-colombia-2018/jurados-y-votantes/fake-news-difundidas-durante-la-segunda-vuelta-presidencial-231116>
- Lazer, D., Baum, M., Benkler, Y., Berinsky, A., Greenhill, K., Menczer, F. & Schudson, M. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lotero, G., Romero, L., y Pérez, M. (2018). ‘Fact-checking’ vs. ‘fake news’: periodismo de confirmación como recurso de la competencia mediática contra la desinformación. *Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, 8(2), 295-316.
- Marcos, M. (2009). Evolución de los servicios de redes sociales en internet. *El profesional de la información*, XVIII(5), 552-557.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC). (2017). *Primera GRAN Encuesta TIC / 2017, estudio de acceso, uso y retos de las TIC en Colombia*. Recuperado de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-74002_Presentacion.pdf
- Muñoz, P. (2017). *Medios de comunicación y posverdad: Análisis de las noticias falsas en elecciones presidenciales de EE. UU. de 2016*. (Tesis de Maestría). Universidad Autónoma de Barcelona, España. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2017/hdl_2072_293813/TFM_Priscilla_Munoz.pdf

- Pantoja, A. (2011). Los nuevos medios de comunicación social: las redes sociales. *Tejuelo*, 12, 218-226.
- Pauner, C. (2018). Noticias falsas y libertad de expresión e información. El control de los contenidos informativos en la red. *Teoría y Realidad Constitucional*, 41, 297-318.
- Pérez, M., Poveda, M. y López, M. (2014). El fenómeno de las redes sociales: evolución y perfil del usuario. *EduPsykhé - Revista de psicología y educación*, XIII(1), 93-118.
- Reis, A. & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817–825. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/321820496_The_current_state_of_fake_news_challenges_and_opportunities
- Richter, U. (2018). *El Ciudadano digital: Fake news y posverdad en la era de internet*. Bogotá D.C, Colombia: Editorial Océano.
- Rojas, D., Fernández, P., Rodríguez, M. y Guillén, A. (2018). Plataforma de entrenamiento para detectar FakeNews en los Recursos Educativos como Internet. *Revista de Enseñanza y Aprendizaje de Ingeniería de Computadores*, 8, 185-196. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6710903>
- Ros-Martín, M. (2009). Evolución de los servicios de Redes Sociales en Internet. *El Profesional de la Información*, 18(5), 552-558.
- Serrano-Puche, J. (2013). Una propuesta de dieta digital: repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. *Fonseca Journal of Communication*, 7, 156-175.
- Valero, P. y Oliveira, L. (2018). Fake News: Una revisión sistemática de la literatura. *Observatorio Journal*, 54-78. doi: <https://doi.org/10.15847/obsOBS12520181374>
- Velásquez, C. (2013). *Análisis de las redes sociales del alumnado de la Universidad de San Carlos de Guatemala* (Tesis de doctorado). Universidad de Almería, España.

Vosoghi, S., Roy, D. & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359, 1146-1151. Recuperado de <https://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

Waisbord, S. (2018). Truth is what happens to news. *Journalism Studies*, 19(13), 1866-1878. doi: 10.1080/1461670X.2018.1492881

Yilin, D. (2014). *La transformación del periodismo tradicional en el nuevo entorno digital* (Tesis de maestría). Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Para citar este artículo:

Pineda, H., Jima-González, A., Paradela-López, M., Acevedo, H., Agudelo, A., Areiza, S., García, C., Giraldo, S., Holguín, C., Loaiza, K., Montoya, A., Ortega, J., Ospina, T. y Parra, J. (2020). ¿Preparados para las fake news? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia. *En-Contexto*, 8(12), 175-204.



En
Contexto

Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Indicaciones para los autores

Guidelines for authors

Indicações para os autores

Indicaciones para los autores

En-Contexto es una publicación de periodicidad semestral que recibe para evaluación y publicación artículos científicos, resultados de investigación, artículos de reflexión y revisión del estado del arte sobre un área en particular, relacionados con la labor académico-investigativa en las áreas de la administración, la gestión, la economía, las finanzas, las organizaciones, la contabilidad, el Estado, el gobierno y la política.

Criterios de evaluación y publicación de los artículos:

1. Originalidad: los artículos que se propongan para publicación en nuestra revista deberán ser originales e inéditos y no haberse publicado previamente en otros espacios editoriales, además de no estar postulados simultáneamente en otra revista.

2. Sesión de derechos de autor: los autores deberán anexar al artículo postulado y debidamente firmado el Formato de Sesión de Derechos de Autor, el cual se encuentra en el espacio web de la Revista: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.

3. Tiempos en la evaluación: el tiempo estimado para el proceso de evaluación es de seis (6) meses en promedio a partir de la recepción del manuscrito. El tiempo estimado para el proceso de publicación es de dos (2) meses en promedio a partir de la aceptación del manuscrito por parte de los pares evaluadores y la verificación de la dirección de calidad de la revista.

4. Formato de evaluación: el formato de referencia para la evaluación de los manuscritos puede ser consultado en: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.

5. Detección de similitud: la revista utiliza el software Turnitin para la detección de similitudes en el proceso de verificación de condiciones mínimas de calidad como fase previa a la evaluación doble ciega. El resultado arrojado es comunicado a los autores como recomendación de mejora de su manuscrito.

