
LA TRANSPARENCIA ORGANIZACIONAL DEL CONSEJO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO (CEP) DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES EN LAS REDES SOCIALES Y PAGINA WEB: UNA APROXIMACIÓN TEÓRICA DESDE EL PARADIGMA HOLOGRAMÁTICO

Noguera de Altuve, María Eugenia

Profesora Titular del Departamento de Obstetricia y Ginecología, Facultad de Medicina, Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela. Médico Especialista en Obstetricia y Ginecología. Hospital Universitario de Los Andes, Mérida, Venezuela. Coordinadora General de Estudios de Postgrado de la Universidad de Los Andes.

E-mail: mnoagueraaltuve@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/000000002522039482>

Avendaño, Juan

Profesor Asociado del Departamento de Cirugía. Coordinador del postgrado de Cirugía General. Facultad de Medicina. Universidad de Los Andes. Hospital Universitario de Los Andes, Mérida, Venezuela

ORCID: <https://orcid.org/0000000182447161>.

Nava, Jesús

Profesor Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) Universidad de Los Andes. Mérida, Venezuela. Doctor en Gerencia Avanzada UFT.

E-mail: jnavagarcia14@gmail.com.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9654-7307>

Recibido: 11-02-2021

Revisado: 21-05-2021

Aceptado: 01-06-2021

RESUMEN

Principios tales como la transparencia y la credibilidad deben ser los pilares del nuevo liderazgo desde la perspectiva epistemológica del paradigma hologramático. Este paradigma se basa en el principio que propugna **que no solo la parte está en el todo, sino que el todo, en cierto modo, está en cada parte**. El objetivo del estudio consiste en generar una aproximación teórica sobre la transparencia organizacional en las redes sociales y página web del Consejo de Estudios de Postgrado (CEP) de la Universidad de Los Andes desde el paradigma hologramático, para lo cual se escogen como sujetos de estudio 30 usuarios, todos estudiantes de postgrado y 2 Coordinadores de postgrado de la Universidad de Los Andes, para un total de treinta y dos (32) informantes clave. La investigación asume el paradigma naturalista bajo un enfoque cualitativo con el empleo del método fenomenológico y hermenéutico. La información fue recolectada a través de la técnica de entrevista en profundidad y la técnica de observación no participante, procesada a través de la teorización. Se encontró una brecha entre el deber ser y la realidad, donde concurren altos niveles de discrepancia, y escasa participación. Los usuarios, desean disponer de toda la información, con acceso libre, oportuno y transparente. Mas el deseo prevaleciente de los usuarios es tener una conexión a Internet de forma permanente y entender el sentido dialógico de la complejidad, donde se concilien las contradicciones que normalmente emergen en el acometimiento de una misión.

Palabras clave: transparencia, organización, postgrado, redes sociales, página web, hologramático.

ORGANIZATIONAL TRANSPARENCY OF THE GRADUATE STUDIES COUNCIL AT THE UNIVERSITY OF LOS ANDES IN ITS SOCIAL NETWORKS AND WEBSITE: A THEORETICAL APPROACH FROM THE HOLOGRAMMATIC PARADIGM

ABSTRACT

Principles such as transparency and credibility should be the pillars of the new leadership from the epistemological perspective of the hologrammatic paradigm, which states that not only a part is found in the whole, but that, to some extent, the whole is also found in the part. This study has been set to generate a theoretical approach on organizational transparency in social networks and website of the Graduate Studies Council at the University of Los Andes from the hologrammatic paradigm. Thirty-two (32) key informants were considered for the study (30 graduate students and 2 graduate program coordinators). The research adopts the naturalistic paradigm under a qualitative approach using the phenomenological and hermeneutical method. The information was collected through the in-depth interview and the non-participant observation techniques, processed through theorizing. Results show a gap between what informants consider things should be like, and the reality they face, where high levels of discrepancy and little participation concur. Users want to have free, timely and transparent access to thorough information. Moreover, the desire to have a permanent Internet connection and to understand the dialogistic sense of complexity, where contradictions that normally emerge in the undertaking of a mission are reconciled, stands out.

Key words: transparency, organization, graduate studies, social networks, website, hologrammatic

1. INTRODUCCIÓN

Principios tales como transparencia, confianza y credibilidad, deben ser los pilares de la nueva gerencia, necesaria para cimentar organizaciones, donde existe una notable utilización de nuevas tecnologías de la información, y cambio en los modelos y herramientas comunicacionales; es decir, organizaciones preparadas para atraer el talento singular de las nuevas generaciones, y capaces de responder a los retos a los que se enfrenta. Por eso, en este estudio se quiere abordar algunas de las claves para crear organizaciones culturalmente transparentes en las redes sociales y páginas web, aptas para obtener la confianza de los usuarios y permitir que el acercamiento se produzca por la virtualidad de la tecnología.

