# **UNA INVESTIGACIÓN PARA UN CONOCIMIENTO NECESARIO: ¿HASTA DÓNDE QUEREMOS LLEGAR COMO UNIVERSIDAD?**

**3**

**Blended learning: experiencias en busca de la calidad**

María Alpízar Solórzano

Niza Castro Zuñiga

Fabiana Jenkins Arias

Priscila Rojas

Universidad Nacional de Costa Rica

Costa Rica

[maryoalp@gmail.com](mailto:maryoalp@gmail.com)

[lorenizza@gmail.com](mailto:lorenizza@gmail.com)

fabiejenk@gmail.com

## 

## **RESUMEN**

## Los sitios web, de escuelas y centros de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Costa Rica, no presentan la información necesaria a la hora de externalizar sus proyectos de investigación. Se ha de prestar atención ante esta situación pues, en la sociedad actual, el conocimiento se ha convertido de interés para varios sectores sociales, políticos y económicos. Por lo que, las universidades deben evaluar su entorno y crear mecanismos innovadores para ser más competitivas, lo cual, se podrá lograr adaptando una estrategia de gestión del conocimiento.

Esta realidad de la educación superior, ha sido identificada por otros entes universitarios que se han posicionado como “potencias de conocimiento”. Las universidades que no se adapten a esta dinámica, pueden quedar rezagadas. Para ello, se concibe la gestión del conocimiento como una herramienta de poder inteligente capaz de posicionar a las universidades y su conocimiento de forma estratégica en el Sistema Internacional

## 

## **Gestión del conocimiento, Sofwares, Universidad Nacional de Costa Rica, Innovación, Gobernanza.**

## **CONSIDERACIONES TEÓRICAS**

La aplicación del conocimiento para la creación, procesamiento y difusión de la información en su uso práctico, enmarcado en la lógica de la innovación; ha acuñado el término de Sociedad del Conocimiento (UNESCO, 2005). De esta manera, el capital físico va siendo relevado por una mayor dependencia a la ciencia y los progresos tecnológicos. Esto denota que, la base de los procesos de producción en áreas académicas, políticas, sociales y económicas es el conocimiento.

Las universidades toman protagonismo, pues son centros generadores de conocimiento, caracterizados por disfrutar de autonomía. Esto permite, que el conocimiento producido por estas instituciones, esté al alcance de diversos sectores y que su origen no responda únicamente a un interés. Por lo que es necesario, crear estrategias enmarcadas en la Gestión del Conocimiento, caracterizada por buscar unadimensión creativa y operacional de la forma de generar y difundir el conocimiento entre los miembros de la organización y otros agentes relacionados (Bueno; 2002, citado por Sanguino; 2003).

Las instituciones universitarias, no solo tienen el fin de graduar profesionales, ni de crear cuanta investigación se pueda. Además, como ente que se encuentra en un entorno competitivo, espera verse en la cima de las clasificaciones mundiales. Ello se logra por medio de la Gestión del Conocimiento, caracterizada por buscar unadimensión creativa y operativa de la forma de generar y difundir el conocimiento entre los miembros de la organización y otros agentes relacionados (Bueno; 2002, citado por Sanguino; 2003).  Estas estrategias de Gestión del Conocimiento, aunado a la autonomía de las universidades, van a permitir que este se relacione con diversos sectores y que su origen no responda únicamente a un interés.

Siguiendo la línea anterior, al lado de la sociedad del conocimiento, se encuentra el proceso de globalización. Este ha permitido que exista una mayor y mejor difusión del conocimiento a nivel nacional e internacional, producto del auge de las tecnologías y la comunicación, que han facilitado a las universidades mayor participación en la generación de conocimiento global, y a la vez crear ciertas capacidades para facilitar la gobernanza sobre el saber.

Continuando con lo anterior, el concepto de gobernanza, es: « (...) la capacidad que tienen ciertos actores para guiar y sancionar los comportamientos de un colectivo» (Kehoane & Nye, 2000). En ese sentido, los centros de educación superior, valiéndose de las herramientas brindadas por la globalización, pueden generar gobernanza, mediante una adecuada gestión del conocimiento, así como el uso de técnicas competitivas e innovadoras. Permitiendo a estos centros, convertirse en actores capaces de guiar las normas del saber en la dinámica interna de los Estados, así como a nivel global. Esta lógica, les dará automáticamente, un reconocimiento como centros de alta calidad pedagógica y educativa.

