
Presentado en el XII Taller Internacional de "Internacionalización de la Educación Superior"

Artículo científico

Articulación entre el proceso de internacionalización y la comunicación institucional en la Universidad Agraria de La Habana

Articulation between the internationalization process and institutional communication at the Agrarian University of Havana

Maydolis Cabrera González¹  0009-0005-7830-8499  mcabrerag@unah.edu.cu

Mabelin Armenteros Amaya¹  0000-0003-4143-9805  mabelin@unah.edu.cu

Neili Machado García¹  0000-0001-6294-6481  neili@unah.edu.cu

¹ Universidad Agraria de La Habana "Fructuoso Rodríguez Pérez". Mayabeque, Cuba.

Recibido: 30/01/2025

Aceptado: 29/04/2025

RESUMEN

Una educación superior de calidad con visión nacional e internacional, se logra a partir de buenas prácticas que faciliten la visibilidad y el desarrollo eficiente de sus procesos. La gestión adecuada de la comunicación fortalece el acceso a la información, la generación y el intercambio de experiencias entre universidades nacionales e internacionales. Por tanto, el objetivo de este trabajo consistió en fortalecer la articulación entre los procesos de comunicación e internacionalización en la Universidad Agraria de La Habana "Fructuoso Rodríguez Pérez", a partir de la experiencia del proyecto Internacionalización de la educación superior cubana poscovid-19. Mejores prácticas y sostenibilidad. Lo que permitió una mejora en la calidad de la educación superior cubana desde las herramientas que ofrece hoy la comunicación con sus estrategias convencionales, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones y las plataformas digitales de internet. De igual forma, se obtuvo un diagnóstico sobre la relación entre los procesos estudiados, lo que generó acciones estratégicas que los fortalecieron, con el fin de promover la imagen institucional con una visión nacional e internacional, y se profundizó en investigaciones relacionadas con su articulación, dirigidas al incremento de la calidad de la educación superior cubana y su promoción al mundo.

Palabras clave: comunicación; internacionalización; procesos universitarios.

ABSTRACT

Quality higher education with a national and international vision is achieved through good practices that facilitate the visibility and efficient development of its processes. Adequate communication management strengthens access to information, the generation and exchange of experiences between national and international universities. Therefore, the objective of this work consisted in strengthening the articulation between communication and internationalization processes at the "Fructuoso Rodríguez Pérez" Agrarian University of Havana, based on the experience of the project Internationalization of Cuban higher education post-Covid-19. Best practices and sustainability. This allowed an improvement in the quality of Cuban higher education from the tools offered today by communication with its conventional strategies, the use of information and communication technologies and Internet digital platforms. Similarly, a diagnosis was obtained on the relationship between the processes studied, which generated strategic actions that strengthened them, in order to promote the institutional image with a national and international vision, and further research related to their articulation, aimed at increasing the quality of Cuban higher education and its promotion to the world.

Keywords: communication; internationalization; university processes.

INTRODUCCIÓN

La gestión de la comunicación institucional es una condición necesaria para el logro de la integración de los colectivos laborales, la calidad, el cumplimiento de los objetivos (Bullain *et al.*, 2022) y la articulación entre procesos sustantivos universitarios. Esto lleva a incorporar la comunicación, entre las directrices de trabajo, en cada uno de los procesos de la educación superior cubana, lo que fortalece la visibilidad de la institución, pues se considera un proceso estratégico, a partir del desarrollo transversal que influye en las funciones sustantivas. Su esencia apunta a la construcción de significados y símbolos que se van a integrar en una imagen global de la universidad, e influir positivamente en su desempeño y desarrollo (Trelles, 2001).

En Cuba, la educación superior prioriza la comunicación institucional como uno de los procesos estratégicos, desde la Constitución de la República, el Consejo de Estado (2019) con la recién

aprobada Ley de Comunicación Social, los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030, las Naciones Unidas (2018) y el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el 2030 (2019), como espacios en los que tiene un papel fundamental y prioritario para el desarrollo.

