

Año 25 No. 91



Año 25 No. 91

Julio-Septiembre 2020

Julio-Septiembre 2020

Revista Venezolana de Gerencia

Revista Venezolana de Gerencia





Gobernanza y comunicación en la universidad: Estudio a partir del COVID-19

González Vallés, Juan Enrique¹
Barrientos-Báez, Almudena²
Parra López, Eduardo³

Resumen

La pandemia provocada por el coronavirus ha provocado situaciones en el terreno de la gobernanza universitaria que nunca se habían visto ni previsto. Durante el primer mes de la crisis del COVID-19 los estudiantes recibían los *inputs* tanto de entidades gubernamentales, como de los de la comunidad universitaria. ¿Aprecia este público diferencias entre los mensajes recibidos por sus gobernantes estatales y por los gobernantes universitarios? La pregunta clave que impulsó nuestra metodología fue: ¿dejan de confiar los estudiantes de Comunicación en los mensajes y/o soportes cuando se alejan de la institución universitaria y se sumergen en el constructo gubernamental?. A partir de un estudio basado en la realización de una encuesta, los resultados son realmente significativos ya que permiten apreciar a través del análisis estadístico, el grado de confianza de los jóvenes universitarios en las instituciones públicas. Entre las conclusiones más relevantes del estudio destacan la multiplicidad de medios que sirve de elemento verificador de los unos con los otros, para que el usuario corrobore si la información obtenida es fiable o no.

Palabras clave: gobernanza universitaria; comunicación; instituciones públicas; COVID-19; medios.

Recibido: 8-03-20 Aceptado: 20-05-20

¹ Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Licenciado en Periodismo. Actualmente pertenece al Departamento de Teorías y Análisis de la Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid (España), donde imparte clases de Psicología de la Comunicación y Narrativa Hipermedia. También perteneció durante cinco años a la Universidad CEU San Pablo. Email: jgonzalez@ucm.es ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5127-7753>

² Doctora en Educación (UCJC). Profesora asociada en la Escuela Universitaria de Turismo Iriarte adscrita a la Universidad de La Laguna (Tenerife-España) y Máster en Dirección de Protocolo, Producción, Organización y Diseño de Eventos (UCJC). Máster en Dirección de Alojamientos Turísticos (U. Girona). E-mail: almudena-barrientos@iriarteuniversidad.es, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9913-3353>

³ Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales. Ex presidente de la asociación española de expertos científicos en turismo (AECIT) y profesor Titular de Universidad de Organización de Empresas en la Economía Digital y Turismo (Universidad de La Laguna). E-mail: eparra@ull.edu.es, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0173-6146>

Governance and communication at the university: Study from COVID-19

Abstract

The coronavirus pandemic has led to situations in the area of university governance that have never been seen or anticipated. During the first month of the COVID-19 crisis, students received inputs from both government entities and those of the university community. Does this public appreciate differences between the messages received by their state rulers and by university rulers? The key question that prompted our methodology was: do Communication students stop trusting messages and / or supports when they move away from the university institution and immerse themselves in the government construct? From a study based on conducting a survey, the results are really significant since they allow us to appreciate, through statistical analysis, the degree of confidence of young university students in public institutions. Among the most relevant conclusions of the study, the multiplicity of means stand out as a verifying element for each other, so that the user can verify whether the information obtained is reliable or not.

Keywords: university governance; communication; public institutions; COVID-19; media

1. Introducción

A partir de aquí, se plantea a modo de justificación del estudio que, los hechos acontecidos durante el primer mes del estado de alarma en España en torno al área de la comunicación, habían sido tratados y expuestos a la opinión pública desde diferentes instituciones públicas y desde la propia Universidad, produciendo en el caso concreto de los jóvenes estudiantes, unas percepciones concretas que debían tenerse en cuenta para mejorar el esquema comunicacional llevado a cabo por la Institución.

En la presente investigación se plantean como objetivos principales: a) determinar si la comunicación durante el primer mes del estado de alarma en España, desde el Gobierno y la gobernanza universitaria, produjeron

algún resultado en las percepciones de los estudiantes acerca tanto de las propias instituciones como de los líderes de las mismas y, b) determinar si las comunicaciones ayudaron a generar políticas adecuadas en la gobernanza universitaria.

Se realizó un análisis preliminar desde un punto de vista descriptivo, basado en la premisa de un modelo de regresión lineal generalizado con funciones lógicas vinculadas. Para la obtención de los datos se creó un cuestionario de preguntas basadas en investigaciones previas, seleccionando las variables más relevantes (edad, sexo, curso, medios y soportes, credibilidad, comunicación y participación). Complementando el estudio con fuentes bibliográficas relevantes en la materia (Ganga et al, 2014); Ganga y Núñez,

2018; Ganga y Viancos, 2018).

El cuestionario fue distribuido entre el 20 y el 25 de abril, entre alumnos de todos los cursos de los tres Grados ofertados en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, y que generaron una muestra de 378 individuos.

2. Gobernanza universitaria y su relación con las redes sociales

La Universidad se puede definir como la institución pública o privada de formación superior, formada por diferentes elementos que se interrelacionan entre sí en torno a un sistema abierto, dinámico y con capacidad de adaptación a los cambios que se suceden en la sociedad. La gobernanza es la forma de ser gestionada la Universidad, repercutiendo indirectamente en aquellos servicios, empresas, personas e infraestructuras que la rodean (Barrientos-Báez y Caldevilla-Domínguez, 2020).