Por lo tanto, las universidades son capaces de generar gobernanza sobre los procesos de enseñanza y gestión del conocimiento, dado que pueden direccionar y sancionar la forma en que estos deben desarrollarse, creando una realidad análoga a la de un régimen internacional. Estos son definidos como; « (…) conjuntos de principios explícitos o implícitos, normas, reglas y procesos de toma de decisión en torno a los cuales coinciden las expectativas de actores en un área dada de las relaciones internacionales» (Krasner 1983; 2).

Esta misma realidad, puede trasladarse a los entes de educación superior: primero, porque son actores claves dentro de  la sociedad del conocimiento; y segundo, porque mediante una buena gestión del conocimiento pueden generar gobernanza sobre dicha sociedad, siendo guías en la forma en que esta se desarrolla.

Ya es evidente como las mejores universidades del mundo (según las distintas clasificaciones), parecen estar dictando las pautas por las que se debe regir el conocimiento a nivel internacional. Pues han hecho una buena utilización de las tecnologías de la información, y de las técnicas de innovación y competitividad en el mundo del saber. Es precisamente por ello, que se han posicionado como las “mejores”, en una sociedad globalizada que facilita y exige innovación y competitividad.

No obstante, la generación de conocimiento no sólo debe guiarse, sino también compartirse. Por ejemplo; en la lógica de los regímenes internacionales, lo conveniente es generar procesos de cooperación entre actores internacionales que trabajan sobre ciertas áreas específicas, mediante el establecimiento de relaciones recíprocas o “acuerdos mutuamente beneficiosos” que generarán ganancias conjuntas (Sodupe, 2003).

Partiendo de lo anterior, diversos autores han concebido la cooperación como una cuestión estratégica, que permite mayores posibilidades de crecimiento y desarrollo. Una estrategia común para integrar el conocimiento es crear convenios entre las universidades y facilitar becas a estudiantes extranjeros, enmarcados en acuerdos de cooperación académica o investigativa, propiciando un crecimiento conjunto.

En ese sentido, se puede reflexionar que las universidades del ranking mundial, buscan tener poder en la creación y respaldo del conocimiento, por lo que trabajan con la lógica del poder inteligente. Este es un concepto que apunta a la creación de un balance entre el poder duro, es decir la capacidad de coerción y/o pago; y el poder suave caracterizado por utilizar las atracciones (entendidas como culturales, deportivas y educativas) para afectar el comportamiento de los demás y así alcanzar los intereses (Nye, 2009).

Esto ha sido un elemento utilizado por el gobierno de Estados Unidos para orientar su política exterior, en donde sus centros de estudio superior han sido uno de los mecanismos de poder inteligente. Dhanapala (2011), lo demostró en su artículo *Soft power, hard power and sustainable smart power*, donde argumenta que las cinco mejores universidades, según el ranking de London Times, son estadounidenses y en las primeras 200 más de 75 también lo son; lo cual atrae a los destacados estudiantes de distintas partes del mundo para trabajar en la creación de conocimiento; demostrando la influencia de estas potencias de conocimiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Para ser potencias de conocimiento, las principales universidades según los rankings, evalúan constantemente su entorno con el fin de innovar y ser competitivas. Esto da un valor agregado a su conocimiento a la hora de atraer cooperación, financiamiento y las mentes necesarias para gestionar sus proyectos de investigación, y posicionarse como actores con capacidad de generar gobernanza a nivel nacional e internacional en la creación y transmisión del conocimiento.

Por ello, las universidades públicas ubicadas en países en vías de desarrollo, deben considerar trabajar bajo este panorama, para así generar beneficios. Un primer paso, es crear procesos de innovación, definidos como la introducción de un nuevo o significativamente mejorado producto (o servicio), método de comercialización o mecanismo de organización (Manual de Oslo, 2006). Existen tres tipos de innovaciones que las universidades deben adaptar: proceso, mercadotecnia y organización.

Según el *Manual de Oslo* (2006), la innovación de procesos se refiere a los cambios en las técnicas, materiales y/o programas informáticos con nuevos métodos de creación y de prestación de servicios; y uso de tecnologías de la información y comunicación. La innovación en mercadotecnia, es la aplicación de un nuevo método de comercialización que implica cambios en el posicionamiento y promoción, para satisfacer mejor las necesidades de los consumidores, de abrir nuevos mercados o para crear mecanismos de posicionamiento. La innovación desde el eje de un nuevo método organizativo apunta a establecer nuevas formas para organizar las rutinas y los procedimientos de gestión de trabajos o la distribución de conocimientos (2006; 62).