La articulación de la comunicación con el resto de los procesos universitarios, sustantivos y estratégicos potencia la visibilidad institucional; a partir del proceso de internacionalización y su plan estratégico, se logra aumentar el ranking universitario y la promoción de la imagen e identidad institucional, con una estrategia de comunicación bien articulada con las directrices de trabajo de la internacionalización en la educación superior cubana.

En este caso, el proyecto Internacionalización de la educación superior cubana poscovid-19. Mejores prácticas y sostenibilidad (INTESCUBA, 2024), en su proceso de diagnóstico evaluó elementos relacionados con la comunicación, visibilidad de los procesos, actividades, estrategias, uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), e incremento de visibilidad internacional con la participación en grupos de investigación y redes temáticas.

A partir de ello, resulta necesario actualizar la estrategia de comunicación institucional que incluye un plan de comunicación digital (Cabrera *et al.*, 2022) y fortalece lo relacionado con la articulación de los procesos, desde el uso de las plataformas digitales de internet.

Sobre la base de estos elementos, en la Universidad Agraria de La Habana (UNAH) se han realizado acciones dirigidas a promover una comunicación institucional encaminada a la visibilidad internacional que parte de brindar capacitación a todos los actores que participan en los procesos universitarios, diseños visuales para las redes sociales y otros soportes promocionales y acompañamiento a los proyectos y redes temáticas en los que participan estudiantes y profesores. En virtud de lo anterior, el objetivo de este trabajo fue fortalecer la articulación entre el proceso de comunicación y el proceso de internacionalización en la UNAH, a partir de la experiencia del proyecto INTESCUBA.

MATERIALES Y MÉTODOS

Con una composición de 920 profesores, 698 trabajadores no docentes, 1510 estudiantes de curso regular diurno y 4428 estudiantes de curso por encuentro, en la comunidad universitaria de la UNAH "Fructuoso Rodríguez Pérez" se desarrollan 25 carreras distribuidas en siete facultades y tres centros de estudios.

En el desarrollo de la investigación, se utilizó el método histórico-lógico para establecer el estado del arte de los procesos de comunicación e internacionalización y su relación, y el analítico-sintético permitió la profundización en estos constructos, la interpretación de la información obtenida y la elaboración de las acciones; se obtuvo un diagnóstico sobre la relación entre los procesos estudiados, lo que generó acciones estratégicas que los fortalecieron, con el fin de promover la imagen institucional con una visión nacional e internacional; mediante la revisión de documentos, se profundizó en investigaciones relacionadas con la temática y su articulación, dirigidas al incremento de la calidad de la educación superior cubana y su promoción al mundo.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del diagnóstico reflejaron la no existencia de un plan de comunicación, en la estrategia de comunicación institucional, dirigido a la proyección internacional de la institución; no se generó suficiente contenido en plataformas digitales sobre las ofertas de programas académicos como maestrías, especialidades, diplomados y doctorados; no existió un uso suficiente de las TIC, dirigido al posicionamiento internacional de la institución; y no se aprovechó la comunicación, en espacios de las redes internacionales, como herramienta importante para la visibilidad de la universidad.

Resultaron evidentes las insuficiencias en la interrelación entre la comunicación institucional y la internacionalización en la UNAH, a partir de las experiencias tenidas con otras instituciones internacionales, por tanto, se tomó como punto de partida para las acciones a acometer en la actualización del plan de comunicación de la UNAH, y su despliegue como un eje transversal del plan estratégico de internacionalización institucional.

A partir del diagnóstico realizado y la experiencia del trabajo entre ambos procesos en la UNAH, se realizaron determinadas acciones para superar las debilidades detectadas, y fortalecer su articulación como:

- Formación de capacidades en temas relacionados con ambos procesos, tanto para trabajadores de las dos áreas, como para profesores de otras áreas que se involucraron directa o indirectamente con la internacionalización de la educación superior y la comunicación institucional.
- Promoción de buenas prácticas de otras instituciones nacionales e internacionales sobre la gestión de estos procesos universitarios.