La gobernanza en la Universidad no puede obviar que los procesos de cambio educativo son muy lentos pero inevitables. Sólo la pasividad y la inmovilidad son imposibles en educación (Barquero-Cabrero y Rodríguez-Terceño, 2019). El enfoque de la gobernanza representa en las actuales condiciones, un enfoque apropiado para el estudio de las organizaciones universitarias (Aguilar, 2006); y como concluyen Gayle, Tewarie y Quinton (2003), en el plano de la organización universitaria, la gobernanza hace referencia a la estructura y al proceso de toma de decisiones que involucra tanto a agentes internos como externos a la institución, enfocada hacia la calidad, como apuntan

Ganga-Contreras, Alarcón, Saldías Santana y Piñones (2016).

La ciencia en los últimos 40 años ha contribuido con la creación de la revolución tecnológica digital a incidir significativamente en el cambio de comportamiento del *homo sapiens* (Rodríguez-Cadena, 2019: 503). Desde la inclusión de las redes sociales en nuestras vidas, se han visto modificadas las relaciones entre las personas, empresas e instituciones, generando una incipiente, pero ya irreversible, ruptura con los sistemas informativos anteriores (Caldevilla-Domínguez, 2013).

Las redes sociales son en la actualidad una herramienta de uso diario para la mitad de la población española (Vázquez, 2016). Tanto es así que, como afirma Abuín (2014), los grandes anunciantes, privados o públicos, están apostando por los medios sociales y el éxito de sus estrategias en estos medios radica en la oferta de servicios de valor añadido y promociones exclusivas para los usuarios de sus *microsites*, que cada vez más han visto sus hábitos de infancia modificados por los nuevos dispositivos (Catalina-García, López de Ayala-López y Martínez, 2019).

Las redes sociales desempeñan un rol transformador en la moderna educación vocacional (Matronina, Skorodumova y Skorodumov, 2019). En el ámbito de la institución universitaria y su gobernanza, es fundamental comunicar y explicar las acciones para llegar a la comunidad académica, como representantes de los estudiantes, personal administrativo, personal docente y de gestión. Por su parte, la Academia puede así conocer y vigilar la gestión de sus representantes (una necesidad dictada por la experiencia, según Ganga, Navarrete y Suárez, 2017), incluso participar de forma

inmediata en su toma de decisiones a través de su valoración y opinión en el entorno digital, entre otras aplicaciones potenciales, como las sugeridas por Gilabert González et al, (2015); Grijalba-Verdugo (2017) o las utilidades comunicacionales listadas por Valerio-Ureña y Herrera-Murillo (2017).

La unidireccionalidad de Internet forma parte del pasado, ya que se produce una interacción entre usuario y plataforma, estableciéndose nuevos canales para la participación, el intercambio de ideas y una multiplataforma portátil (tabletas, teléfonos móviles, relojes inteligentes, etc.) desde la que se pueden comunicar un sinnúmero de mensajes. Entre ellos, como recogen entre otros Mitchelstein et al, (2019) o Zuckerman (2017), la política.

Por su parte, las *App*, el baúl de multi archivos, también llamado *nube*, garantiza al usuario seguridad –a veces vulnerada-, eficacia y multitud de emociones que se transmiten en directo, con el riesgo de no valorar las consecuencias de determinadas acciones.

El uso de las redes sociales anima a los individuos y en el caso que ocupa la atención en esta investigación, a los estudiantes a acceder a la información de su propia universidad de manera directa y de fácil acceso. -A la información en general, como bien recogen Bernal-Treviño y Clares-Gavilán (2019) y ya dijo Campos Freire (2008)-. Pueden ver los perfiles personales de las personas que representan la institución y también la del personal docente. Todo ello sin abandonar la información de los propios medios de comunicación, pero ya, con un tiempo limitado. Los académicos y representantes de la Institución, conscientes de esta situación, aprovechan el contacto

directo de las redes sociales para buscar la participación entre sus seguidores, y compartir con ellos sus inquietudes, opiniones y puntos de vista de momentos o circunstancias concretas.

Los representantes de las instituciones universitarias se esfuerzan cada vez más por generar contenidos de interés adaptados al lenguaje de las redes sociales y por ende al lenguaje que entienden los alumnos, como puede verse en la larga tradición de trabajos como los de Torres-Romay y Corbacho-Valencia (2011) o incluso anteriores, como el de Kliksberg (2000). Todo ello en un contexto donde el tiempo dedicado a la información es cada vez más limitado y apenas hay lugar para una lectura pausada y reflexiva de los medios. Esta situación, conduce a la prensa tradicional a una encrucijada donde su consumo puede verse sustituida, por otro tipo de mensajes.

La digitalización de la información y la convergencia de este fenómeno con el de su distribución en red han traído consigo una nueva era del desarrollo humano de dimensiones históricas (Sotelo, 2012: 220). Esto se interpreta como un hecho relevante, con mayor consistencia, y que avanza a una velocidad que es difícil controlar porque la digitalización y las plataformas *online* facilitan de manera eficaz y económica el aprendizaje y el divertimento.

3. Gobernanza y comunicación en la universidad: Estudio a partir del COVID-19

La pandemia de COVID-19, generada por el coronavirus, ha supuesto un cambio profundo y radical en la manera de entender la gobernanza universitaria y, a su vez, esto puede

propiciar una oportunidad para contrastar las percepciones de los estudiantes (pertenecientes a la generación *millennial* y por ende tendentes a un modo de adquisición de información propio (Alonso Mosquera et al, 2016).