Por otra parte, estos procesos de innovación deben considerar la competitividad. Esto porque la educación es una de las bases sobre las cuales descansa « (…) porque genera mayor productividad utilizando el conocimiento para crear productos y servicios con un mayor valor agregado» (Garmendia, 2013: 6). De igual manera, al decir que la sociedad es cada vez más dinámica, la competitividad también lo es, no es solo “mejorar por mejorar”, sino ser mejor que los demás. Asimismo, según Garmendia, se verían grandes beneficios si se impulsará una mejora en la competitividad basada en el conocimiento generado por la educación de calidad « (…) así se atraería más inversiones, por lo tanto, mejor bienestar a futuras generaciones » (2013: 77).

Se evidencia que, a pesar del establecimiento de estos lineamientos para empresas, las universidades no se ven alejadas de esta dinámica; estas deben apostar la incorporación de elementos novedosos del mercado tecnológico. Así, como darles mayor uso a las tecnologías de la información y comunicación, tales como los sitios web, pues son claves al ser la primera entrada de referencia. De la misma forma, necesitan de los consumidores, en este caso son los estudiantes y entidades que se puedan ver beneficiadas del producto creado, el conocimiento. También, buscar y crear nuevos sectores a los que ese conocimiento pueda llegar y tratar de posicionarse, tanto a nivel doméstico como internacional, para responder a las demandas de la globalización. Además se propone, adaptar cambios organizacionales adecuados a las universidades, a través de una estrategia de Gestión del Conocimiento.

Con esto, la Gestión del Conocimiento, surge como respuesta a la incapacidad de las prácticas gerenciales tradicionales de administrar, de manera eficiente, el conocimiento tácito para así lograr transformarlo en explícito (Catalá & Peluffo; 2002: 16). Por ello, es posible aplicarlo parcialmente al caso de las universidades, pues tal como sugiere la UNESCO: “la educación superior debe asumir un papel conductor en la renovación de todo sistema educativo”; y no se puede dejar de lado su naturaleza académica, sin perder de vista su carácter de bien social (Tunnerman & Souza; 2003: 16).

Como primer punto, la estrategia debe reconocer que el conocimiento necesita un contexto compartido, que permita entender y comprender a los otros y actuar de acuerdo con dicho conocimiento (Catalán & Peluffo; 2002: 16). Es decir, crear mecanismos de interacción entre las unidades académicas es vital, puesto que se generan nuevos espacios de conocimiento y aprendizaje interdisciplinarios. De manera que, al estar internamente las instituciones integradas y respaldadas, lograrían un mejor posicionamiento a nivel internacional, pues su conocimiento sería más llamativo.

Otro postulado de la Gestión del Conocimiento, insta a prestar atención al peso que tienen los empleadores y la forma en que se relacionan con los facilitadores o los ciudadanos; pues al haber buenos ambientes laborales, esto permite mejorar e innovar el producto (Catalán & Peluffo; 2002: 17). Trasladando esto al caso de las universidades, cabe recalcar la importancia de generar buenos ambientes, tanto para estudiantes como funcionarios, con el fin de llevar a cabo investigaciones que generen ese conocimiento propio; pero donde se involucren mayor cantidad de actores, tanto lo son los académicos como los estudiantes de diversas disciplinas, y además que la sociedad civil también perciba algún beneficio o participación. De tal forma, que las investigaciones sean más ricas en cuanto a su contenido de análisis y con mayor legitimidad, que les otorgue la sociedad en donde se desarrollen.

Ante este panorama, es posible identificar a las universidades como importantes centros generadores de investigación. Si desean tener un óptimo ingreso, a la dinámica de gestión del conocimiento bajo una proyección internacional, deben ~~de~~ apoderarse de herramientas como la innovación y competitividad, así como de prácticas guiadas por el poder inteligente. Tomando en cuenta, que los anteriores son eslabones esenciales para lograr que entes de educación superior se posicionen como líderes a la hora de gobernar, guiar y modificar la manera en que se produce, se difunde y se vende el conocimiento, recordando que estos presentan una realidad análoga a la de los regímenes internacionales.