- Generación de contenidos en las páginas oficiales en redes sociales de la UNAH, que enaltecieron la actividad institucional relacionada con la internacionalización de la educación superior cubana.
- Interacción con informaciones y/o contenidos publicados por otras instituciones, organizaciones, universidades, nacionales o internacionales que se relacionaron con la UNAH.
- Participación en proyectos internacionales desde la gestión de la comunicación.
- Incorporación de la línea de comunicación digital, para transversalizar los cuatro objetivos del plan estratégico de internacionalización de la UNAH.

Posteriormente, se apreció una mejora en la articulación entre los procesos estratégicos de comunicación e internacionalización en la UNAH, que se evidenció en la aplicación de buenas prácticas:

- Fortalecimiento del trabajo en las redes sociales y las TIC, y la comunicación para la internacionalización, a partir de su prioridad en la estrategia de comunicación institucional de la UNAH.
- Sinergia entre los resultados del diagnóstico del proyecto INTESCUBA y sus acciones, con la gestión del Departamento de Comunicación Institucional de la UNAH.
- Se generaron soportes promocionales y comunicativos de la UNAH, desde una visión nacional e internacional.
- Se crearon contenidos en las plataformas digitales, para promover a la universidad con un carácter internacional.
- Se desarrollaron investigaciones relacionadas con la comunicación y la internacionalización, dirigidas a incrementar la calidad de la educación superior cubana, a partir de la visibilidad nacional e internacional de sus universidades.

La universidad se ha constituido en un actor relevante en el siglo XXI, en la producción de conocimientos y en la preparación de profesionales. La organización universitaria dotada de recursos técnicos y humanos cualificados aparece con toda su potencialidad como un espacio promotor, en un sentido amplio, de la educación para la igualdad, la diversidad y el desarrollo en nuestro tiempo (Quiroga, 2015). En este sentido, las universidades logran un mayor ingreso de los estudiantes, la vinculación con sectores sociales, generan mayor amplitud en sus servicios, diversidad y participación en proyectos nacionales e internacionales; por lo que la organización de las universidades se transforma en una tarea compleja como resultado del crecimiento en el volumen de sus servicios y de la necesaria adaptación a las exigencias del progreso científico y tecnológico (Muga, 1992).

El proceso de internacionalización en la educación superior se materializa desde diversas estrategias y acciones para dar respuestas a las exigencias del contexto actual que promueve la movilidad estudiantil y de profesores e investigadores, la participación en redes, la oferta educativa internacional, las titulaciones conjuntas, los acuerdos interinstitucionales (convenios generales y específicos), las investigaciones conjuntas con grupos extranjeros, la oferta de enseñanza de idiomas y cultura locales, y las acciones de cooperación al desarrollo e internacionalización del currículo (Theiler, 2009). Por tanto, conlleva la necesidad de generar capacidades en el personal académico, administrativo, y el de apoyo para el incremento de la pertinencia con el entorno.

La estrategia de internacionalización es transversal a los procesos sustantivos universitarios. La internacionalización es enmarcada desde la respuesta de la educación superior a lo global que permite interactuar localmente con el mundo. Asimismo, este proceso requiere de gestión de una nueva cultura, desde donde enriquecer diversos quehaceres y actividades del saber hacer, como si la organización tuviese extensiones o presencia institucional al margen de las fronteras, esta visión implicó el desarrollo de un conjunto de acciones encaminadas a elevar la calidad de los procesos sustantivos de la universidad.

La internacionalización contempla que se genere una cultura institucional que promueva visiones interculturales, la interacción internacional y la cooperación. Para la gestión exitosa del proceso de internacionalización, se toma en cuenta la diversidad de actores y de contexto se requiere de algunas herramientas que facilitan la comunicación entre las diferentes instituciones de educación superior que facilitan la integración más allá de las fronteras territoriales, es decir, universidades abiertas al mundo para aprender significativamente de forma colaborativa (Cornejo *et al.*, 2013).

Se consideró que, para cumplir con este propósito, la comunicación institucional fue clave para proporcionar el flujo de información y de intercambios, a través de redes académicas y científicas, la comunicación directa, el desarrollo de programas internacionalizados. Asimismo, la creación de proyectos que respondieron a desafíos globales relacionados con la soberanía alimentaria, la prevención y mitigación de los efectos negativos del cambio climático, y la mejora de la educación superior, desde una promoción más inclusiva y accesible.