Ante los nuevos retos, la gerencia tratará de cambiar la forma en que se hacen las cosas, mediante técnicas y herramientas que permitan insertarse en los nuevos estilos de trabajo, pero resulta indiscutible que si los miembros de la organización, en todos sus niveles, no son capaces de variar su forma de pensar, su conducta, sus creencias, sus valores y hábitos en correspondencia con los nuevos enfoques que plantea la gerencia moderna, resultará totalmente imposible lograr el cambio deseado.

Acá, juega un importante papel el principio hologramático. Morin (1994), señala que no solamente la parte está en el todo, sino que el todo está en la parte. El principio hologramático está presente en el mundo sociológico y en la adquisición de conocimiento. Como explica Soto (2000): “Ese es el principio hologramático, el que nos ayuda a pensar que la realidad no está hecha de partes, como lo suponen los reduccionistas, ni tampoco de totalidades, como siguen creyendo los holistas.” Holográficamente, según Morin (1994), la singularidad y relativa autonomía de las partes impide la observación de éstas como simples fragmentos aislables de ese todo. Al respecto Soto (2000), expone que “debemos reconocer que nos enfrentamos ante diversos puntos críticos que cuestionan nuestro quehacer como profesionales; pero sobre todo, que nuestra disputa no es con el

mundo de lo complejo, sino con la complejidad del mundo que hemos establecido”, de ahí que para desafiar este panorama urge, parafraseando a Soto (2000), desordenar la mirada que ordenamos para entender mejor la realidad.

En cualquier organización el compromiso que tengan los trabajadores en valores como la transparencia, juega un papel fundamental. Al respecto, Cabrera (2008) señala que aquella tiene un impacto directo y significativo en el balance de pérdidas y ganancias, del que todos participan y sugiere como “una forma muy gráfica de definir la transparencia” la de acudir a su contrario: “la transparencia organizativa es aquella que se opone radicalmente a la opacidad dentro de las organizaciones”. El término “transparencia” es poco utilizado en el ámbito gerencial, pues se refiere a una percepción difícil de medir, y cuya elemental definición no resulta sencilla.

De lo anterior, surge la relevancia del estudio, pues aún no existe un sentido, preciso para la expresión “transparencia”; debido a esto se buscó el aporte de algún modelo teórico sobre la transparencia organizacional en las páginas web y redes sociales. Las tendencias modernas y el mundo en constante dinámica, ha manifestado a nivel global los efectos de la invención de Internet, los cambios tecnológicos de comunicación, principalmente el desarrollo de plataformas digitales que dan paso a las redes sociales digitales; desde un punto de vista gerencial, estos aspectos han cambiado no solo la forma de pensar de las personas, sino que también han cambiado la forma de hacer negocios e interactuar con los usuarios.

Con base en los planteamientos antes expuestos, se formulan las siguientes preguntas de investigación: ¿Cuáles son los modelos teóricos y tendencias existentes en relación a la transparencia organizacional? ¿Qué formas de transparencia organizacional son aplicables a las páginas web y redes sociales? ¿Cuál es la incidencia del uso de las páginas web y redes sociales en la transparencia organizativa? ¿Cuál es la vinculación entre la transparencia organizacional y la teoría de la complejidad?

Estas preguntas dirigen el objetivo central del trabajo: generar una aproximación teórica sobre la transparencia organizacional en las páginas web y redes sociales, desde la complejidad, revisar las tendencias actuales relacionados con la transparencia en las páginas web y redes sociales, describir las formas de transparencia organizacional aplicables a las páginas web y redes sociales, discutir la incidencia del uso de las páginas web y redes sociales en la transparencia organizativa y analizar críticamente la vinculación entre la transparencia organizacional y la teoría hologramática.

Esta investigación se sustenta en enfoques teóricos asociados a los estilos gerenciales emergentes desde la perspectiva hologramática, cuya riqueza según Vidal (2003) estriba en:

1. La compatibilidad entre el carácter singular y original de las partes y su conservación de las características generales y genéricas de la organización, del todo al que pertenecen.
2. La relativa autonomía de que pueden gozar las partes.
3. La posibilidad de relaciones comunicacionales y de intercambios organizadores entre las partes.
4. La capacidad eventual de las partes para regenerar, de manera auto organizadora, el todo.”

En el aspecto metodológico, la investigación asumió el paradigma naturalista bajo un enfoque cualitativo con el empleo del método fenomenológico y hermenéutico, involucrando la interpretación o análisis de las teorías o fundamentos consultados. A tal fin, se seleccionaron como sujetos de estudio 30 estudiantes de los diferentes postgrados que ofrece la Universidad de Los Andes como organización educativa, y 2 coordinadores de postgrados (de 2 facultades seleccionadas al azar). La información fue recolectada a través de las técnicas de la entrevista cualitativa, empleando la entrevista en profundidad y la técnica de observación no participante, procesada a través de la teorización.

El sentido Hologramático, permitirá

el aprovechamiento de los recursos disponibles, a través de una gerencia que, con visión compleja, controlará las diversas interacciones que se generan en las organizaciones en la consecución de sus objetivos, con el consenso y concurso unánimes de los usuarios; entendiendo el sentido dialógico de la complejidad, que permite conciliar las contradicciones que normalmente emergen en el acometimiento de una misión.

2. Antecedentes y supuestos teóricos

Antecedentes históricos

Pérez (2012), en su artículo “Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las Pymes”, establece que la relevancia del uso de nuevas tecnologías de la información en la actualidad, refleja un gran cambio en los modelos y herramientas comunicacionales. Las organizaciones se encuentran inmersas en el uso masivo y generalizado de las redes sociales, las cuales se han convertido en el canal ideal para acercarse a los diferentes públicos de una manera personal, aunque en esencia el acercamiento es permitido por la virtualidad de la tecnología; por ello, la reputación organizacional de una empresa es un factor de crecimiento, lo cual puede ser un elemento decisivo de su éxito o fracaso. El uso de redes sociales, dentro de esta gestión de la reputación organizacional es un motor que acelera el proceso de comunicación organizacional y, por ende, de la conformación de una transparencia.

Osorio (2012), en su publicación acerca del pensamiento complejo, la transdisciplinariedad, y el principio Hologramático, expresa que “el pensamiento complejo busca integrar y globalizar, religando las partes al todo, el todo a las partes y las partes entre sí; pero tiene la conciencia de que es imposible conocer el todo”. Cada parte contiene dentro de sí el todo; cada parte debe su singularidad justamente a poder ser controlada por la organización del todo (producido por las interacciones de las partes), una pequeña parte del todo se expresa en ella, pero al mismo tiempo sigue siendo portadora de

las virtudes o atributos del todo.

Antecedentes investigativos

Sosa (2012), desarrolló la tesis doctoral “Gerente edificador de organizaciones espiritualmente inteligentes en las empresas del nuevo milenio”, cuyo objetivo principal fue generar una aproximación teórica-axiológica acerca del gerente edificador de organizaciones espiritualmente inteligentes, esto es: aquel que propicia una reconstrucción significativa de su ser para recrear nuevos sentidos sobre el rol social que ha de asumir en las empresas del nuevo milenio desde la perspectiva compleja. El proceso de investigación y la significación del conocimiento se fundamentan en una investigación cualitativa con postura paradigmática interpretativa, sustentada en un estudio fenomenológico.

Costa (2015), en su tesis doctoral “Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa”, tuvo por objetivo general analizar la comunicación corporativa y sus prácticas habituales de construcción de imagen y reputación para verificar cuándo estas prácticas pueden ser, en sí mismas, un riesgo para la organización, desde un punto de vista de la mediación dialéctica de la comunicación; sobre todo considerando el nuevo poder de los medios sociales para en (re)construir significados a partir de los mensajes vertidos a través de los medios de comunicación de masas. La metodología empleada fue el estudio de casos bajo el enfoque cuantitativo, empleando el análisis de contenido del tipo explicativo sobre un universo poblacional de 13501 tuits, obtenidos a través del rastreo realizado por la herramienta de monitorización y extracción de menciones en Internet denominada SMMART (*Social Media Marketing Analysis and Reporting Tool*). Dentro de los resultados más destacables encontró que el condicionamiento entre Conocimiento, Sociedad y Comunicación hace recomendable a las empresas que consideren relevante para sus intereses el cómo una configuración determinada de interacciones comunicativas vía Internet puede influir sobre el curso que tomará después el capital cognitivo compartido y

sobre las relaciones sociales. Llega a la conclusión general de que el punto de partida dejó de ser una atribución exclusiva de los medios de comunicación de masas, de modo que los efectos pueden ser fecundadores en dos sentidos, con origen en los medios de comunicación de masas hacia los medios sociales de Internet, y viceversa, y, por otra parte, que está claro que el paradigma de la comunicación de las marcas clásico, basado en la fuerza unidireccional de los medios de comunicación de masas y en el control centralizado del mensaje, ha dejado de ser el paradigma canónico. La vinculación con el estudio es patente cuando establece que los mensajes diseminados en Internet pueden aumentar la vulnerabilidad de las empresas porque atentan contra la credibilidad y la confianza (transparencia) que la marca corporativa desea construir.

Verenzuela (2015) en su trabajo titulado “Estructura Organizacional en la Gestión de los Procesos Administrativos y Operativos de la empresa comercial LUCKY STAR C.A. presentado como tesis de grado para optar al título de Magister en administración de Empresas Mención Gerencia, en la Universidad de Carabobo, propone una nueva estructura organizacional realizando un proyecto no experimental, transeccional de campo. La técnica de recolección de información fue un cuestionario validado por expertos, que aplicó a 39 trabajadores de la empresa. El aporte principal fue subrayar la necesidad de tener definidos de manera consecuente y clara los elementos de la estructura organizacional.

“Transparencia organizacional” en las redes sociales

La mejor definición en relación a transparencia organizativa, la expresa Cabrera (2008), en su blog, donde la define como “un intento deliberado por parte de la organización de crear un entorno de confianza en el que promocionar el acceso libre a la información, la comunicación abierta, y la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones”. Las organizaciones modernas operan en un mundo en el que los traumas y los triunfos son perceptibles inmediatamente, la crisis global

de confianza en nuestros establecimientos ha aumentado desmesuradamente. En palabras de Jonathan Schwartz citado por Cabrera (2008): “La luz del sol no sólo es un gran desinfectante, sino que constituye una maravillosa red de seguridad, porque no podemos solucionar los problemas que no conocemos o que se nos ocultan.” De forma análoga a lo que ha ocurrido con Internet y los mercados, se ha podido observar que Internet ha creado mercados más eficientes, la transparencia en las organizaciones está ayudando a crear organizaciones en red más flexibles y eficientes. Transparencia, confianza y credibilidad deben ser las columnas de la nueva gerencia, signos inequívocos de una gestión innovadora, que permita un entorno de confianza con comunicación abierta, participativa y de libre acceso; y para la que el compromiso de su capital humano, con relaciones de interdependencia, cooperación y comunicación, juega un papel fundamental.

Enfoque hologramático y estilo gerencial

Apuntando hacia su consideración como principio cosmológico fundamental, Morin (1994) define este principio hologramático desde el siguiente esquema: “el todo está en cierto modo incluido (engramado), en la parte que está incluida en el todo” (p.113). De esta manera, Terenzani (2018), en su blog Ciberestética, en relación al principio-hologramático hace referencia al tercer paradigma propuesto por Morin (1994), que ayuda a comprender la complejidad, y que él denomina “pensamiento hologramático.” El autor afirma que “podemos enriquecer el conocimiento de las partes por el todo, y del todo por las partes, en un mismo movimiento productor de conocimientos.”

El sentido Hologramático, está ligado a la idea recursiva (cada elemento produce y es productor) y a su vez, está ligada a la idea dialógica (estabilidad-orden-desorden), que, combinados como tres principios, sirven de base para desarrollar, justamente, el pensamiento complejo, dialógico y recursivo, como lo expresa Morin (1994): Una gerencia, con visión compleja permitirá el aprovechamiento de los recursos disponibles, con interacciones y propósitos claros para

lograr los objetivos. Dentro de este último tópico se ha deseado concientizar sobre la concreción de la complejidad, en relación con la gestión de las organizaciones y que su conocimiento permitirá tener una visión más clara hacia dónde deben orientarse los gerentes con estilo “liberal – por objetivos” para que sus instituciones logren niveles adecuados de competitividad.

La Universidad y el Consejo Estudios de Postgrado (CEP)

Las instituciones universitarias están llamadas a cumplir su papel protagónico en esta sociedad compleja, buscando para ello mecanismos que trasformen sus procesos; mediante los cuales han asumido una responsabilidad trascendental en pro de la formación académica en las comunidades, así como del avance social en ciencia y tecnología. La Universidad debe cumplir con funciones como el desarrollo de la enseñanza, transmisión de saberes, el aporte de innovaciones en la ciencia y la técnica, y por supuesto, promoviendo la cultura; de allí, su rol de piedra angular en el desarrollo de las sociedades.

Sin duda, las instituciones universitarias deben contar con directrices para una gestión efectiva, a través de la gerencia integrada. A los directivos les corresponde ser conscientes de las teorías planteadas por la ciencia administrativa como la teoría clásica, administración científica, de sistemas, relaciones humanas, de la contingencia, comportamiento organizacional, manejo de la calidad.

En virtud de lo expuesto, la Universidad de Los Andes en uso de su potestad organizativa que le confiere la Constitución y las leyes que regulan la materia, creó el Consejo de Estudios de Postgrado (CEP). El 16 de septiembre de 1976, en sesión ordinaria del Consejo Universitario se acordó aprobar la creación del Consejo de Estudios de Postgrado (CEP), el 14 de abril de 1977, el Rector Dr. Pedro Rincón Gutiérrez ratifica la decisión del Consejo Universitario bajo un Decreto Rectoral, consolidando así la creación del CEP, órgano que además de formular los objetivos de los cursos de

postgrado de manera que sean cónsonos con las necesidades integrales de la región y el país, reglamenta el desarrollo de los cursos en sus distintos grados académicos y áreas de conocimiento o disciplinas.

El Consejo de Estudios de Postgrado pertenece al sistema de Postgrados de la Universidad de Los Andes, con modelo propio de organización y funcionamiento, con soporte jurídico en la Ley Orgánica de Educación, Ley de Universidades, Normas y Políticas del Consejo Nacional de Universidades, y en sus propios reglamentos internos, los programas de Postgrado ocupan hoy, un destacado lugar dentro del Subsistema de Educación Universitaria del país.

Los estudios de Postgrado están dirigidos a fortalecer y mejorar la pertinencia social, académica, política, económica y ética de los estudios que se realizan con posterioridad a la obtención del título profesional, así como el desempeño profesional y la calidad humana de los egresados del subsistema de educación universitaria comprometidos con el desarrollo integral del país, de acuerdo a lo expresado en la Normativa General de los Estudios de Postgrado para las Universidades e Instituciones debidamente autorizadas por el Consejo Nacional de Universidades, publicada en la Gaceta Oficial N° 37.328 del 20.11.2001.

El Consejo de Estudio de Postgrado de la Universidad de Los Andes es “el organismo encargado de coordinar los diferentes Programas de Postgrados instaurados en los Núcleos y Facultades pertenecientes a la Universidad de Los Andes (ULA), a fin de tomar decisiones adecuadas para garantizar el desempeño estudiantil, resguardando la formación de profesionales capaces de dar respuesta a los desafíos que se le presenten en campos específicos del conocimiento y del ejercicio profesional.” Actualmente la Universidad de Los Andes cuenta con 202 postgrados, distribuidos en las diferentes Facultades, Núcleos y Extensiones y una matrícula de 5.527 estudiantes. (Data actualizada al 31.05.2021- Unidad de Informática, Coordinación General de Estudios de Postgrado).

Página web y redes sociales

En la actualidad, los medios de comunicación tradicionales han tenido que cambiar las estrategias en su uso, no solo debido a los cambios y revoluciones tecnológicas, sino a la emergencia sanitaria provocada por la pandemia causada por el virus llamado COVID-19. La Internet ha sido clave para lograr la interacción humana remota, sincrónica y asincrónica (computadoras, portátiles o celulares inteligentes), y el surgimiento de las llamadas redes sociales. Estas facilitan una comunicación novedosa, espontánea, y sobre todo particular, por ello se convierten en un nuevo y atractivo canal para interactuar, sin embargo, se debe recordar que se requiere una comunicación cuidadosa y que no sustituyen totalmente a los medios tradicionales. El internet facilita el trabajo colaborativo, intercambio de documentos, telecomunicaciones, teletrabajo (trabajar en cualquier lugar), sin embargo, estas ventajas pueden también ser un obstáculo si la organización o sus gerentes no están dispuestos al cambio.

En este espacio virtual hay una línea muy pequeña entre lo público y lo privado. Lo importante es lograr principios de transparencia, confianza y credibilidad, como pilares fundamentales. Esta novedosa utilización de nuevas tecnologías de la información, acompañada con cambios sustanciales en los modelos y herramientas organizacionales y gerenciales, es el reto al que nos enfrentamos hoy.

3. Metodología

Enfoque de la investigación: Se asume la investigación desde la naturaleza cualitativa, por ser la que cumple con las expectativas de poder interpretar la transparencia organizacional, específicamente en la web y redes sociales. Por ello, se hace referencia a lo planteado por Martínez (2004), relacionado a “las posturas ontológicas permiten determinar el concepto y la naturaleza de la realidad a estudiar y la postura epistemológica define la naturaleza de cómo se produce el conocimiento en su modelo dialéctico “(p.165). Por consiguiente,

es preciso que se indique el paradigma que ubicará el propósito del estudio, de allí que el enfoque paradigmático a asumir será el naturalista, para intentar exponer los fenómenos desde la interpretación subjetiva de las personas, del modo en que se percibe el mundo, y esta es la realidad que interesa, la que los sujetos señalan como importante.

Tipo, método y diseño de la Investigación: El foco de la investigación, según Doncel (s/f), se centra en la búsqueda de explicaciones subyacentes, percepciones, concepciones, sentimientos y opiniones de los sujetos de estudio, por consiguiente, asume las corrientes fenomenológicas de Husserl (1998) y Heidegger (2006), quienes definen la fenomenología como “el estudio de los fenómenos (o experiencias) tal como se presentan y la manera en que se viven por las propias personas.” Siendo el método ideal para investigar; la misma refleja una filosofía y un paradigma y nos procura una enorme gama de posibilidades para explorar la conducta humana.

Como método, se emplea la hermenéutica fundamentada principalmente en la observación resultante de la interpretación, bajo el diseño cualitativo; es decir, la hermenéutica se orienta hacia la identificación de los significados ocultos de las cosas, interpretando de la mejor manera las palabras, los escritos, los gestos, al igual que cualquier acto u obra humana, pero sin perder su singularidad en el contexto de que forma parte. Se ha utilizado la hermenéutica como un arte para la interpretación, explicación y traducción de las experiencias, pues permite el enfoque de temporalidad, y con ello el reconocimiento histórico de la experiencia. Este método favorece la comprensión del ser humano, desde sus complejidades y perspectivas que lo diferencian de los demás y lo hacen único.

Sujetos de Investigación: En relación con los informantes claves, o sujetos de investigación se puede señalar que corresponde al grupo de personas que permiten elaborar la investigación. Según Bermejo (2003: 70), “la población en estudios cualitativos corresponde al grupo entero de elementos de los que se quiere recoger

datos”. Para la presente investigación se tomará como población la totalidad de los usuarios del Consejo de Estudios de Postgrado de la Universidad de Los Andes que utilizan regularmente sus herramientas de comunicación, a través de su *website* de internet y las redes sociales. Así mismo, se seleccionó una muestra aleatoria de 30 estudiantes de distintos postgrados que han hecho uso frecuente de la página web de la Coordinación de Postgrado, además de dos (02) Coordinadores de Postgrado, para un total de 32 informantes claves.

Técnicas de Recolección de información: La información fue recolectada a través de las técnicas de la entrevista cualitativa, empleando la entrevista en profundidad y la técnica de observación no participante, definida por Cerda (1991) como una técnica que facilita la descripción del estado de la situación o de un grupo social determinado, permaneciendo el investigador sin involucrarse en los hechos surgidos espontáneamente como consecuencia de su interacción con ese ambiente de estudio.

4. Resultados

Se apreció el componente gerencial, comportamiento organizacional, la institución, la comunicación, y la transparencia. El uso proactivo de los elementos gerenciales, con una gestión de estilo liberal, que se fundamente en el principio “hacer y dejar hacer” y otorgue a sus subordinados independencia operativa, con objetivos determinados y claros, añadiría valor al proceso en todas sus fases. Obviamente esto requiere de consenso y concurso unánime de los usuarios, así como tener que entender el sentido dialógico o dialéctico de la complejidad, donde se concilien las contradicciones que normalmente emergen en el acometimiento de una misión.

El estilo de *liderazgo liberal por objetivos* se relaciona con el paradigma hologramático porque al inicio es grupal y es el que mayor información proporciona a los subordinados cuando aquélla se solicita, además permite que su equipo trabaje con libertad y sin presionarlos, y, de esta manera, las personas trabajan a gusto. En pocas palabras, el estilo

liberal hace y deja hacer a nivel individual y grupal.

El sentido Hologramático, permite el aprovechamiento de los recursos disponibles, a través de una gerencia con visión compleja, para controlar las diversas interacciones que se generen en las organizaciones en la consecución de sus objetivos. El uso proactivo de los elementos aquí mencionados, añade valor al proceso en todas sus fases, obviamente esto requiere del consenso y concurso unánime de los usuarios, así como tener que entender el sentido dialógico de la complejidad, donde se concilien las contradicciones que normalmente emergen en el acometimiento de una misión. Al igual que expresa Sosa (2012), se debe propiciar el rol social en las organizaciones del nuevo milenio desde la perspectiva compleja.

Desde otra visión, se corrobora lo expresado por Pérez (2012), cuando señala que las redes sociales son mecanismos generadores de reputación organizacional de gran relevancia; por lo que actualmente es necesario realizar este cambio en el uso de las herramientas y modelos comunicacionales. Las universidades se encuentran sumergidas en el uso masivo y generalizado de las redes sociales, siendo el canal ideal para acercarse a estudiantes, empleados, investigadores, proveedores, etc., de una manera personal, facilitada por la tecnología de la virtualidad. Sin embargo, la situación comunicacional en el Consejo de Estudios de Postgrado, no ha tenido muchos cambios desde su creación y hoy despunta el deseo o necesidad de tener una conexión a Internet de forma permanente. Las universidades, ante la virtualización, deben disponer de herramientas tecnológicas, así como adecuada formación en entornos virtuales para el desarrollo de las actividades gerenciales, académicas y de investigación. Se considera factor indispensable para lograr esto, el diálogo; tanto interno como externo, pues la transparencia requiere que la organización cuente con una buena comunicación con los entes que la conforman, así como con la comunidad en la que se desenvuelve, estableciendo así lazos de confianza. Una perspectiva

prioritaria de la transparencia organizacional es la exigencia de una interacción de diálogo efectivo entre los actores que intervienen en la misma.

Existe una brecha entre el deber ser y la realidad, donde concurren altos niveles de discrepancia, escasa participación y coordinación de las actividades interdepartamentales, lentitud en el desarrollo del flujo operativo, tardanza en el procesamiento de las compras de insumos, extensos intercambios de información, retroinformación inadecuada a lo largo de las cadenas de comunicación, baja supervisión del desempeño laboral y falta de integración en el equipo, así como e incertidumbre en las actividades externas e internas, con quebrantamiento de la comunicación organizacional.

En el ámbito universitario, la falta de transparencia se identifica como un problema que afecta la credibilidad, pues la falta de transparencia manifiesta posible corrupción, y esto es igual en universidades públicas y privadas. La evaluación de la percepción que se tenga de la transparencia organizacional debe ser vista desde una perspectiva compleja donde se evalué la colaboración, el diálogo, la rendición de cuentas, la normatividad, equidad, no corrupción interna, confidencialidad, integridad y responsabilidad. (Arredondo, 2014). La transparencia en el entorno organizacional significa que se tiene la disposición de informar: sobre su situación actual, de qué decisiones se toman y por quiénes son tomadas, resultando ser este tipo de información un factor clave para generar confianza, y ésta se logra en la medida en que se responde a las demandas de información y cuando trasciende públicamente la forma de manejarse. La transparencia organizacional será más sólida, si sus principios de ética, confidencialidad y el sentido de responsabilidad son los pilares fundamentales (Arredondo, 2014).

Deben desaparecer los “valores” de confianza y lealtad a ciegas. Los usuarios, desean disponer ahora de toda la información, con acceso libre, para que puedan exponer su opinión al instante, con un

sólo clic. Por eso, se debe reforzar y renovar la propuesta de valor de la organización de manera cotidiana, casi a cada instante y la transparencia debe ser parte de la cultura de la organización, en cualquiera de sus niveles gerenciales.

Por supuesto, todavía existen muchos obstáculos para alcanzar la plena transparencia (cónsono al principio de confidencialidad, dentro de los límites legales). Y existen reflexiones divergentes en relación a qué es la transparencia en una

organización, y complejamente se produce un entramado entre: diálogo, rendición de cuentas, normatividad, equidad, no corrupción interna, confidencialidad, integridad y responsabilidad. En relación con la transparencia hacia el interior de la Universidad, es importante reseñar que donde no hay equidad, se presentan el nepotismo y el privilegio como formas de corrupción y, por ende, como falta de transparencia: se contrata o se asciende a familiares o amigos, sin seguir el criterio del mérito del desempeño.

5. REFLEXIONES FINALES

Tomando en consideración lo propuesto por los tres componentes básicos de la transparencia cultural de las organizaciones (participación activa, información relevante y responsabilidad), se puede hacer una reflexión positiva sobre la misma: la transparencia es una fuerza que las empresas pueden utilizar activamente para construir y reforzar la confianza de sus usuarios y para mostrar su valor en un universo que emplea las redes sociales para mantener comunicación y contacto con los usuarios internos y externos. Se insiste en que la mejor definición en relación a “transparencia organizativa,” la expresa Cabrera (2008), en su blog, donde la define como “un intento deliberado por parte de la organización de crear un entorno de confianza en el que promocionar el acceso libre a la información, la comunicación abierta, y la participación de todos los profesionales en la toma de decisiones.” La transparencia debe ser la fuerza que impulse los cambios, Es necesario para ello hacer esfuerzos para fortalecer el comportamiento de los usuarios y trabajadores, y diseñar mecanismos de información claros y expeditos. Entonces vale la pena cuestionar: ¿será la transparencia una respuesta a la crisis o será la causa de la misma?

Al considerar el principio hologramático, teniendo de referente a Morin (1994), se deduce que todo sujeto ha vivido desde su nacimiento experiencias formativas que le han permitido adquirir conocimientos, competencias y habilidades, como una unidad del saber... unidad que se desarrolla, se reproduce y se regenera en un proceso sistemático de orden, para definir una relación con la realidad de desorden, en términos de inclusión de parámetros relacionados con el fenómeno... que contribuyan al descubrimiento de las transformaciones y de una cierta organización; en el entendido de que la realidad está en movimiento y cualquier delimitación teórica expresa una relación y la posibilidad de otras nuevas relaciones. Incluso las experiencias desfavorables generan aprendizaje y dependerá exclusivamente del individuo su superación.

Las universidades públicas, sin fines de lucro cada vez tienen una mayor visibilidad, un mayor impacto social y un mayor reconocimiento por parte de la opinión pública. Por tanto, deben ser capaces de mostrar y explicar que lo que hacen, lo hacen bien y de forma coherente con su misión, valores y leyes., recordando que la transparencia impone obligaciones, claridad y un gran sacrificio en sostenerla.

Es necesario hacer esfuerzos para fortalecer el comportamiento del universitario y diseñar mecanismos para que los usuarios sean informados de aquello a lo que tienen derecho, propongan y participen en los procesos de solución de los problemas que les atañen. Si no se tienen los mecanismos que favorezcan un comportamiento transparente y no hay interés para lograrlo, se puede generar un entorno propicio para la corrupción, el

mal manejo de recursos, la ineficiencia, los tratos preferenciales y los sobornos, entre otras situaciones no deseadas, generando ineficacia y falta de competitividad de la institución.

Además, es importante reflexionar en el sentido de hacer visible el favoritismo, las alianzas de intereses personales o las llamadas “roscas o grupos de favoritos,” que pueden ser evitadas transparentando los criterios de: ascensos laborales o despidos, bonificaciones, asignación de recursos, entre otros; y proporcionando al personal interno y a los usuarios la información a que tenga derecho a saber para una justa toma de decisiones. Se logrará la confianza de todos, gracias a las experiencias claras y transparentes, y se impresionará positivamente la satisfacción laboral del trabajador y su sentido de pertenencia universitaria, impresionando positivamente al interior de la organización, permitiendo su buen funcionamiento, y hacia el exterior, permitiendo el logro eficiente de sus objetivos y razón de ser, como es ofrecer servicios útiles para la sociedad. (Arredondo, 2014). El fomento del diálogo interno y externo es interpretado como un sinónimo de transparencia y, de manera explícita, las relaciones humanas y organizativas requieren de una relación transparente en la que fluya la información de manera óptima. El diálogo debe permitir a los usuarios y trabajadores relacionarse, cooperando para aportar sentido a sus decisiones y actos, así como los objetivos y metas futuras de la universidad.

6. REFERENCIAS

- Arredondo, F., J. De la Garza y J. Vázquez (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales*, 30 (133). 408-418. Recuperado en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21232399009>Bermejo
- Cabrera, J. (2008). La transparencia es clave para el futuro de nuestras organizaciones. Recuperado en: <https://blog.cabreramc.com/2008/10/09/la-transparencia-es-clave-para-el-futuro-de-nuestras-organizaciones/>.
- Cerda, H. (1991). Los elementos de la investigación, cómo reconocerlos, diseñarlos y construirlos. Colombia: El Búho LTDA.
- Costa, C. (2015). Comunicación de crisis, redes sociales y reputación corporativa., Madrid, España: Tesis Doctoral; Universidad Complutense
- F. (2003). Metodología de la investigación científica. Barcelona: Grao.
- Heidegger, M. (2006). Introducción a la fenomenología de la religión. México DF: Fondo de Cultura Económica.
- Husserl, E. (1998). Invitación a la fenomenología. Barcelona, España: Paidós.
- Martínez, M. (2004). Ciencia y arte en la metodología cualitativa. México DF: Trillas.
- Morin, E. (1994). Introducción al pensamiento complejo. Primera edición, tercera reimpresión. Barcelona, España: Gedisa.
- Osorio, S. (junio 2012). El pensamiento complejo y la transdisciplinariedad: fenómenos emergentes de una nueva racionalidad. *El principio Hologramático. Revista Investigación y Reflexión*, XX (1), 269-291.
- Pérez; M. (2012). Redes sociales, mecanismos generadores de reputación organizacional para las PyMEs. *Universidad & Empresa*, 14 (22). 131-149. Recuperado en:<https://www>.

redalyc.org/articulo.oa?id=187225561006

Sosa, O. (2012). Gerente edificador de organizaciones espiritualmente inteligentes en las empresas del nuevo milenio. Cabudare, Lara. Universidad Fermín Toro (Tesis Doctoral).

Soto, J. (2000). Tres principios para la configuración de una psicología de lo complejo. Cinta moebio, 8. 159-168. Recuperado en: www.moebio.uchile.cl/08/soto.htm

Terenzani, A. (2018). El principio hologramático por Morin. Ciberestética. Recuperado en <https://ciberestetica.blogspot.com/2018/11/el-principio-hologramatico-por-morin.html>

Verenzuela, J. (2015). Estructura organizacional en la gestión de los procesos Administrativos y operativos de la empresa comercial LUCKY STAR C.A. Valencia, Carabobo: Universidad de Carabobo. (Tesis de Maestría). Recuperado en: <https://idoc.pub/documents/estructura-organizacional-empresa-comercial-d49o516x8o49>

Vidal, R. (2003) Los principios recursivos y hologramático: introducción al problema del cambio socio-histórico. Recuperado en: http://cmap.upb.edu.co/rid=1224889095208_1950366215_765/pensamiento%20complejo.pdf