## **CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS**

Según autoridades académicas, de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Costa Rica, los métodos empleados actualmente para comunicar las investigaciones son insuficientes y no permiten gestionar de manera adecuada los resultados de estos proyectos. Ante este planteamiento, el profesor Luis Diego Salas, inicia y coordina El Proyecto “Fortalecimiento de Capacidades de Investigación mediante el uso de Software Cuantitativos, Cualitativos y Simuladores”, que busca brindar una alternativa a esa realidad. En conjunto con un grupo de estudiantes, lleva a cabo el estudio de la situación actual sobre la extensión de proyectos e investigaciones de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNA.

Para visualizar la gestión del conocimiento que practican las diferentes escuelas, centros e institutos que forman parte de esta facultad, se llevaron a cabo tres actividades específicas. Estas actividades, dieron paso a un riguroso proceso de observación, estructuración y evaluación de la información recopilada, mediante sesiones semanales. Se involucraron discusiones con el grupo de investigación y con una funcionaria administrativa de la facultad, para decantar los resultados.

La primera actividad, consistió en la observación de los resultados de las investigaciones y proyectos de la facultad presentes en la red; la segunda, en un análisis de contenido de estos resultados y; la tercera y última, en la comparación de la UNA con diez universidades extranjeras, reconocidas por su gestión del conocimiento.

Para la observación de resultados de las escuelas y centros de investigación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNA, se partió del reconocimiento de los sitios oficiales en la red, habilitados para el público. Posteriormente, se realizó una base de datos en la cual se incluyeron diversas características que presentan los sitios web, tanto de forma, como de fondo, para sistematizar la información recolectada. Esto con el fin de ubicar a la facultad en un contexto que transgrede su espacio físico y que la hace anuente a observaciones y aportes de investigadores e instituciones.

En este punto, para la observación de los datos, intervinieron elementos claves como las tecnologías de comunicación e información (TIC’s) y el concepto de sociedad dered global; este último, según el sociólogo Manuel Castells (2009), es la interconexión impalpable que crean las telecomunicaciones y el proceso de estas entorno a la comunicación. Los grandes avances científico-tecnológicos, han cambiado la interacción global y nacional. El tipo de interacción que se produce difumina el espacio (comprendido como distancia y entorno cultural) y el tiempo (ubicación temporal del sujeto y el que queda anulado por el espacio); propiciando de esta manera la difusión continúa de la información y la accesibilidad a la misma. Debido a ello, aunque la brecha digital prosigue, es el internet el medio que abarca mayores espacios de difusión.

Para el análisis de contenido, se tomó como referencia los datos que se extrajeron navegando en la web. Mediante una herramienta cuantitativa, se identificó la calidad y relación del contenido publicado de los proyectos, que se han realizado y se realizan en la facultad. Esto con el fin de determinar, a través de un análisis de contenido, la ideología a la cual va dirigida cada una de las investigaciones, y de esa manera  identificar a cuáles sectores poblacionales tiende la facultad a dirigirse y sus posibles socios.

La tercera actividad, surgió al enmarcar la facultad dentro de un contexto global. Se volvió necesario comparar centros de educación superior de reconocido prestigio internacional por la gestión que dan a su investigación. Para esto se eligieron diez centros: Harvard University, University of Cambridge, Stanford University, University of California Berkeley, Massachusetts Institute of Technology, Universidade de São Pablo, Universidad Nacional Autónoma de México, Tecnológico de Monterrey, Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de Malasia.

En un primer plano, se buscó en la página web información relevante acerca de sus proyectos de investigación. Al no poseer estas una división concreta en facultades (en su mayoría), se indagó el panorama  general de investigación de la universidad y en áreas afines. Tomando en cuenta lo anterior, se sopesó la información, a través de un cuadro evaluativo, con el que se pretende aportar observaciones y posibles mejoras anuentes a un estándar internacional, altamente competitivo.

Cada análisis de las actividades y sesiones se dio a partir de tres aristas: la visión de los estudiantes, coordinadores administrativos de proyectos y posibles colaboradores nacionales e internacionales; con el fin de identificar sus necesidades, para ser un ente atractivo ante la posibilidad de crear investigación internacional conjunta y atraer financiamiento.