6. Política de preservación de contenido digital: En-Contexto, utiliza el sistema LOCKSS para crear un archivo distribuido entre las bibliotecas participante, permitiendo a dichas bibliotecas crear archivos permanentes de la revista con fines de preservación y restauración. En este sentido, sigue las siguientes pautas:

- Copias de seguridad: la revista mantiene los archivos finales de los manuscritos que son enviados a impresión; de la misma manera, los archivos de la revista se encuentran en el repositorio de la Institución.
- Preservación digital: la revista se encuentra en el Open Journal System, en el cual se encuentra disponible la revista para el acceso público. Igualmente, los manuscritos de la revista, se encuentran alojados en el repositorio institucional como en las bases de datos en las que se encuentra indexada la revista.

7. Criterios editoriales: los textos propuestos para publicación se presentarán en formato digital (por correo electrónico o en la plataforma del gestor de revistas OJS) y procesados en Word; tendrán una extensión de entre 4.000 y 7.000 palabras incluyendo referencias bibliográficas y anexos, transcritos en la fuente Times New Roman 12 puntos, con interlineado de 1,5 espacios y tamaño carta.

8. Tipos de artículos a postular:

8.1. Artículos de investigación: documento que presenta, de manera detallada, los resultados originales de proyectos terminados de investigación. La estructura generalmente utilizada contiene cinco apartes importantes: introducción, metodología, resultados, conclusiones y referencias. En ningún caso se aceptará como artículo de investigación o innovación contribuciones NO derivadas de investigación, ni resúmenes, comunicaciones a congresos, reseñas de libros, boletines institucionales, noticias o traducciones de artículos ya publicados en otros medios, columnas de opinión o coyuntura, y similares.

8.2. Artículo de reflexión: documento que presenta resultados de investigación terminada o en curso desde una perspectiva analítica, interpretativa o crítica del autor sobre un tema específico, recurriendo a fuentes originales. La estructura del texto depende de la iniciativa del autor(a) sin descuidar la fase introductoria, las conclusiones y las referencias que soportan la discusión planteada.

8.3. Artículos de revisión: documento resultado de una investigación terminada o en curso donde se analizan, sistematizan e integran los resultados de investigaciones en el campo de la ciencia y la tecnología, con el propósito de dar cuenta de los avances y tendencias de desarrollo investigativo. Este tipo de texto debe contener por lo menos 50 referencias bibliográficas.

9. Elementos clave del manuscrito:

Título (en español, inglés y portugués).

Tipo de artículo (debe indicar el código o identificación institucional del proyecto).

Datos de autor: nombre, títulos, institución a la que pertenece y correo electrónico.

Resumen del contenido: máximo 100 palabras (en español, inglés y portugués).

Palabras clave: máximo cinco palabras clave que identifiquen los ejes temáticos del artículo (en español, inglés y portugués).

Códigos JEL: a continuación de las palabras clave, se identificarán los ejes temáticos del contenido del artículo a través del sistema de codificación temática internacional JEL, los cuales podrán ser consultados en: <http://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>

10. Referenciación: las referencias para citas textuales y contextuales se harán mediante el modelo APA (Apellido de autor, año, página citada) séptima edición, la cual puede ser consultada en: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.

Los pies de página solo se utilizarán para hacer comentarios o aclaraciones que enriquezcan el texto (redactadas en la misma fuente 10 puntos) y las referencias bibliográficas utilizadas en el texto se incluirán en una lista al final del documento. Los documentos que no cumplan con estos requisitos mínimos serán descartados del proceso editorial.

11. Proceso de selección, edición y publicación

11.1. Envío del manuscrito por parte de los autores a través del correo electrónico: encontexto@tdea.edu.co o del gestor de revistas OJS en: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

11.2. Recepción del manuscrito y comunicación por parte de la asistencia editorial de la revista sobre el cumplimiento de las condiciones mínimas de calidad descritas en este manual de procedimientos.

11.3. Revisión de estilo preliminar por parte de la dirección de calidad editorial de la revista y devolución, en caso de ser necesario, a los autores para ajustes de forma antes de proceder con la entrega del manuscrito a los pares evaluadores.

11.4. Remisión del manuscrito a los pares evaluadores (2 pares por manuscrito). En caso de presentarse controversia en la evaluación, el texto debe enviarse a un tercer árbitro para que dirima el resultado evaluativo.

11.5. Remisión de los resultados evaluativos a los autores para ajustes en caso de ser necesario. El Comité Editorial de la Revista notificará a los autores del avance en el proceso y el fallo de los árbitros, el cual será inapelable. El resultado de la evaluación puede ser:

- Aceptar para publicación sin modificaciones.
- Aceptar para publicación después de modificaciones verificables por los editores o por el evaluador.

- Devolver el artículo a sus autores para modificaciones de fondo y volver a evaluar.
- Rechazar.

11.6. Recepción de las correcciones y ajustes realizadas por los autores.

11.7. Una vez verificado el cumplimiento de las observaciones de mejora en el texto evaluado, se procede con la remisión al proceso de corrección ortotipográfica; en caso de que el texto no cumpla con las valoraciones propuestas debe devolverse a los autores para ajustes y, si el percance persiste, será consideración del Comité Editorial la no continuidad del texto en el proceso de revisión y publicación. Igualmente, el texto puede enviarse de nuevo a los pares evaluadores para una segunda revisión, según haya sido el resultado evaluativo.

11.8. Remisión de las observaciones y correcciones ortotipográficas a los autores.

11.9. Verificación del cumplimiento de los ajustes ortotipográficos por parte de los autores.

11.10. Envío del manuscrito a edición y notificación a los autores de la culminación del proceso de revisión.

11. 11. Remisión del texto editado a los autores para su aprobación definitiva.

11.12. Publicación del artículo y certificación de publicación para los autores.

Nota: la Revista se reserva el derecho a hacer revisiones de estilo y forma que mejoren la calidad y claridad de los textos presentados por los autores.

Datos de la Institución editora:

Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria
Revista En-Contexto
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Calle 78B 72A - 220, Medellín - Colombia - Suramérica
encontexto@tdea.edu.co
<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>
Teléfono (+57 4) 444 3700 ext. 2139

Authors' Guidelines

En-Contexto is a biannual publication that receives for evaluation and publication scientific articles, research results, articles of reflection and review of the state of the art on a particular area, related to academic work-research in the areas of administration, management, economy, finance, organizations, accounting, state, government, and politics.

Publication and evaluation criteria of articles:

- 1. Originality:** the articles proposed for publication in our journal must be original and unpublished and must not have been previously published in other editorial spaces, besides not being postulated simultaneously in another journal.
- 2. Copyright session:** authors must attach the article postulated and duly signed the Copyright Session Format. which is available on the Journal's website: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>
- 3. Evaluation times:** the estimated time for the evaluation process is six (6) months on average from the receipt of the manuscript. The estimated time for the publication process is two (2) months on average from the acceptance of the manuscript by the peer reviewers and the verification of the quality direction of the journal.
- 4. Evaluation format:** the reference format for the evaluation of manuscripts is available on: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.
- 5. Detection of similarity:** the journal uses the Turnitin software to detect similarities in the process of verifying minimum quality conditions as a preliminary stage to the double-blind evaluation. The result obtained is communicated to the authors as a recommendation to improve their manuscript.
- 6. Digital content preservation policy:** En-Contexto utilizes the LOCKSS system to create a distributed archiving system among participating libraries and permits those libraries to create permanent archives of the journal for purposes of preservation and restoration. In this regard, it follows the following guidelines:

- Backups: the journal maintains the final archives of the manuscripts that are sent to print; likewise, the journal's archives are the institution's repository.
- Digital preservation: the journal is found in the Open Journal System, in which the journal is available for public access. Likewise, the journal's manuscripts are housed in the institutional repository as well as in the databases in which the journal is indexed.

7. Editorial criteria: Editorial criteria: the texts proposed for publication will be submitted in digital format (by email or on the OJS journal manager's platform) and processed in Word; will have an extension of between 4,000 and 7,000 words including bibliographic references and annexes, transcribed in the font Times New Roman 12 points, with a spacing of 1.5 spaces and letter size.

8. Types of articles to apply for:

8.1. Research articles: document that presents, in detail, the original results of completed research projects. The structure generally used contains five important sections: introduction, methodology, results, conclusions, and reference. In no case will be accepted contributions NOT derived from research or innovation article. Nor abstracts, communications to congresses, book reviews, institutional bulletins, news or translations of articles already published in other media, columns of opinion or conjuncture, and similar

8.2 Article of reflection: document that presents research results from an analytical, interpretative or critical perspective of the author on a specific subject, using original sources. The structure of the text depends on the initiative of the author without neglecting the introductory phase, conclusions and references that support the proposed discussion.

8.3 Review articles: document resulting from a completed or ongoing research where the results of research in the field of science and technology are analyzed, systematized, and integrated, to report on advances and trends in research development. This type of text must contain at least 50 bibliographic references.

9. Key elements of the manuscript:

Title (in Spanish, English and Portuguese).

Type of article (must indicate the code or institutional identification of the project).

Author data: name, titles, institution to which the author belongs and email.

Summary of content: maximum 100 words (in Spanish, English and Portuguese).

JEL classification: following the keywords, the thematic axes of the article's content will be identified through the international thematic coding system JEL, which will be made available on: <http://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>

10. Referencing: references for textual and contextual quotations will be made using the APA model (Author's Last Name, Year, Page Cited) Seventh Edition, which will be made available on: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

Footnotes will only be used for comments or clarifications that enrich the text (written in the same font 10 points) and the bibliographic references used in the text will be included in a list at the end of the document. Documents that do not meet these minimum requirements will be rejected from the editorial process.

Footnotes will only be used for comments or clarifications that enrich the text (written in the same font 10 points) and bibliographic references used in the text will be included in a list at the end of the document. Documents that do not meet these minimum requirements will be discarded from the editorial process.

11. Selection, editing and publication process

11.1 Submission of the manuscript by the authors via e-mail or on the OJS journal manager's platform: encontexto@tdea.edu.co

11.2 Receipt of the manuscript and communication by the journal's editorial staff on compliance with the minimum quality conditions described in this procedure manual.

11.3 Preliminary style review by the journal's editorial quality management and return, if necessary, to the authors for adjustments in the form before proceeding with the delivery of the manuscript to the peer reviewers.

11.4 Submission of the manuscript to the peer reviewers (2 pairs per manuscript) In the event of a dispute in the evaluation, the text must be sent to a third arbitrator to decide on the evaluation result.

11.5 Submission of evaluation results to authors for adjustment if necessary. The Editorial Committee of the Journal will notify the authors of the progress in the process and the decision of the arbitrators, which will be unappealable. The result of the evaluation may be:

- Accept for publication without modification.
- Accept for publication after modifications verifiable by the editors or by the evaluator.
- Return the article to the authors for substantive changes and re- evaluation.
- Reject.

11.6. Reception of corrections and adjustments made by the authors.

11.7. Once the fulfillment of the improvement observations in the evaluated text has been verified, it will proceed to the orthographic and typographic correction process; in case the text does not comply with the recommendations made, it must be returned to the authors for adjustments and, if the setback persists, the Editorial Committee will consider the non-permanence of the text in the revision and publication process. Likewise, the text can be sent back to the peer reviewers for a second review, depending on the evaluation result.