Además, de estar sujetos a las diferencias entre públicos Media y en línea (Cea-Esteruelas, 2016), y a consideraciones de más hondo calado relativas al su futuro como miembros de la Academia (Salman Alkhaza'leh y Fayiz Obeidat, 2019), con respecto a las medidas adoptadas tanto por el Gobierno de España en un marco general, como el gobierno universitario en un marco concreto.

En este caso no es objeto de la investigación, analizar las medidas de las instituciones del Estado y las universitarias, sino la percepción de los estudiantes. La universidad justifica su existencia solamente en la medida que aporte a las necesidades del mercado, del sector productivo, del desarrollo económico y científico, de la modernidad de las sociedades, de la innovación tecnológica, etc. (Puente de la Vega et al, 2020).

En este punto se reflejan los primeros resultados, acerca del seguimiento de los estudiantes sobre el desarrollo de la crisis. Según Brunner et al, (2020), en la práctica hay una amplia oferta de ideas que son movilizadas como recursos en el campo de la acción política y de las decisiones en todos los niveles de la gobernanza.

Las universidades son instituciones que requieren un control social basado en una adecuada divulgación de información. Esta última, permite una disminución de la asimetría de información, una mayor transparencia organizacional, entre otros aspectos (Abello-Romero et al, 2018).

Al analizar los datos obtenidos al aplicar el cuestionario diseñado, cuyas preguntas derivan de investigaciones previas (Ganga et al, 2014; Ganga y Núñez, 2018, Ganga y Viancos, 2018), se seleccionaron las siguientes variables relevantes, de las cuales algunas fueron recodificadas. Se enumeran a continuación:

- Edad: variable donde se establecen los principales valores del público universitario.
- Sexo: variable dicotómica, donde el valor cero representa a los hombres y el valor uno representa a las mujeres.
- Curso: variable donde se tuvieron en cuenta los cuatro cursos de Grado.
- Medios y soportes: multivariable para fijar con diversas categorías.
- Credibilidad: variable gradual continua que recoge las puntuaciones desde cero (nulo) hasta cuatro (mucho).
- Comunicación medidas: variable gradual continua que recoge las puntuaciones desde cero (nula) hasta cuatro (totalmente adecuada).
- Participación medidas: variable gradual continua que recoge las puntuaciones desde cero (nula) hasta cuatro (totalmente adecuada).

Ante este panorama, respondiendo a las variables edad, sexo y curso, resalta que la edad mínima serían 18 años, y la edad media se situó en 19,3. La distribución de género se concretó en un 60,2% de mujeres y un 39,8% de hombres y la de los cursos a los que pertenecían los estudiantes fue: primero 24,3%; segundo 23,3%; tercero 24,6%; y cuarto 27,8%.

Con respecto a los Medios y soportes, se observa en el gráfico 1, la televisión como el medio que más han utilizado los universitarios para realizar

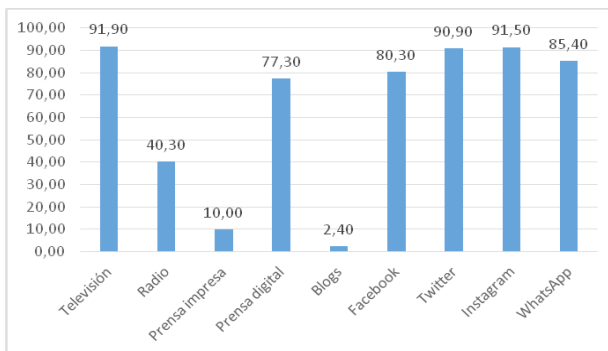
el seguimiento de la información sobre la pandemia, pero seguido muy de cerca por cuatro redes sociales: 1) Instagram; posee un mayor porcentaje de seguimiento, aunque seguido a escasa distancia por 2) Twitter, enlazando con los datos de uso de redes sociales señalados por Tapia Frade et al, (2010); 3) WhatsApp, que sobrepasa su dimensión de mensajería instantánea, y 4) Facebook quedan un poco más relegadas, aunque a bastante distancia de otros medios tradicionales.

Otra de las características más destacadas de la universidad tecnocrática es la importancia que ésta tiene en el desarrollo científico y tecnológico de las

sociedades en un contexto cambiante, altamente competitivo y globalizado (Muscio, 2010; Ganga-Contreras, 2017; Ganga-Contreras, Sáez-San Martín y Viancos, 2019).

Destacan, por su poca presencia, tanto la prensa impresa como los blogs, aunque tampoco alcanza unas cotas muy altas la radio, concebida como tal en su faceta tradicional, ya que el uso de podcast ha quedado al margen del objeto de nuestra investigación, pero para cuya relación con el contexto de las redes sociales en contexto académico, ha sido extensamente tratada por Marta-Lazo y Segura-Anaya (2014).

Gráfico 1
Medios a través de los cuales se ha informado el alumno/a



Fuente: Elaboración propia.

Después del conocimiento sobre los medios que siguen los estudiantes para el seguimiento de las informaciones durante estos primeros treinta y un días del estado de alarma en España, nuestra siguiente cuestión se focalizaba ya directamente en veracidad y credibilidad de las comunicaciones recibidas.