## **PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

En la Facultad de Ciencias Sociales se encuentran ocho escuelas (Administración, Economía, Historia, Planificación y Promoción Social, Psicología, Relaciones Internacionales, Secretariado Profesional y Sociología); y se hallan tres centros: Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible (CINPE), el Instituto de Estudios Sociales en Población (IDESPO) y el Centro Información Documental de Ciencias Sociales (CIDCSO). Estos entes fueron tomados en cuenta para la recopilación de los datos. Se presentarán los resultados de las actividades, a partir de estos centros y otras variables.

### **PANORAMA DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DE LA WEB EN LA FACULTAD**

A partir de la recopilación y observación de datos, se clasificó la calidad en que se da la información de la investigación por unidad académica en tres grupos: sin información de proyectos o con páginas web deficientes, acceso únicamente en el campus de la universidad y las que brindan cierta cantidad de información.

1. **UNIDADES ACADÉMICAS SIN INFORMACIÓN DE PROYECTOS O CON PÁGINAS WEB DEFICIENTES**

La Escuela de Secretariado, el IDESPO y el CIDCSO se ubican en esta categoría. La primera, en su página web no cuenta con una sección de información de proyectos vigentes o concluidos; sino que se da a conocer la información de las revistas y solo un libro se encuentra disponible en presentación digital. El sitio web del IDESPO, se encuentra cerrado actualmente, por mantenimiento, además señala que para ingresar es necesario una clave y un nombre de usuario. Mientras que el CIDCSO, no cuenta con una página web oficial donde se pueda acceder a la información de proyectos o investigaciones.

1. **SITIOS WEB CON ACCESO ÚNICAMENTE EN EL CAMPUS DE LA UNIVERSIDAD:**

En esta categoría se encuentran las escuelas de Psicología, Sociología y Administración, durante las tres semanas en que se intentó acceder al sitio web, solo era posible ingresar a través del internet del campus de la UNA (desde un servidor distinto al de la universidad ejecutaba un error). Actualmente está permitido el acceso desde otros servidores, sin embargo, es importante clasificarlas en este apartado porque fueron los únicos sitios que tuvieron ese comportamiento.

Al lograr acceder a la página web de la Escuela de Psicología, en su interfaz se observa una sección donde se despliegan cuatro proyectos; dos de los proyectos están concluidos y presentan el documento final en digital; mientras que los otros dos, se encuentran en proceso de ejecución, y cuentan con documentos que explican con detalle su desarrollo. A grandes rasgos, se visualiza que este sitio web da a conocer suficiente información.

En la interfaz del sitio web de la Escuela de Sociología, también se encuentra una sección con ocho proyectos. Se presentan en una tabla y se clasifican por: nombre de proyecto, código, vigencia, responsables y participantes. No obstante, las clasificaciones no cuentan con los datos completos.

La página web de Administración, presenta un acceso directo a los proyectos. Estos son mostrados en una tabla, pero su información es escasa y desactualizada, pues solo dan a conocer dos proyectos donde exponen el nombre, el código, la vigencia y el responsable (datan del 2001).

1. **SITIOS WEB QUE BRINDAN CIERTA CANTIDAD DE INFORMACIÓN:**

Son parte de esta categoría las escuelas de Historia, Participación y Promoción Social, Relaciones Internacionales y Economía; además del CINPE.

El sitio web de la escuela de Historia, presenta una sección de proyectos en donde se abren dos accesos: uno con 11 investigaciones activas y el otro con 41 concluidas. En algunos de ellos se encuentran los documentos finales o información en general, sin embargo, la mayoría no registra ningún tipo de datos. Otra escuela que brinda suficiente información es la de PPS, da a conocer sus investigaciones dividiéndolas en 3 proyectos, 2 programas y 2 proyectos interdisciplinarios. Todos cuentan con un documento digital y una descripción.

En la página web de la Escuela de Relaciones Internacionales, existe una sección de investigación, esta se clasifica por área de estudio. En total son 9 investigaciones; 4 presentan información sobre la temática, pero no poseen documentos digitales. Mientras que en las demás la información es escasa. Además, el sitio se encuentra desactualizado.

La información del sitio web de la Escuela de Economía, es precisa; da a conocer 5 proyectos, 2 de ellos con acceso para descargar el documento final en digital. Sin embargo, la interfaz no es amigable para el usuario, pues la información se encuentra dispersa.