11.8. submission of comments and corrections orthographic and typographic to the authors.

11.9. Verification of the authors' compliance of the orthographic and typographic adjustments.

11.10 Submission of the manuscript for editing and notification to the authors of the completion of the review process.

11.11. Submission of the edited text to the authors for final approval.

11.12. Publication of the article and certification of publication for the authors.

Note: the Journal reserves the right to make revisions of style and form that improve the quality and clarity of the texts presented by the authors.

Data of the Publishing Institution:

Tecnológico de Antioquia – University Institution
En-Contexto journal
Faculty of Administrative and Economic Sciences
Street 78B 72A - 220, Medellín - Colombia -South America
Email: encontexto@tdea.edu.co
Website: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>
Phone number: (+57 4) 444 3700 ext. 2139

Orientações para os autores

En-Contexto, É uma publicação semestral que recebe para avaliação e publicação artigos científicos, resultados de pesquisas, artigos de reflexão e revisão do estado da arte em uma área específica, relacionados ao trabalho acadêmico-investigativo nas áreas de administração, gestão, economia, finanças, organizações, contabilidade, Estado, governo e política.

Critérios para avaliação e publicação de artigos:

1. Originalidade: os artigos propostos para publicação em nosso periódico devem ser originais e inéditos e não devem ter sido publicados anteriormente em outros espaços editoriais, além de não serem submetidos simultaneamente em outra revista.

2. Sessão de direitos autorais: os autores devem anexar ao artigo postulado e devidamente assinado o Formato da cessão de direitos autorais, que pode ser encontrado no site do periódico: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>

3. Tempos de avaliação: o tempo estimado para o processo de avaliação é de seis (6) meses, em média, a partir do recebimento do manuscrito. O tempo estimado para o processo de publicação é de dois (2) meses, em média, a partir da aceitação do manuscrito pelos revisores e da verificação do gerenciamento da qualidade da revista.

4. Formato da avaliação: o formato de referência para a avaliação dos manuscritos pode ser consultado em: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>.

5. Detecção de similaridade: o periódico usa o software Turnitin para detectar similaridades no processo de verificação das condições mínimas de qualidade como uma fase preliminar à avaliação duplo-cega. O resultado obtido é comunicado aos autores como recomendação para aprimoramento do manuscrito.

6. Política de preservação de conteúdo digital: En-Contexto, usa o sistema LOCKSS para criar um arquivo distribuído entre as bibliotecas participantes, permitindo que essas bibliotecas criem arquivos de diário permanentes para fins de preservação e restauração. Nesse sentido, siga as seguintes diretrizes:

- Cópias de segurança: o periódico mantém os arquivos finais dos manuscritos que são enviados para impressão; da mesma forma, os arquivos do periódico estão localizados no repositório da Instituição.
- Preservação digital: o periódico está no Open Journal System, no qual está disponível para acesso público. Da mesma forma, os manuscritos da revista estão alojados no repositório institucional e nos bancos de dados nos quais a revista está indexada.

7. Critérios editoriais: os textos propostos para publicação serão apresentados em formato digital (por e-mail ou na plataforma de gerenciamento de revistas OJS) e processados em Word; eles terão um comprimento entre 4.000 e 7.000 palavras, incluindo referências e anexos bibliográficos, transcritos na fonte Times New Roman de 12 pontos, com espaçamento de 1,5 linhas e tamanho da letra.

8. Tipos de artigos a serem aplicados:

8.1 Artigos de pesquisa: documento que apresenta detalhadamente os resultados originais dos projetos de pesquisa concluídos. A estrutura geralmente usada contém cinco seções importantes: introdução, metodologia, resultados, conclusões e referências. Em nenhum caso serão aceitos como artigo de pesquisa e inovação contribuições não derivadas de pesquisas, nem resumos, comunicações a congressos, resenhas de livros, boletins institucionais, notícias ou traduções de artigos já publicados em outras mídias, colunas de opinião ou eventos atuais e similares.

8.2 Artigo de reflexão: documento que apresenta os resultados de pesquisas concluídas ou em andamento a partir de uma perspectiva analítica, interpretativa ou crítica do autor sobre um tópico específico, utilizando fontes originais. A estrutura do texto depende da iniciativa do autor (a) sem descuidar a fase introdutória, as conclusões e as referências que sustentam a discussão.

8.3 Artigos de revisão: documento resultante de uma pesquisa concluída ou em andamento, na qual os resultados da pesquisa no campo da ciência e tecnologia são analisados, sistematizados e integrados, com o objetivo de contabilizar os avanços e tendências no desenvolvimento da pesquisa. Este tipo de texto deve conter pelo menos 50 referências bibliográficas.

9. Elementos principais do manuscrito:

Título (em espanhol, inglês e português).

Tipo de artigo (deve indicar o código ou a identificação institucional do projeto).

Dados do autor: nome, formação, instituição à qual pertence e e-mail.

Resumo do conteúdo: máximo de 100 palavras (em espanhol, inglês e português).

Palavras-chave: no máximo cinco palavras-chave que identificam os eixos temáticos do artigo (em espanhol, inglês e português).

Códigos JEL: seguindo as palavras-chave, os eixos temáticos do conteúdo do artigo serão identificados por meio do sistema temático internacional JEL, que pode ser consultado em: <http://www.aeaweb.org/jel/guide/jel.php>

10. Referências: as referências para citações textuais e contextuais serão feitas utilizando o modelo APA (sobrenome do autor, ano, página citada), sétima edição, que pode ser consultada em: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/context>.