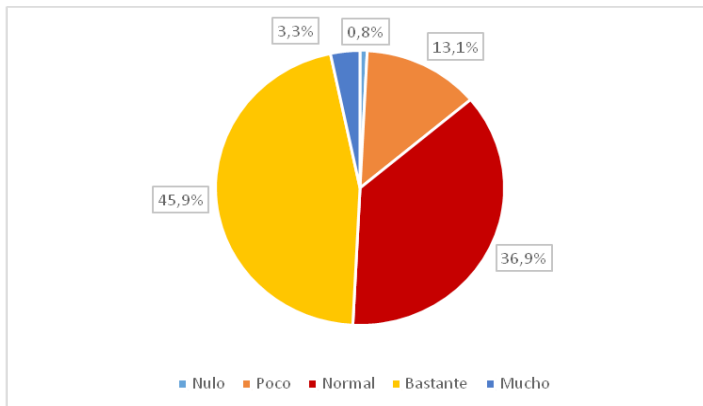
Resultaba imprescindible conocer si, además de realizar el seguimiento de las noticias, también se le otorgaba confianza a las comunicaciones recibidas y en qué grado. Queda patente la amplia mayoría que confía en las comunicaciones recibidas como

mecanismo de información veraz puesto que llegan casi al cincuenta por ciento (49,2%) los que evalúan como bastante y mucho el grado de credibilidad de los impactos comunicacionales (Gráfico 2).

También destaca, precisamente por todo lo contrario, la escasez de

encuestados que no otorgan ninguna o poca veracidad a la información, puesto que apenas llega al catorce por ciento (13,9%). En este punto, los universitarios dejan patente su aceptación de los mensajes emitidos.

Gráfico 2
Grado de veracidad y credibilidad de las informaciones recibidas durante la pandemia



Fuente: Elaboración propia.

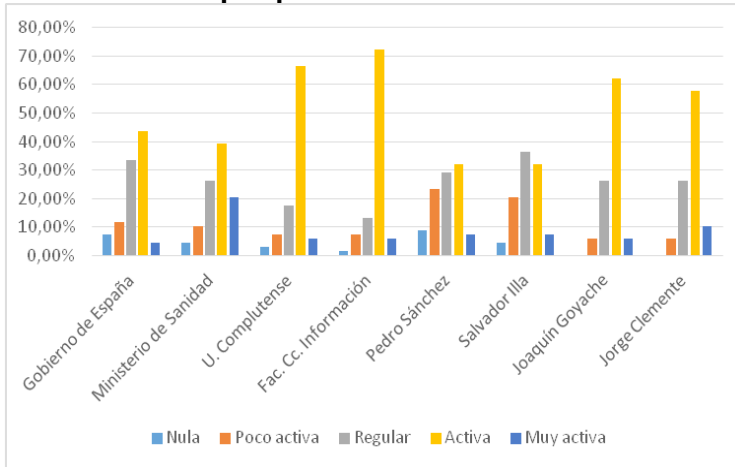
Tras esta evaluación, el objetivo de nuestra encuesta necesitaba centrarse en la percepción de los estudiantes acerca de la gobernanza en tiempos del coronavirus. Para ello, y como elemento de control, establecimos la comparación con los organismos gubernamentales estatales y sus líderes. Centramos nuestra investigación en Presidencia del Gobierno y el Ministerio de Sanidad como equivalentes a los órganos de gobierno universitarios (Rectorado y Decanato), así como en las personas que encabezan estas entidades.

A primera vista se pueden

observar en el gráfico 3, las diferencias entre las percepciones que tienen los universitarios en cuanto a las dos instituciones. Tanto el Gobierno de España como el Ministerio de Sanidad están en unos porcentajes medio-altos, acumulando en estas franjas cotas mayoritarias (76,81% y 65,22%, respectivamente). Sin embargo, tanto la Universidad Complutense como la Facultad de Ciencias de la Información acumulan esas cotas de éxito en el tramo alto-muy alto (72,46% y 78,26%). La percepción de los universitarios con respecto a la comunicación de

sus autoridades académicas mejora estatales y algo parecido ocurre con los
 en mucho los números de los órganos líderes.

Gráfico 3
Comunicación por parte de las diferentes entidades.



Fuente: Elaboración propia.

Tras establecer una visión cuantitativa del proceso de comunicación de crisis, llegaba el turno, casi como si de un proceso de decantación se tratara, de conocer el carácter cualitativo en torno a la gobernanza.

Las figuras del presidente Pedro Sánchez y del ministro Salvador Illa ven recortados sus números con respecto a los organismos que dirigen pero su franja mayoritaria de percepción también está en el tramo medio alto, cerca y ligeramente por encima de los dos tercios (60,87% y 68,11%). En el caso de Joaquín Goyache y Jorge Clemente, obtienen números similares sólo contando el tramo alto (62,32% y 57,97%). Los estudiantes, por tanto, perciben mejor, en términos

cuantitativos, la gobernanza universitaria que la del país.

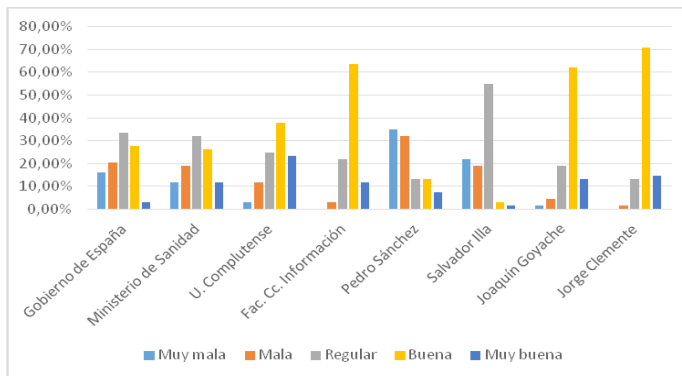
Se deben mantener los mismos actores para que los estudiantes otorgaran ahora su calificación acerca de la gestión informativa en el primer mes del estado de alarma en España.