Como parte de la articulación entre el proceso de comunicación y el de internacionalización, se desarrollaron investigaciones relacionadas con la gestión de la comunicación desde el proceso de internacionalización y viceversa, a partir del proyecto INTESCUBA, dirigido al fortalecimiento del proceso de internacionalización en las instituciones de educación superior cubanas con el uso de mejores prácticas, que transitó por la creación de capacidades en actores universitarios, locales y la

mejora de la gestión de este proceso transversal y estratégico al quehacer universitario, contribuyó a lo interno en la formación doctoral, al mejor uso de las TIC en los procesos de formación de pre- y posgrado, al incremento de las acciones de internacionalización en casa en contexto de Covid-19, a la calidad y visibilidad de la red de educación superior cubana; y hacia lo externo, a consolidarse como actor clave y decisivo del desarrollo económico y social del país, y por ende, en un mejor desempeño para el logro de los objetivos e impactar en los sectores estratégicos de la economía cubana.

A modo de conclusión, se obtuvo un diagnóstico sobre la relación entre el proceso de comunicación y el de internacionalización, y se profundizó en investigaciones relacionadas con su articulación, dirigidas al incremento de la calidad de la educación superior cubana y su promoción al mundo. Se generaron acciones innovadoras, con el fin de promover la imagen institucional con una visión nacional e internacional, y se profundizó en investigaciones relacionadas con la articulación entre ambos procesos, dirigidas al incremento de la calidad de la educación superior cubana y su promoción al mundo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bullain, L., et al. (2022). *Estrategia de Comunicación Institucional para la Universidad Agraria de La Habana (UNAH)*. Universidad Agraria de La Habana.

Cabrera, M., et al. (2022). *Plan de Comunicación Digital de la Universidad Agraria de La Habana*. Universidad Agraria de La Habana.

Consejo de Estado. (2019). *Constitución de la República de Cuba*. Publicación oficial del Ministerio de Justicia. Consejo de Estado: La Habana, Cuba.

<https://www.gacetaoficial.gob.cu/es/constitucion-de-la-republica-de-cuba>

Cornejo, I. y Guadarrama L. A. (coords.) (2013). *Culturas en Comunicación. Entre la vocación intercultural y las tecnologías de la información*. México, Colección Tendencias, Editorial Tintacle.

Muga, A. (1992). *Necesidades de Capacitación en Administración Universitaria, Chile, CINDA*. Administración Universitaria en América Latina.

Naciones Unidas. (2018). *La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: una oportunidad para América Latina y el Caribe*. Naciones Unidas

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/40155-la-agenda-2030-objetivos-desarrollo-sostenible-oportunidad-america-latina-caribe>

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en Cuba (2019), *Plan Nacional para el Desarrollo Económico y Social hasta el 2030*. PNUD.

<https://www.presidencia.gob.cu/es/gobierno/plan-nacional-de-desarrollo-economico-y-social-hasta-el-2030/>

Proyecto Internacionalización de la educación superior cubana poscovid 19. Mejores prácticas y sostenibilidad (INTESCUBA). (2024) Programa sectorial. Ministerio de Educación Superior de la República de Cuba.

Quiroga, S. R. (2015). La gestión de la internacionalización: entre la comunicación y la interculturalidad. *Questión*, 1(46), 414-423.

Theiler, J. (2009). *Marco general sobre Programas de Movilidad Académica. Las experiencias en América Latina y en la Comunidad Europea, en Programas de Movilidad Internacional. Su organización y las buenas prácticas para su gestión y administración*. Universidad Nacional del Litoral.

Trelles, I. (2001) Tendencias teóricas fundamentales: conceptos de comunicación organizacional, características y funciones En: *Comunicación Organizacional. Selección de lecturas*. La Habana: Félix Varela.

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores

Todos los autores revisaron la redacción del manuscrito y aprueban la versión finalmente remitida.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional