



UNIVERSITAT
JAUME·I

Departamento de Filosofía, Sociología
y Comunicación Audiovisual y Publicidad

La gestión de la nueva comunicación interna

Análisis de la aplicación de las tecnologías de la
información en los procesos de comunicación interna
de las universidades de la Comunidad Valenciana

TESIS DOCTORAL

Presentada por Francisco Fernández Beltrán

Director: Rafael López Lita

Para mis padres, apoyo y ejemplo.
Para Susana, para Carlos y para Álex, inspiración y refugio.

AGRADECIMIENTOS

Todo avance en el ámbito científico se apoya en el esfuerzo acumulado de cuantos precedieron al investigador en su búsqueda. Por tanto, la generación de nuevo conocimiento es siempre el resultado de una obra colectiva. Esta tesis doctoral es un claro ejemplo de ello y sus logros –si los tiene- son principalmente mérito de quienes me antecieron en su objeto de estudio y de quienes me han ayudado a abordarlo, mientras que sus defectos se deben en exclusiva a las limitaciones de este doctorando que, como Borges, ha buscado siempre más por el placer de buscar que por el de encontrar, y que por ello puede que se haya distraído o recreado en exceso en alguna cuestión menor.

Quisiera agradecer especialmente su labor a mi director, el profesor Rafael López Lita, maestro y amigo, por su aliento, su dedicación y su impagable transmisión de conocimiento. También a la profesora Isabel de Salas, que me honró con su amistad y con la sabia dirección del trabajo de investigación que antecede a esta tesis y que me permitió obtener el Diploma de Estudios Avanzados. Mi reconocimiento académico, y también personal, al catedrático Justo Villafañe, mi admirado maestro del *corporate*, a quien debo mucho como estudiante, pero aún más como profesional. En este terreno tengo también que mostrar mi reconocimiento a los rectores Fernando Romero y Francisco Toledo por su confianza y apoyo constantes para desarrollar mi labor como director de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I, un trabajo que me brinda la oportunidad de seguir aprendiendo día a día. Gracias, especialmente, al rector Toledo por ilustrarme con su visión de la Universidad y por su dedicación al Sistema Universitario Español y a la creación de la Red de Gabinetes de Comunicación de las Universidades Españolas. Gratitud académica y personal, asimismo, para el profesor Domingo García Marzá, con quien tuve la fortuna de trabajar cuando ocupó el Vicerrectorado de Coordinación, Comunicación y Política Lingüística y del que sigo aprendiendo en la confluencia de la Comunicación y la Ética.

Gracias al maestro Joan Costa, por el regalo de su amistad, por compartir conmigo su humana sabiduría y por su capacidad de sintetizar en aforismos toda la esencia de la comunicación organizacional.

Gracias a los compañeros y compañeras de la Red de Gabinetes de Comunicación de las Universidades Españolas, por compartir experiencias y demostrar que el saber en la Universidad no es un compartimiento cerrado, sino un patrimonio que crece con la puesta en común. Gracias, especialmente, a los colegas de las universidades valencianas por las facilidades prestadas en todo momento para llevar a cabo esta investigación, y a los integrantes del panel de expertos por enriquecerme con sus puntos de vista y darme su luz.

Mi gratitud y mi reconocimiento, por supuesto, a mis compañeros y compañeras del Servicio de Comunicación y Publicaciones de la Universitat Jaume I, con quienes aprendo cada día, por hacerme tan fácil la dirección y compartir siempre con ánimo de superación la asunción de nuevos retos.

Gracias al departamento de Filosofía, Sociología y Comunicación Audiovisual y Publicidad por permitirme defender esta tesis; gracias a sus componentes de PDI y PAS, con quien tuve la suerte de compartir docencia durante unos años y que han sido verdaderos compañeros desde entonces.

Gracias a todos los miembros de la comunidad universitaria de la Jaume I por su compromiso con la institución y con la implantación de las nuevas tecnologías, y especialmente por su colaboración en todas las cuestiones relacionadas con la gestión de la imagen y la comunicación de la universidad.

Gracias a José Luis Almenar y Toni Escoín por el diseño de la portada de esta tesis, que presenta así un rostro más agradable que invita a su lectura.

Gracias, por anticipado, a quienes leerán esta tesis y darán así sentido a tantas horas de trabajo, en la confianza de que este trabajo les sea de provecho y les anime a seguir avanzando en las Ciencias de la Comunicación.

Gracias a todas y cada una de las personas cuyos nombres figuran en esta tesis. Por sus libros, por su experiencia, por su tiempo, por enseñarme tanto. Gracias.

ÍNDICE

I. PRESENTACIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1. El auge de la comunicación interna en las organizaciones _____	5
2. La irrupción de la Sociedad de la Información _____	14
3. El avance de Internet: hacia una sociedad hiperconectada _____	28
4. El impacto de las TIC en la comunicación interna _____	31

2. OBJETIVOS

1. Motivación _____	37
2. Finalidades de la investigación _____	43
3. Hipótesis de trabajo _____	47

3. METODOLOGÍA

1. Justificación del ámbito de estudio _____	53
2. Etapas de la investigación _____	57
3. Descripción del trabajo _____	64

II. DISEÑO DE UN MODELO TEÓRICO DE GESTIÓN DE LA NUEVA COMUNICACIÓN INTERNA

4. FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

1. Aproximación al concepto de comunicación interna _____	71
2. Perspectivas diversas sobre la comunicación interna _____	77
3. De canales a espacios de comunicación _____	84
4. La comunicación interna en el organigrama directivo _____	85
5. El mapa de públicos _____	89
6. La planificación de la comunicación interna _____	93

5. FUNCIONES DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

- | | |
|--|-----|
| 1. La comunicación interna como vehículo de cultura corporativa _____ | 103 |
| 2. La comunicación interna como herramienta de dirección
y administración _____ | 114 |
| 3. La comunicación interna como instrumento de la externa _____ | 132 |

6. MODELOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

- | | |
|--|-----|
| 1. El modelo determinado por las funciones _____ | 147 |
| 2. Modelos de cultura corporativa _____ | 148 |
| 3. Modelos de gestión _____ | 151 |
| 4. Modelos de comunicación en las organizaciones _____ | 158 |

7. INSTRUMENTOS Y MEDIOS CLÁSICOS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

- | | |
|---|-----|
| 1. El lugar de los medios en la comunicación _____ | 169 |
| 2. La comunicación escrita _____ | 173 |
| 3. La revista interna y otras publicaciones masivas _____ | 175 |
| 4. La comunicación personal _____ | 182 |
| 5. El tablón de anuncios _____ | 190 |
| 6. El vídeo corporativo _____ | 193 |
| 7. El plan de acogida _____ | 194 |
| 8. Las cuentas anuales y el informe de gestión _____ | 197 |
| 9. El Manual de Identidad Visual y el Libro de Estilo _____ | 201 |
| 10. Otros mecanismos de carácter clásico _____ | 203 |

8. NUEVOS MEDIOS PARA LA COMUNICACIÓN INTERNA

- | | |
|--|-----|
| 1. Fundamentos de la comunicación electrónica _____ | 211 |
| 2. La comunicación a través de la tecnología web _____ | 224 |
| 3. El correo electrónico, las listas de correo, los foros
y la mensajería instantánea _____ | 236 |
| 4. Los mensajes a móviles _____ | 246 |

5. El vídeo en la Red	250
6. El <i>podcasting</i> , la revolución del audio a través de la Red	252
7. Los medios electrónicos frente a los clásicos	254

9. EL PORTAL CORPORATIVO COMO EJE DE LA GESTIÓN DE LA NUEVA COMUNICACIÓN INTERNA

1. La revolución de las TIC: la expansión Web	261
2. Los sistemas de gestión de contenidos y las nuevas posibilidades comunicativas de la Red	267
3. Hacia un concepto unívoco de portal corporativo	272
4. La arquitectura del portal	279
5. La gestión de los portales desde la perspectiva del <i>corporate</i>	303
6. El elemento definitivo: la personalización	307
6. Propuesta de un modelo de gestión de la nueva comunicación interna	311

III. APLICACIÓN DEL MODELO TEÓRICO

10. APROXIMACIÓN AL SISTEMA UNIVERSITARIO VALENCIANO

1. Un sistema en convergencia con Europa	325
2. Una sociedad todavía no suficientemente conectada	333
3. El análisis de la gestión de la comunicación en el interior de las universidades valencianas	337

11. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE LA UNIVERSITAT DE VALÈNCIA-ESTUDI GENERAL

1. Quincentenaria y referencia del sistema universitario valenciano	341
2. Principales cifras y organización general	343
3. La gestión de la comunicación en la organización	347
4. Situación de la comunicación interna en la entidad	353

5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías _____	354
6. La UV frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna _	367

12. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

DE LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA

1. Del Instituto Politécnico a la Ciudad de la Innovación _____	373
2. Principales cifras y organización general _____	377
3. La gestión de la comunicación en la organización _____	381
4. Situación de la comunicación interna en la entidad _____	387
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías _____	389
6. La UPV frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna_	400

13. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

DE LA UNIVERSIDAD DE ALICANTE

1. De la Universidad de Orihuela a la tercera de la Comunidad Valenciana_	407
2. Principales cifras y organización general _____	409
3. La gestión de la comunicación en la organización _____	412
4. Situación de la comunicación interna en la entidad _____	417
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías _____	419
6. La UA frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna _	432

14. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

DE LA UNIVERSITAT JAUME I

1. De Colegio Universitario a la universidad del norte de la Comunidad Valenciana _____	439
2. Principales cifras y organización general _____	441
3. La gestión de la comunicación en la organización _____	444
4. Situación de la comunicación interna en la entidad _____	449
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías _____	452
6. La UJI frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna _	465

15. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

DE LA UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE

1. De la escisión de la Universidad de Alicante a la apuesta por la calidad	473
2. Principales cifras y organización general	474
3. La gestión de la comunicación en la organización	477
4. Situación de la comunicación interna en la entidad	480
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías	482
6. La UMH frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna	492

16. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

DE LA UNIVERSIDAD CARDENAL HERRERA-CEU

1. De los estudios de Farmacia a la primera universidad privada de la Comunidad Valenciana	499
2. Principales cifras y organización general	501
3. La gestión de la comunicación en la organización	504
4. Situación de la comunicación interna en la entidad	506
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías	508
6. La UCH-CEU frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna	517

17. ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA DE

LA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE VALENCIA SAN VICENTE MÁRTIR

1. La más joven de las universidades valencianas	523
2. Principales cifras y organización general	525
3. La gestión de la comunicación en la organización	528
4. Situación de la comunicación interna en la entidad	531
5. Usos de comunicación interna y nuevas tecnologías	532
6. La UCV frente al modelo de gestión de la nueva comunicación interna	541

IV. CONCLUSIONES

18. HACIA UN NUEVO MODELO DE GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

1. Presente y futuro en la gestión de la nueva comunicación interna ____ 551
2. Validación del modelo de gestión de la nueva comunicación interna __ 563
3. Verificación de la hipótesis_____ 580

BIBLIOGRAFÍA _____ 583

ANEXOS CONTENIDOS EN EL CD

- I. CUESTIONARIO DE ANÁLISIS
- II. TESTS DE USABILIDAD, ACCESIBILIDAD Y ACTUALIZACIÓN INFORMATIVA
- III. PANEL DE EXPERTOS
- IV. PORTADAS DE LOS WEBS ANALIZADOS