Los resultados obtenidos (gráfico 4), permiten dimensionar los aspectos cualitativos que abarcan la gestión informativa de los mensajes transmitidos. Se comienza por los casos del Gobierno de España y el Ministerio de Sanidad puesto que ambas entidades reúnen características similares en cuanto a su tramo mayoritario, el central o medio. Esta peculiaridad también se manifiesta en el caso del ministro Salvador Illa, aunque aquí es un porcentaje abrumador

(55,07%). Con respecto al presidente Sánchez los valores son muy negativos

y alcanza los dos tercios en los peores tramos, el muy bajo y el bajo (66,67%).

Gráfico 4 Calificación de la gestión informativa de los mensajes transmitidos



Fuente: Elaboración propia.

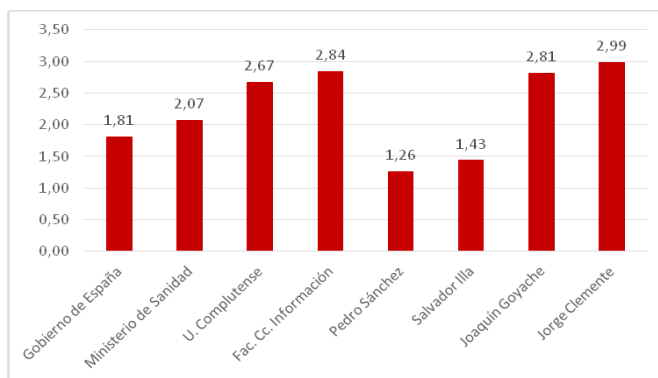
Guarismos muy diferentes son los que están señalados en el caso de las entidades universitarias y sus representantes. Tanto el perfil de la Universidad Complutense como el de la Facultad de Ciencias de la Información obtienen valoraciones positivas con porcentajes dominantes en el tramo alto (37,68% y 63,77%) que se tornan en muy positivas si acumulamos los dos tramos más altos, que se sitúan en el entorno de los dos tercios de aprobación.

Más acentuada todavía es esta aprobación en los perfiles de *Twitter* de Joaquín Goyache y Jorge Clemente, al

punto de que son casi sobresalientes. El rector de la Universidad Complutense y el decano de la Facultad de Ciencias de la Información tienen en el tramo alto sus porcentajes mayoritarios y, si los unimos al tramo muy alto, los números están por encima de los tres cuartos del total.

En este punto al análisis estadístico más puro, es necesario para poder ponderar las valoraciones recibidas en torno a la comunicación en *Twitter*. Para ello otorgamos valores de cero a cuatro a los tramos de respuesta y obtuvimos las medias, depurando los valores perdidos, gráfico 5 y 6.

Gráfico 5 Medias sobre gestión informativa



Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, la puntuación más alta la acumulan Jorge Clemente y la Facultad de Ciencias de la Información, seguidos muy de cerca por Joaquín Goyache y la Universidad Complutense de Madrid. En todos estos casos, las medias se sitúan por encima del 2,5 y, en el caso del decano, está a tan sólo una centésima del 3. La valoración por parte de los estudiantes de la gestión comunicativa de la gobernanza es, por tanto, de notable alto y, sobre todo, queda muy por encima de la percepción que tienen sobre la misma tarea realizada por parte de sus gobernantes políticos.

En la parte baja de las valoraciones si sitúan el presidente del Gobierno de España y su ministro de Sanidad, que caen incluso por debajo de las propias organizaciones que dirigen. No alcanzan en ningún caso el aprobado, a excepción del Ministerio de Sanidad que sí que lo hace, aunque por muy poco.

Curiosamente, este efecto fagocitador del organismo sobre la persona no se produce en la gobernanza universitaria, donde los estudiantes

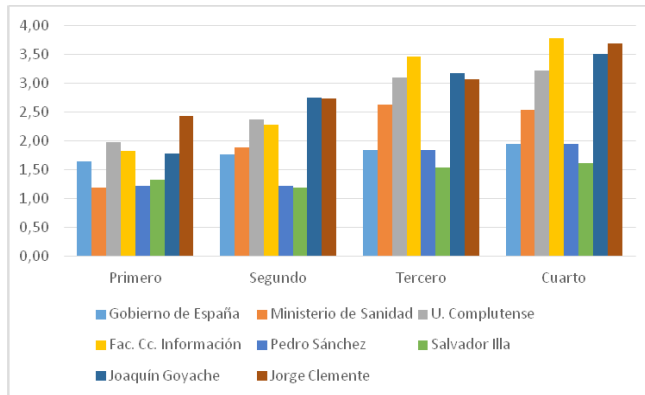
valoran casi por igual a unos y a otros, evitando la disonancia cognitiva entre institución y encargado de su gobierno.

Existe, por tanto, un gran distanciamiento en la valoración entre los gobiernos del país y de la universidad. Los datos que recoge este gráfico ubican de forma cristalina la confianza en las instituciones académicas y en las informaciones que de ellas emanan, con una media de 2,83 teniendo en cuenta los cuatro ítems del mundo de la gobernanza académica. Sin embargo, las instituciones políticas y estatales se quedan en un 1,64, que refleja esa diferencia en la opinión del público objetivo de nuestro estudio.

La concepción global sobre la gestión comunicativa de la crisis era un punto importante pero nuestra investigación también se interesó por abordar esta cuestión desde otro punto de vista. Establecer como variable independiente el curso en el que figura el alumno nos permitía valorar desde otro prisma al menos parte de la investigación.

Gráfico 6

Medias según el curso del Grado universitario



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 1 se muestra una clara tendencia de aumento de valoración según van pasando los cursos en todos los ítems estudiados. Además, existen particularidades en las que conviene detenerse, como el caso del Ministerio de Sanidad, que recibe una valoración baja en Primero (1,2) mientras que su media en los dos últimos cursos es sensiblemente más alta (2,64 y 2,54). Esto implica una varianza en el resultado de 1,34 que es la tercera más alta de todo el gráfico, y la primera dentro del sector gubernamental estatal.

Las dos primeras posiciones están marcadas por la Facultad de Ciencias de la Información (1,95) y el rector Joaquín Goyache (1,73). El primer caso supone el paradigma de nuestra investigación, donde los alumnos más jóvenes no otorgan ni siquiera un aprobado a las comunicaciones recibidas y, sin embargo, los de último curso las sitúan cerca de la matrícula de honor. Es similar lo que ocurre con el máximo mandatario

complutense, si bien en el segundo curso su media ya está en el notable alto.

El valor máximo lo marca la Facultad de Ciencias de la Información (3,78) seguida muy de cerca por su decano (3,7) y en tercera posición queda el rector (3,52), acumulando todos estos números con los alumnos de Cuarto curso.

Las peores cifras corresponden, de forma compartida, al Ministerio de Sanidad con los estudiantes de Primero, y a Salvador Illa (1,2) con los de Segundo. Pedro Sánchez, por su parte, acumula dos valores bajos (1,22 y 1,23) en los cursos de Primero y Segundo, comparados estos con el resto de valores del gráfico.

Una vez establecidos estos resultados, nos parece oportuno y adecuado dar un paso más sobre la dependencia de una variable sobre la otra para lo que recurrimos al Chi cuadrado para que verificara o refutara nuestra hipótesis. La prueba resultó positiva

dado que el Chi cuadrado de Pearson (,000) dejó clara la dependencia entre las variables. Tras este descubrimiento, resultaba procedente ejecutar un análisis bivariado para analizar si existía una

relación lineal entre las variables sobre la calificación de la gestión informativa y las de sexo y curso en el que se encuentra el estudiante.

Tabla 1
Chi cuadrado y correlaciones de Pearson

Chi-cuadro de Pearson		,000	
		Curso	Sexo
Calificación gestión informativa	Correlación de Pearson	0,536	-,010
	Sig. (bilateral)	,000	,132
	N	378	378

Fuente: Elaboración propia.

La correlación quedó demostrada en el caso de la variable dependiente Curso pero no así en cuanto a la de Sexo, con lo se puede afirmar que ser hombre o mujer no condicionaba la calificación de la gestión informativa. Sin embargo, la correlación del Curso con la Calificación de la gestión informativa no sólo existe sino que además podemos afirmar que es fuerte y positiva, lo que se traduce en que cuanto más alto es el

curso del estudiante más alta es también la calificación otorgada a la gestión informativa.

Todavía quedaba un paso más por dar, puesto que habíamos agrupado los ocho ítems estudiados para estudiar la correlación con el Curso del estudiante, pero ahora resultaba pertinente analizarlos uno por uno para saber qué tipos de correlaciones se establecían, tabla 2.

Tabla 2
Correlaciones de Pearson sobre variables desagrupadas

		Curso			Curso
Gobierno de España	Correlación de Pearson	0,443	Pedro Sánchez	Correlación de Pearson	0,533
	Sig. (bilateral)	,000		Sig. (bilateral)	,000
	N	378		N	378
		Curso			Curso
Ministerio de Sanidad	Correlación de Pearson	0,530	Salvador Illa	Correlación de Pearson	0,501
	Sig. (bilateral)	,000		Sig. (bilateral)	,000
	N	378		N	378
		Curso			Curso
Universidad Complutense	Correlación de Pearson	0,577	Joaquín Goyache	Correlación de Pearson	0,481
	Sig. (bilateral)	,000		Sig. (bilateral)	,000
	N	378		N	378
		Curso			Curso
Fac. Cc. Información	Correlación de Pearson	0,587	Jorge Clemente	Correlación de Pearson	0,445
	Sig. (bilateral)	,000		Sig. (bilateral)	,000
	N	378		N	378

Fuente: Elaboración propia.

En todos los casos se obtuvieron valores que fluctúan entre el 0,4 y el 0,6, lo que ratifica que se trata de correlaciones fuertes y todas de carácter positivo, con lo que, en todos los casos, cuanto más alto es el curso, más alta es la valoración otorgada. Esta correlación no indica causalidad, ninguna lo hace, pero sí que, al haber establecido como variable independiente el Curso, podemos señalar que los estudiantes de los últimos cursos (tercero y cuarto) otorgan una mayor calificación que lo de los primeros (primero y segundo). El análisis de las medias también confirma esta correlación con lo que ya se tienen pilares sólidos para establecer conclusiones en este aspecto.

4. Conclusiones

Los universitarios utilizan una gran variedad de canales para obtener información sobre la pandemia del Covid-19. La televisión vuelve a reinar sobre todos los medios, pero las redes sociales, ganan una especial relevancia y están a punto de destronar a la pequeña pantalla, ante estos hallazgos, la multicanalidad en tiempos de crisis, goza de una especial importancia.

Queda claro que las especiales circunstancias y acontecimientos no influyen sobre la confianza en las comunicaciones recibidas a través de estos canales. La multiplicidad de medios no constituye un problema, sino que parece servir de elemento verificador de los unos con los otros para que, de esta forma, el sujeto corrobore si la información obtenida es fiable.

La percepción de los universitarios es bien distinta cuando tienen que evaluar la actividad comunicativa del Gobierno de España y del de su entorno académico. En este punto se

concluye, sin temor a equivocarnos, que la política de comunicación dentro de la gobernanza universitaria fue percibida como activa por los alumnos. Este dato, dentro del rango del notable alto, contrasta con el del resto de instituciones y personas estudiadas que, si bien reciben valoraciones medias, están muy lejos de las que se han resaltado en primer lugar.

En relación al ámbito de la gobernanza universitaria y su comparación con las instituciones gubernamentales estatales, queda patente que las políticas de comunicación llevadas a cabo por los dirigentes universitarios gozan de forma clara de una mayor aceptación que las de sus homólogos del Gobierno de España.

Esta conclusión por sí misma ya aporta valor pero, además, tras el minucioso análisis llevado a cabo en nuestro estudio acerca de las medias obtenidas, se establecen dos nuevas afirmaciones: la primera, es que la comunicación llevada a cabo desde la Universidad Complutense como desde la Facultad de Ciencias de la Información durante el primer mes del estado de alarma en territorio español es percibida de forma muy positiva por los estudiantes que respondieron a nuestro cuestionario; y la segunda, es que esa valoración es más positiva, cuanto más tiempo lleve el alumno dentro de ambas instituciones.

Así, los estudiantes de primero y segundo otorgan calificaciones que incluso no llegan al aprobado tanto a las instituciones universitarias como a las personas encargadas de su dirección, mientras que los de tercero y cuarto valoran muy positivamente la gestión de todos ellos, demostrando una correlación que ha quedado explícitamente demostrada en nuestros resultados.

Los números también han permitido observar y valorar de forma cuantitativa cómo las instituciones se sitúan en todos los casos por encima de las personas. Incluso dentro de los ítems menos valorados, que se corresponden con los organismos estatales, esta máxima de nuestra investigación también se corrobora.

Por último, se precisan como limitaciones de la investigación, puesto que aportan conclusiones cuantitativas, pero no causales. Este hecho, valorado desde el diseño de la propia investigación no se quiso que fuera un obstáculo para la misma sino una oportunidad. El primer paso realizado, estimula para proponer a partir de lo estudiado una futura investigación que permita proporcionar una visión holística sobre la gobernanza universitaria durante la pandemia generada por el coronavirus y una vez, se restablezca la ya famosa “situación de normalidad”.

La supervisión y el control por parte de la gobernanza en las universidades podrían tener como objetivo perseguir la calidad del servicio educativo a partir de la implantación de políticas educativas que potenciaran entre otros elementos el buen uso de las redes sociales.

Referencias bibliográficas

- Abello-Romero, J., Mancilla, C., Molina, C. y Palma, Á. (2018). Relación entre divulgación de información y características de universidades latinoamericanas. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 23(1), 67-89.
- Abuín, N. (2014). Las estrategias publicitarias de los anunciantes españoles en los Social Media. El caso de Facebook. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch*, 9(9), 64-75.
- Aguilar, V. L. (2006). *Gobernanza y Gestión Pública*. Fondo de Cultura Económica.
- Alonso, M., González, J. y Muñoz de Luna, A. (2016). Ventajas e inconvenientes del uso de dispositivos electrónicos en el aula: percepción de los estudiantes de grados en comunicación. *Revista de comunicación de la SEECI*, XX(41), 136-154. <https://doi.org/10.15198/seeci.2016.41.136-154>
- Barrientos-Báez, A. y Caldevilla-Domínguez, D. (2020). Adaptación educativa a partir del análisis de las guías docentes del grado universitario en turismo. *Revista Fronteiras: Journal of Social, Technological and Environmental Science*.
- Barrientos-Báez, A., Barquero-Cabrero, M. y Rodríguez-Terceño, J. (2019). La educación emocional como contenido transversal para una nueva política educativa: el caso del grado de turismo. *Revista Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(4), 147-165.
- Bernal-Triviño, A. y Clares-Gavilán, J. (2019). Uso del móvil y las redes sociales como canales de verificación de fake news. El caso de Maldita.es. *El Profesional de la Información*, 28(3), e280312. <https://doi.org/10.3145/epi.2019.may.12>
- Brunner, J., Labraña, J., Ganga-Contreras, F. y Rodríguez-Ponce, E. (2020). Gobernanza de la educación superior: el papel de las ideas en las políticas. *Revista Iberoamericana De Educación*, 83(1), 211-238. <https://doi.org/10.35362/rie8313866>
- Caldevilla-Domínguez, D. (2013). El papel de la prensa escrita como agente socializador. *Revista adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 6, 205-222. <https://url2.cl/BEsHY>

- Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 287-293. <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-767-287-293>
- Catalina-García, B., López de Ayala-López, M. C., y Martínez Pastor, E. (2019). Usos comunicativos de las nuevas tecnologías entre los menores. Percepción de sus profesores sobre oportunidades y riesgos digitales. *Mediaciones Sociales*, 18, 43-57.
- Cea-Esteruelas, N. (2016). A comparison of the traditional and online media audiences in Spain. *El profesional de la información*, 25(3), 351-357. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.may.04>
- Ganga, F. y Nuñez, O. (2018). Gobernanza de las organizaciones: acercamiento conceptual a las instituciones de Educación Superior. *Revista Espacios*, 39(20).
- Ganga-Contreras, F. y Viancos, P. (2018). Tipología de universidades: una propuesta a partir del rol del máximo directivo. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación Política y Valores*, V(2). <https://url2.cl/cSYRX>
- Ganga-Contreras, F., Abello, J. y Quiroz, J. (2014). Gobernanza universitaria: una mirada histórica y conceptual en Ganga, F. (Coord.). *Gobernanza universitaria: Aproximaciones teóricas y empíricas*. Editorial CEDAC.
- Ganga-Contreras, F. (2017). El Flipper Burocrático en las Universidades. *Interciencia*, 42(1), 58-62. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=339/33949290010>
- Ganga-Contreras, F., Sáez San Martín, W., y Viancos, P. (2019). Rankings de universidades como herramientas de evaluación institucional: un análisis a las metodologías utilizadas por tres instrumentos internacionales. *Revista Inclusiones*, 6(4), 367-382.
- Ganga-Contreras, F., Navarrete, E. y Suarez, W. (2017). Aproximación a los fundamentos teóricos de liderazgo auténtico. *Revista Venezolana de Gerencia*, 22(77), 36-55.
- Ganga-Contreras, F., Alarcón, N., Saldías, V. y Piñones, M. (2016). Acercamiento conceptual al tema de la calidad. *Revista Inclusiones*, 3(4).
- Gayle, D., Tewarie, B. y Quinton, A. (2003). *Governance in the Twenty-First-Century University: Approaches to Effective Leadership and Strategic Management*. *Jossey-Bass Higher and Adult Education Series*.
- Gilbert, L. y González, S. (2015). Propuesta metodológica en el bachillerato. Incorporación de nuevas tecnologías y un acercamiento a la multidisciplinariedad. *Revista de Ciencias de la Comunicación e Información*, (20), 55-71.
- Grijalba-Verdugo, A. (2017). Ciudadanía mediática en tiempos de crisis. Análisis de la participación sociopolítica de nativos e inmigrantes digitales en la era Post-Web. *Mediaciones Sociales*, 16, 245-262.
- Kliksberg, N. (2000). La educación antes y después de Internet. *Revista Venezolana de Gerencia*, 5(10), 113-118.
- Marta-Lazo, C. y Segura-Anaya, A. (2014). Radios universitarias y redes sociales: Modelos de gestión y perfiles de usuario. *Historia y Comunicación Social*, 19, 341-354.
- Matronina, L. Skorodumova, O. y Skorodumov, B. (2019). Social Network Technologies as a Transformation Factor in Modern Vocational Education. *Revista Opción*, 35(20), 213-232.

- Mitchelstein, E., Leiva, S., Giuliano, C. y Boczkowski, P. J. (2018). La política da que hablar: Engagement en redes sociales de sitios de noticias. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 23, 157-173. <https://doi.org/10.5209/CIYC.60913>
- Muscio, A. (2010). What drives the university use of technology transfer offices? Evidence from Italy. *The Journal of Technology Transfer*, 35(2), 181-202.
- Puente de la Vega, V., Ganga Contreras, F. y Huamán Naula, N. (2020). Aproximación a nuevas concepciones teóricas sobre la universidad latinoamericana. *Revista Espacios*, 41(16), 4. <https://www.revistaespacios.com/a20v41n16/20411604.html>
- Rodríguez-Cadena, R. (2019). *Tecnología digital y afectaciones a la cultura de aprendizaje del sujeto social*. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(2), 502-514. <http://dx.doi.org/10.37960/revista.v24i2.31506>
- Salman Alkhaza'leh, M. y Fayiz, B. (2019). *The extent of using the internet for educational purposes among Faculty members*. *Revista Opción*, 36(26), 1447-1463.
- Sotelo, J. (2012). Deporte y social media: el caso de la Primera División del fútbol español. *Historia y Comunicación Social*, 17, 217-230. <http://dx.doi.org/10.5209/rev/HICS.2012.v17.40607>
- Tapia, A., Gómez, B., Herranz de la Casa, J. M. y Matellanes, M. (2010). Los estudiantes universitarios ante las redes sociales: cuestiones de uso y agrupación en estructuras elitistas o pluralistas. *Revista de Comunicación VIVAT Academia*, XIII (113), 45-56. <https://doi.org/10.15178/va.2010.113.44-56>
- Torres-Romay, E. y Corbacho-Valencia, J.M. (2011). Redes sociales y docencia en los estudios de publicidad. *Revista de Comunicación VIVAT Academia*, XIV(117E), 795-807. <https://doi.org/10.15178/va.2011.117E.795-807>
- Valerio-Ureña, G. y Herrera-Murillo, D. (2017). Redes sociales en línea como canal de comunicación de las revistas académicas abiertas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, 1341-1350.
- Vázquez, L. (2016). Las redes sociales online en España 2012-2016: mucho más que una herramienta comunicativa. *Revista de Comunicación de la SEECI XX(41)*, 1-16. <https://doi.org/10.15198/seeci.2016.41.01-16>
- We Are Social. (2020). Digital in 2020. <https://wearesocial.com/digital-2020>
- Zuckerman, E. (2017). Los gatitos monos al rescate. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 22, 27-46. <https://doi.org/10.5209/CIYC.55966>