 El CINPE, ha sido el centro que ha presentado mayor información en su sitio web y posee una interfaz amigable con el usuario. En la sección de investigación, se dan a conocer los proyectos y publicaciones, en donde se subdividen en áreas temáticas. En total se encuentran 22  proyectos.

### **ANÁLISIS DE CONTENIDO**

Los resultados expuestos a continuación, son producto de un análisis de contenido realizado a los discursos presentes en los documentos digitales y la descripción de los proyectos; el mismo, se desarrolla mediante la cuantificación y clasificación de palabras claves, percibidas como variables para determinar la inclinación ideológica de las escuelas: izquierda, centro-izquierda, centro, centro-derecha y derecha. Por otra parte, también se indicará si estas no poseen información suficiente para realizar la clasificación (no específica).

**TABLA 1**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ESCUELAS Y CENTROS | Total de |  |  | INCLINACION IDEOLÓGICA | | |  | Total |
|  | proyectos | No especifica | Izquierda | Centro-Izquierda | Centro | Centro-derecha | Derecha |  |
| Escuela de Administración | 4 | 100% | -------------------------------------------------------------------------------- | | | | | 100% |
| Escuela de Economía | 5 | 60% | 0 | 20% | 0 | 20% | 0 | 100% |
| Escuela de Historia | 51 | 43% | 14% | 18% | 23% | 0% | 2% | 100% |
| Escuela de PPS | 7 | 43% | 0% | 0% | 43% | 0% | 13% | 100% |
| Escuela de Psicología | 4 | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 100% |
| Escuela de RRII | 9 | 44% | 0% | 0% | 56% | 0% | 0% | 100% |
| Escuela de Sociología | 8 | 100% | ------------------------------------------------------------------------------- | | | | | 100% |
| CINPE | 20 | 0% | 10% | 20% | 35% | 20% | 15% | 100% |
| Total de proyectos | 108 |  |  |  |  |  |  |  |

**Inclinación ideológica por Escuelas de la Facultad de Ciencias Sociales**

Fuente: Elaboración propia, con datos de la páginas web de los centros y escuelas de la Facultad de Ciencias Sociales.

**TABLA 2**

**Inclinación ideológica del total de proyectos presentados en web de la facultad**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **TOTAL DE PROYECTOS** |  |  | **INCLINACION IDEOLOGICA** | | |  |
|  | No específica | Izquierda | Centro-Izquierda | Centro | Centro-derecha | Derecha |
| 108 | 41% | 8% | 17% | 25% | 4% | 5% |

Fuente: Elaboración propia, con datos de la páginas web de los centros y escuelas de la Facultad de Ciencias Sociales.

**GRÁFICO 1**

**TENDENCIA IDEOLÓGICA DE LAS ESCUELAS DE LA FACULTA**



Fuente: Elaboración propia, con datos de la páginas web de los centros y escuelas de la Facultad de Ciencias Sociales.

En los centros y escuelas que sí poseen páginas web y en las que se puede acceder a información, un  41% de los proyectos no cuentan con información para determinar alguna inclinación ideológica, y/o algún sector social al que se dirijan. Por su parte, del restante 59% que sí posee información suficiente para clasificar la tendencia ideológica, se concluye que: un 8% tiene inclinación de izquierda, un 17% de centro-izquierda, un 25% de centro, seguido del 4% de centro-derecha y finalmente un 5% de derecha.

### **COMPARACIÓN DE LA FACULTAD CON LAS UNIVERSIDADES EXTRANJERAS**

A partir del estudio de las diez universidades seleccionadas (ver metodología), se realizó un cuadro comparativo y evaluativo. El cuadro evaluativo (Anexo I), posee como finalidad destacar las falencias y las fortalezas de la facultad. Se comparó el manejo de la tecnología, no la cantidad de investigaciones o proyectos. Las áreas destacadas fueron seis: interfaz, supervisión de proyectos, fuentes de financiamiento, publicaciones, sistematización de las investigaciones y promoción de la misma; cada una con rubros a evaluar cuyo porcentaje están supeditado a esta. Los factores tomados en cuenta, responden a los tres criterios de la innovación: producción, mercadotecnia y organización. En el siguiente cuadro se resumen los resultados en porcentajes.