Os rodapés serão usados apenas para fazer comentários ou esclarecimentos que enriquecem o texto (escritos na mesma fonte de 10 pontos) e as referências bibliográficas usadas no texto serão incluídas em uma lista no final do documento. Os documentos que não atenderem a esses requisitos mínimos serão descartados do processo editorial.

11. Processo de seleção, edição e publicação

11.1 Submissão do manuscrito pelos autores via e-mail: closure@tdea.edu.co ou pelo administrador da revista OJS em: <http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontext>

11.2 Recepção do manuscrito e comunicação pela assistência editorial do periódico, respeitando as condições mínimas de qualidade descritas neste manual de procedimentos.

11.3 Revisão preliminar do estilo pelo comitê da qualidade editorial do periódico e, se necessário, retorne aos autores para ajustes no formulário antes de prosseguir com a entrega do manuscrito aos revisores.

11.4 Submissão do manuscrito aos revisores (2 revisores por manuscrito). Em caso de controvérsia na avaliação, o texto deve ser enviado a um terceiro árbitro para acertar o resultado da avaliação.

11.5 Encaminhamento dos resultados da avaliação aos autores para ajustes, se necessário. O Comitê Editorial do periódico notificará aos autores sobre o andamento do processo e a decisão dos árbitros, será inapelável. O resultado da avaliação pode ser:

- Aceite para publicação sem modificações.
- Aceite para publicação após modificações verificáveis pelos editores ou pelo revisor.
- Retornar o artigo aos autores para modificações substanciais e reavaliar.
- Rejeitar.

11.6 Recebimento de correções e ajustes feitos pelos autores.

11.7 Uma vez verificada a conformidade das observações de melhoria no texto avaliado, procede-se com o encaminhamento para o processo de correção ortotipográfica; caso o texto não atenda às avaliações propostas, ele deverá ser devolvido aos autores para ajustes e, se persistir, o Comitê Editorial considerará a não continuidade do texto no processo de revisão e publicação. Da mesma forma, o texto pode ser enviado novamente aos avaliadores para uma segunda revisão, dependendo do resultado da avaliação.

11.8 Encaminhamento de observações e correções ortográficas aos autores.

11.9 Verificação da conformidade dos ajustes orto-tipográficos pelos autores.

11.10 Submissão do manuscrito para edição e notificação aos autores da conclusão do processo de revisão.

11.11 Encaminhamento do texto editado aos autores para aprovação final.

11.12 Publicação do artigo e certificação da publicação para os autores.

Nota: a periódico reserva-se o direito de fazer revisões em estilo e forma que melhorem a qualidade e a clareza dos textos apresentados pelos autores.

Dados da Instituição editora:

Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria
Revista En-Contexto
Faculdade de Ciências Administrativas e Econômicas
Calle 78B 72A - 220, Medellín - Colômbia - América do Sul
encontexto@tdea.edu.co
<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>
Telefone (+57 4) 444 3700 ext. 2139

En
Contexto
Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Código de ética

Ethics Code

Código de Ética

Código de Ética

Responsabilidades de la Revista En-Contexto

1. La *Revista En-Contexto* se compromete a recibir el artículo enviado, y a verificar que cumpla los criterios mínimos de calidad exigidos, dentro del primer filtro editorial; de ser positivo, el artículo evaluado pasará a revisión doblemente ciega con dos árbitros especialistas en el tema que aborda el autor; los árbitros recogerán observaciones y propuestas, que serán nuevamente remitidas al autor; una vez cumplido este proceso, el autor complementa su artículo, y lo reenvía a la Revista; que a su vez se compromete a programar la publicación del artículo y a custodiar el proceso de edición.
2. La *Revista En-Contexto* asume la responsabilidad de informar debidamente al autor la fase del proceso editorial en que se encuentra el artículo enviado, así como los resultados de la evaluación arbitral y del proceso editorial. Esto a través de comunicaciones formales al autor en las siguientes fases:
 - a. Notificación de recepción del artículo y verificación de sesión de derechos.
 - b. Aceptación o no de condiciones mínimas de calidad.
 - c. Resultados del proceso de evaluación arbitral.
 - d. Confirmación o negación de la publicación del artículo en la Revista En-Contexto.
 - e. Entrega de ejemplares impresos de la Revista En-Contexto si el artículo ha sido publicado.
3. La publicación de un artículo dependerá exclusivamente de:
 - a. La afinidad del texto con la temática de la Revista En-Contexto.
 - b. El cumplimiento estricto de los requisitos de forma establecidos por la Revista para el envío de originales.
 - c. Los resultados de la evaluación académica de los árbitros.
 - d. La aplicación de las observaciones y cambios requeridos por los árbitros.

4. Las decisiones editoriales no se verán afectadas por razones de nacionalidad, etnicidad, posición política, económica, social o religiosa de los autores.
5. La *Revista En-Contexto* se compromete a respetar estrictamente el proceso de dictamen establecido en sus normas editoriales.
6. La *Revista En-Contexto* se compromete a publicar en los tiempos y formas establecidos en la presentación de la misma.
7. Llevar a cabo un proceso de edición y publicación transparente y con entero respeto por los autores.
8. La *Revista En-Contexto* se abstiene de compensar económicamente el aporte de los autores y de los miembros de sus comités editorial y científico, enmarcada en la política de apertura de pensamiento, divulgación de la información, libre participación, y colaboración en aras del conocimiento, la ciencia, la educación y la cultura. La Institución editora de la revista asume el pago de los servicios prestados por los pares evaluadores según política interna.

Responsabilidades de los autores

1. El autor se compromete a que el artículo sometido a la Revista En-Contexto sea un trabajo original e inédito. Cualquier texto previamente publicado será rechazado. Se considerará un trabajo como previamente publicado cuando ocurra cualquiera de las siguientes situaciones:
 - a. Cuando el texto completo haya sido publicado.
 - b. Cuando fragmentos extensos de materiales previamente publicados formen parte del texto enviado a la Revista y no tenga la referenciación correcta.
 - c. Estos criterios se refieren a publicaciones previas en forma impresa o electrónica, y en cualquier idioma.
2. Es responsabilidad del autor evitar cualquier conflicto de interés en la publicación de datos y resultados.
3. El autor deberá citar y referenciar claramente cualquier fragmento que sea tomado de la obra de otro o de textos del propio autor; esto incluye la referencia de las fuentes de datos, tablas, figuras y documentos.

4. El autor no debe remitir su artículo a cualquier otra publicación mientras esté en proceso de arbitraje en la Revista. Si se detecta esta conducta se suspenderá el proceso de revisión o publicación del texto correspondiente.
5. El autor acepta y se acoge a las normas, criterios y procedimientos editoriales de la Revista En-Contexto.

Responsabilidades de los árbitros

1. Los árbitros definen si un artículo es publicable o no. Si no lo es, deben proveer razones suficientes para sustentar el rechazo. En todos los casos deberán orientar a los autores para la mejora del texto sometido a la Revista.
2. Los árbitros solo deberán aceptar aquellos textos sobre los que tengan suficiente competencia, experiencia y conocimiento para desarrollar las responsabilidades que se les encomiendan.
3. Los árbitros deberán evitar cualquier conflicto de interés que identifiquen en referencia al texto que les ha sido enviado.

Este tipo de políticas y acuerdos de procedimiento garantizan la transparencia en el proceso editorial y nos comprometen a generar acciones de mejora continua para que el ejercicio académico-investigativo de forma escrita sea reconocido por sus criterios de calidad.

Comité editorial

Ethics Code

En-Contexto journal`s responsibilities

1. The En-Contexto journal undertakes to receive the article sent and to verify that it meets the minimum quality criteria required within the first editorial filter; if it is positive, the evaluated article will go on to double-blind review with two specialist arbitrators on the subject addressed by the author; the arbitrators will collect comments and proposals, which will be sent back to the Autor; once this process has been completed the author completes his or her article and sends it back to the Journal, which in turn commits itself to schedule the publication of the article and to safeguard the editing process.
2. The En-Contexto journal assumes the responsibility of duly informing the author of the stage of the editorial process in which the article is submitted, as well as the results of the arbitral evaluation and the editorial process. This through formal communications to the author in the following phases:
 - a. Notification of receipt of the article and verification of rights session.
 - b. Acceptance or not of minimum quality conditions.
 - c. Results of the arbitration evaluation process.
 - d. confirmation or denial of the publication of the article in the En-contexto journal.
 - e. Delivery of printed copies of the En-Contexto journal if the article has been published.
3. The publication of an article will depend exclusively on:
 - a. The affinity of the text with the theme of the En-Contexto journal.
 - b. Strict compliance with the form requirements established by the Journal for sending originals.
 - c. The results of the arbitrators' academic evaluation.
 - d. The application of the observations and changes required by the arbitrators.
4. Editorial decisions will not be affected by reasons of nationality, ethnicity, political, economic, social or religious position of the authors.

5. The En-Contexto journal undertakes to strictly respecting the opinion process established in its editorial rules.
6. The En-Contexto journal undertakes to publish in the times and forms established in the presentation of the same.
7. Carry out a transparent editing and publication process with full respect for the authors.
8. The En-Contexto journal refrains from compensating financially for the contribution of authors and members of its editorial and scientific committees, dissemination of information, free participation, and collaboration in the interests of knowledge, science, education and culture. The journal's publishing institution assumes the payment of the services provided by the peer reviewers according to internal policy.

Author's responsibilities

1. The author undertakes to ensure that the article submitted to the En-Contexto journal is an original and unpublished work. Any previously published text will be rejected. work will be considered as previously published when any of the following situations occur:
 - a. When the complete text has been published.
 - b. When extensive fragments of previously published materials are part of the text sent to the Journal and are not correctly referenced.
 - c. These criteria refer to previous publications in print or electronic form, and in any language.
2. It is the responsibility of the author to avoid any conflict of interest in the publication of data and results.
3. The author must cite and reference any excerpt that is taken from the work of another or the author's texts; this includes reference to data sources, tables, figures, and documents.
4. The author must not refer the article to any other publication while it is in the process of arbitration in the Journal. If such conduct is detected, the process of reviewing or publishing the relevant text will be suspended.
5. The author accepts and abides by the editorial rules, criteria, and procedures of the En-Contexto journal.

Arbitrator's responsibilities

1. The arbitrators define whether an article is publishable or not. If it is not, they must provide sufficient reasons to support the rejection. In all cases, they should guide the authors in the improvement of the text submitted to the Journal.
2. The arbitrators will accept only those texts on which they have sufficient competence, experience, and knowledge to carry out the responsibilities entrusted to them.
3. The arbitrators must avoid any conflict of interest they identify concerning the text sent to them.

These types of policies and procedural agreements guarantee transparency in the editorial process and commit us to generate actions of continuous improvement so that the academic-research exercise in written form is recognized by its quality criteria.

editorial committee

Código de Ética

Responsabilidades do periódico En-Contexto

1. O periódico En-Contexto, concorda em receber o artigo enviado e verificar se ele atende os critérios mínimos de qualidade exigidos, dentro do primeiro filtro editorial; se positivo, o artigo avaliado será submetido a uma revisão duplo-cega com dois árbitros especializados no assunto abordado pelo autor; os árbitros coletarão observações e propostas, que serão novamente encaminhadas ao autor; uma vez concluído esse processo, o autor complementa o artigo e o encaminha ao periódico; que, por sua vez, concorda em agendar a publicação do artigo e em proteger o processo de edição.
2. O periódico En-Contexto, assume a responsabilidade de informar devidamente ao autor da fase do processo editorial em que o artigo enviado se encontra, bem como dos resultados da avaliação da arbitragem e do processo editorial. Isso através de comunicações formais com o autor nas seguintes fases:
 - a. Notificação de recebimento do artigo e verificação de cessão de direitos.
 - b. Aceitação ou não de condições mínimas de qualidade.
 - c. Resultados do processo de avaliação da arbitragem.
 - d. Confirmação ou negação da publicação do artigo no periódico En-Contexto.
 - e. Entrega de cópias impressas do periódico En-Contexto, se o artigo foi publicado.
3. A publicação de um artigo dependerá exclusivamente de:
 - a. A afinidade do texto com o tema do periódico En-Contexto.
 - b. Cumprimento rigoroso dos requisitos de formulário estabelecidos pelo periódico para o envio de originais.
 - c. Os resultados da avaliação acadêmica dos árbitros.
 - d. A aplicação das observações e mudanças exigidas pelos árbitros.

4. As decisões editoriais não serão afetadas por razões de nacionalidade, etnia, posição política, econômica, social ou religiosa dos autores.
5. O periódico En-Contexto compromete-se a respeitar rigorosamente o processo de avaliação estabelecido em seus regulamentos editoriais.
6. O periódico En-Contexto concorda em publicar nos tempos e formas estabelecidos em sua apresentação.
7. Realizar um processo transparente de edição e publicação, com total respeito pelos autores.
8. O Periódico En-Contexto se abstém de compensar financeiramente a contribuição dos autores e dos membros de seus comitês editorial e científico, enquadrado na política de pensamento aberto, divulgação de informações, participação livre e colaboração em prol do conhecimento, a ciência, a educação e a cultura. A instituição editora do periódico assume o pagamento dos serviços prestados pelos revisores, de acordo com a política interna.

Responsabilidades dos autores

1. O autor concorda que o artigo enviado ao periódico En-Contexto é um trabalho original e inédito. Qualquer texto publicado anteriormente será rejeitado. Um trabalho será considerado publicado anteriormente quando ocorrer uma das seguintes situações:
 - a. Quando o texto completo for publicado.
 - b. Quando fragmentos extensos de materiais publicados anteriormente fazem parte do texto enviado ao periódico e não são corretamente referenciados.
 - c. Esses critérios se referem a publicações anteriores, em formato impresso ou eletrônico, e em qualquer idioma.
2. É de responsabilidade do autor evitar conflitos de interesse na publicação de dados e resultados.
3. O autor deve citar e referenciar claramente qualquer fragmento retirado da obra de outro ou dos textos do próprio autor; isso inclui a referência às fontes de dados, tabelas, figuras e documentos.
4. O autor não deve submeter seu artigo a nenhuma outra publicação enquanto estiver em processo de arbitragem no periódico. Se esse comportamento

for detectado, o processo de revisão ou publicação do texto correspondente será suspenso.

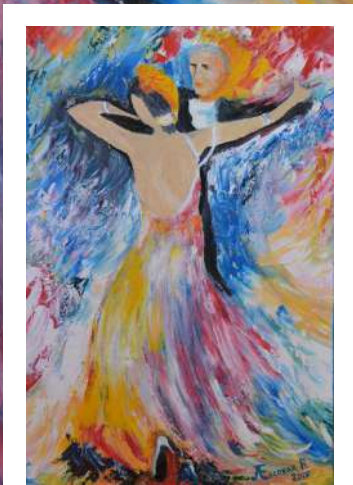
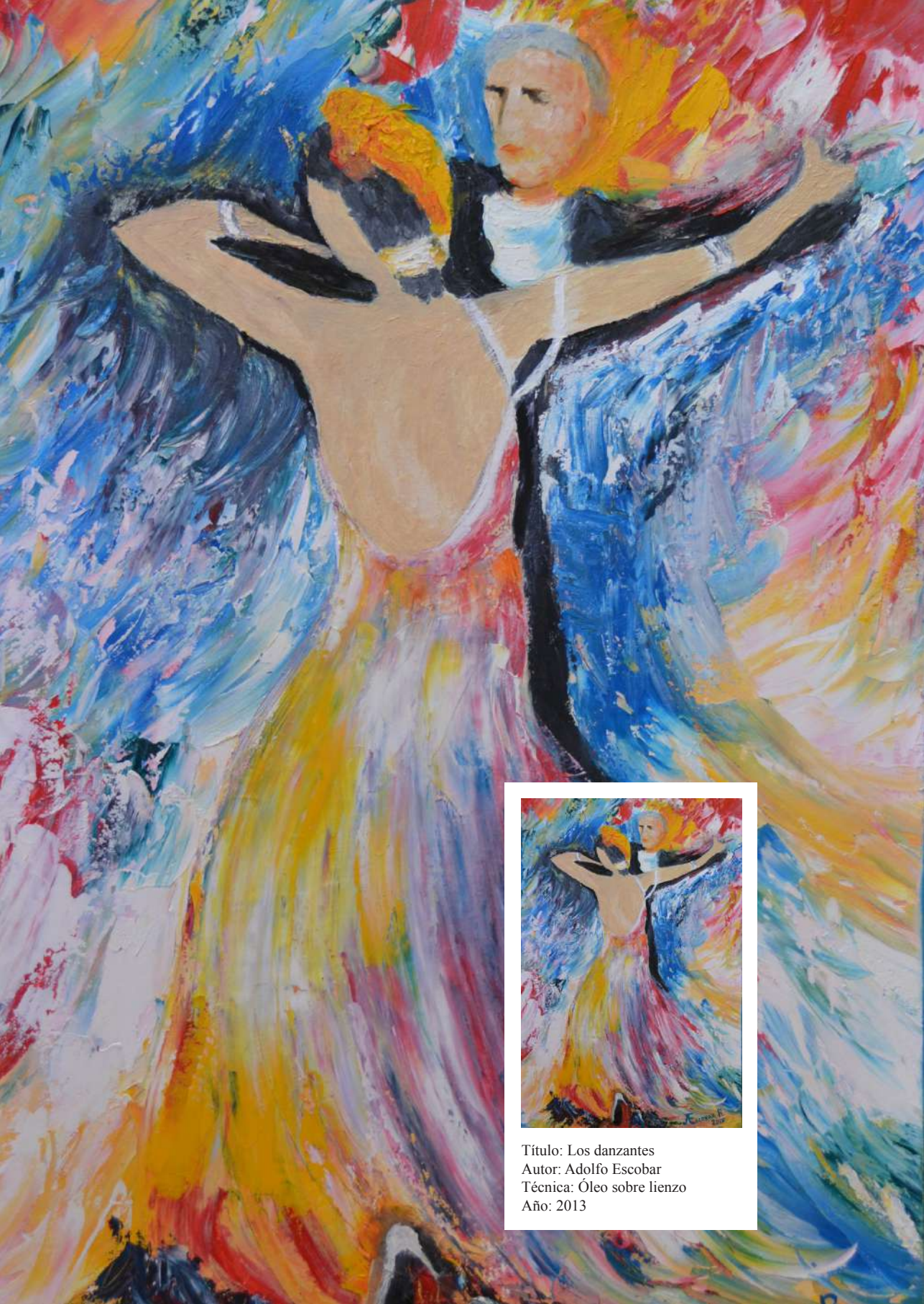
5. O autor aceita as regras editoriais, critérios e procedimentos do periódico En-Contexto.

Responsabilidades dos revisores

1. Os revisores ou peer review definem se um artigo é publicável ou não. Caso contrário, eles devem fornecer razões suficientes para apoiar a rejeição. Em todos os casos, eles devem orientar os autores para melhorar o texto submetido ao periódico.
2. Os revisores devem aceitar apenas os textos em que tenham competência, experiência e conhecimento suficientes para cumprir as responsabilidades que lhes são confiadas.
3. Os revisores devem evitar qualquer conflito de interesses que eles identifiquem em referência ao texto que lhes foi enviado.

Esse tipo de política e acordos de procedimento, garantem transparência no processo editorial e comprometem-nos a gerar ações de melhoria contínua para que o exercício acadêmico-investigativo por escrito seja reconhecido por seus critérios de qualidade.

Comité editorial



Título: Los danzantes
Autor: Adolfo Escobar
Técnica: Óleo sobre lienzo
Año: 2013

En
Contexto
Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad

Tipografía: Times New Roman - Geometr415
Materiales: bond 75 gramos, Earth Pact 90 gramos, propalcote 300 gramos

Tecnológico de Antioquia - Institución Universitaria
Dirección de Investigación
Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
Grupo de Investigación Observatorio Público
PBX (+57 4) 444 3700 ext. 2139
encontexto@tdea.edu.co

<http://ojs.tdea.edu.co/index.php/encontexto>
Campus Universitario, Calle 78B 72A - 220
Medellín, Colombia, Suramérica
2020



Contenido

✕ **Editorial**
Redes Colaborativas. Una posibilidad de movilizar el conocimiento desde la solidaridad
 Yuliana Gómez Zapata

Administración y Gestión

✕ *Aproximación a la comprensión del gerenciamiento de proyectos públicos*
 Carlos Alberto Restrepo Carvajal

✕ *De los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS): una oportunidad para la educación sostenible con perspectiva de géneros*
 Ángela María Botero Pulgarín

✕ *El contenido digital en las administraciones locales: condiciones ontológicas y organizativas para su creación y gestión*
 Sergio Jiménez Meroño

✕ *Reflexión crítica de los sistemas de gestión de calidad: ventajas y desventajas*
 Yaritza Alejandra Murrieta Saavedra
 Eneida Ochoa Ávila
 Blanca Carballo Mendivil

Economía y Finanzas

✕ *Ventaja competitiva de intel en el segmento de los microprocesadores*
 Laura Melina Rodríguez
 José G. Vargas Hernández

Estado y Política

✕ *El meme como práctica, expresión y manifestación artística, cultural y comunicacional de los jóvenes en la actualidad, caso Facultad de Comunicación Audiovisual del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid*
 John Fredy Vergara Vélez
 José Santiago Correa Cortés

✕ *¿Preparados para las Fake News? Un estudio exploratorio de la comunidad universitaria del Tecnológico de Antioquia*
 Semillero de investigación en Geopolítica
 Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas
 Tecnológico de Antioquia