**TABLA 3**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Panorama de la investigación en las principales universidades del mundo y la Facultad de Ciencias Sociales de la UNA** | | |
| Rubros a evaluar | Universidades extranjeras | Facultad de Ciencias Sociales de la UNA |
| Interfaz | 84% | 50% |
| Supervisión | 78% | 25% |
| Fuentes de financiamiento | 100% | No aplica |
| Publicaciones | 66% | 25% |
| Sistematización | 83% | 25% |
| Promoción | 90% | 25% |
| Promedio general | 83% | 30% |
| Fuente: Elaboración propia con información disponible en la página web de cada universidad. | | |

Como se refleja en la tabla anterior, la Facultad de Ciencias Sociales de la UNA, se encuentra lejos de alcanzar el promedio de las principales universidades a nivel global. Los factores en los que necesita mejorar su desempeño son, principalmente: el financiamiento (en la cual ni siquiera aplica la evaluación, debido a que no se encuentra información disponible), la supervisión de los proyectos, las fuentes de financiamiento, la accesibilidad de sus publicaciones, la sistematización de las investigaciones, la promoción de la mismas; y abarcar lo anterior con una interfaz más dinámica.

**CONCLUSIONES**

A raíz de los datos expuestos, se pone en evidencia que la Facultad de Ciencias Sociales de la UNA, cuenta con deficiencias a la hora de externalizar la información de proyectos, mediante sus sitios web. Lo que demuestra que, no cuenta con una estrategia para potencializar su conocimiento. Lo cual, la deja rezagada en la dinámica de competitividad e innovación que las grandes universidades, o “potencias de conocimiento”, poseen. Sin embargo, hay escuelas y centros que sí están coordinando esfuerzos; estas experiencias ~~que~~ se deben de potenciar y los demás entes deberían sumárseles para crear una línea de acción conjunta.

En  el primer análisis de las páginas web de las escuelas y centros de la facultad, se concluye que 37,5% de los sitios web, solo se accedían dentro del campus, durante el período de observación. Mientras, los demás sitios si son de acceso público, pero no ofrecen información suficiente al describir sus proyectos. En el análisis de contenido, se concluyó que un 41% de los proyectos no poseen información necesaria para clasificarlas en una tendencia ideológica, por lo tanto no se puede establecer una inclinación general de la facultad.  En la comparación de la misma, con las potencias universitarias del conocimiento, se destaca que esta no alcanza los niveles medios de competitividad global.

A partir de ello, se puede reflexionar que si la facultad no cuenta con una buena externalización de la información en los sitios web, se está perdiendo la posibilidad de dialogar su conocimiento con estudiantes, administrativos de la universidad, académicos, sectores sociales, políticos y económicos, así como posibles cooperantes; a nivel nacional e internacional. Aunado a ello la facultad, no posee una línea de acción ideológica o no indica algún sector específico al que sus proyectos van dirigidos, esto impide exponer los proyectos a sectores interesados y que se integren posibles facilitadores. En la comparación mundial, se establecen grandes brechas en el manejo del conocimiento entre la facultad y los demás entes; esto afecta el saber endógeno debido a que se encuentra supeditado a potencias de conocimiento, ya que no se da un diálogo recíproco. El saber se pretende alcanzar con la creación y discusión del conocimiento, esto se expondrá en las siguientes recomendaciones.

## **RECOMENDACIONES**

La Facultad de Ciencias Sociales, tiene la capacidad inmediata de realizar cambios en relación a la forma en que presenta sus proyectos. No obstante, hay factores que se deben ~~de~~ potenciar a través de estrategias que ameritan más tiempo; por lo tanto a continuación, se expondrán las recomendaciones según el plazo de tiempo que conlleven.

### **A corto plazo**

1. Con el fin de promover la investigación y dejar en claro los parámetros de los proyectos; se propone presentarlos con un mismo formato, exponer el nombre del encargado, los integrantes del grupo, el sector al que va dirigido, codificación a nivel de facultad, fecha de vigencia, fuentes de financiamiento, y una descripción del proyecto en formato digital.

**2.** Actualizar las páginas web e incluir todos los proyectos vigentes y finalizados. Poner al alcance las publicaciones y proyectos de investigación concluidos, preferiblemente en formato digital.

### **A mediano plazo**

3. Elaboración de un catálogo de la totalidad de  proyectos de la Facultad de Ciencias Sociales, que se difunda a través del sitio web de esta, lo que facilitará la presentación de los proyectos interdisciplinarios realizados, así como una mejor sistematización de la información.

4. Crear espacios como: talleres, seminarios, cursos libres, entre otros; para externalizar el conocimiento creado, fomentando así el diálogo con otros actores o entidades.

5. Divulgar la información de becas, intercambios y procesos de cooperación con otras universidades.

6. Acondicionar espacios físicos, donde se ofrezcan herramientas que faciliten las investigaciones, tales como softwares cualitativos y cuantitativos.

7.  Fortalecer la calidad de los cursos de investigación, con el fin de formar estudiantes capaces de crear proyectos innovadores y de calidad. De manera que, se logre crear espacios agradables de trabajo para fomentar líneas de investigación entre estudiantes y académicos.

8. Poner a disposición un catálogo de proyectos institucional, con el fin de fomentar la acción conjunta de las diversas escuelas de la facultad, con el fin de presentar proyectos más rigurosos y competentes dentro del mercado.

### **A largo plazo**

9. Facilitar la información de las páginas web en un segundo idioma, preferiblemente inglés.

10. Promover proyectos de investigación y cooperación conjunta a nivel nacional, regional y global. Además, ofrecer la capacitación técnica, mediante intercambios de capital humano, tecnológico,  intelectual y académico; con el fin de proyectar a la Universidad Nacional de Costa Rica como un posible líder a nivel centroamericano. Así, como promover sus capacidades endógenas; con el objetivo de crear prácticas de desarrollo conjunto frente a la dinámica global del conocimiento.

Como apunta la UNESCO (2005), cada sociedad debe de ser consciente de la riqueza de conocimiento y capacidades con las que cuente, a fin de que las valore y aproveche mejor, pues si lo hace estará mejor armada para hacerle frente a las rápidas mutaciones del mundo contemporáneo.  Además, es necesario que las universidades actúen sobre sus fortalezas y se articulen con las nuevas formas de elaboración, adquisición y difusión del saber valorizadas por el modelo de la economía del conocimiento.

**BIBLIOGRAFÍA**

Castells M. 2009. *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial. Madrid, España.

Catalán, E. & Peluffo, M. 2002. *Introducción a la Gestión del Conocimiento y su Aplicación al Sector Público*. CEPAL - SERIE Manuales N° 22. Disponible en: [http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/uneclac/unpan01456 5.pdf](http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/uneclac/unpan01456%095.pdf). Consultado el: 05 de mayo de 2014.

Dhanapala J. 2011. *Soft power, hard power and sustainable smart power*. Disponible en: <http://transcurrents.com/tc/2011/02/soft_power_hard_power_and_sust.html>. Revisado 13-11-2011. Consultado el: 02 de mayo de 2014

Garmendia, C. 2013. Educación: ¿Debemos dejar al gobierno una labor tan importante para la competitividad? *Revista De Economía Y Derecho, 10* (38), 61-97.

Keohane, R & Nye, J. 2000*.Governance in a globalizing world*.

Krasner, S. 1983. *International regimes.* New York; Cornell University Press

Nye J. 2009. *Get Smart.* Foreign Affairs. Disponible en: [http://www.foreignaffairs.com/articles/65163/joseph-s-nye-jr/get- smart?page=show](http://www.foreignaffairs.com/articles/65163/joseph-s-nye-jr/get-%09smart?page=show). Consultado el: 02 de mayo de 2014.

OEDC & Eurostat. 2006. *Manual de Oslo*. Tercera edición Grupo Tragsa. Disponible en: <http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOsloManual05_spa.pdf>. Consultado: 09 de mayo de 2014.

Sanguino R. s.f. *La Gestión del Conocimiento. Su Importancia Como Recurso Estratégico para la Organización*. Disponible en: <http://www.cyta.com.ar/ta0401/v4n1a2.htm>. Consultado el: 27 de abril de 2014.

Sodupe K. 2003. *La teoría de las relaciones internacionales a comienzos del siglo XXI*. País Vasco; Universidad del País Vasco.

Tunnerman, C. & Souza, M. 2003. *Desafíos de la Universidad en la Sociedad del Conocimiento, Cinco Años Después de la Conferencia Mundial sobre Educación Superior.* Artículo Producido por el Comité Científico Regional para América Latina y el Caribe del Foro de la UNESCO París, Diciembre 2003. Disponible en: http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001344/134422so.pdf. Consultado el: 27 de abril de 2014.

UNESCO. 2005. *Hacia las sociedades del conocimiento.* Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Disponible en: http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.PDF