



Plataformas digitales y símbolos universitarios

Ailén Fonseca Martínez

Question/Cuestión, Nro.74, Vol.3, Abril 2023

ISSN: 1669-6581

URL de la Revista: <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/>

IICom -FPyCS –UNLP

DOI: <https://doi.org/10.24215/16696581e780>

Plataformas digitales y símbolos universitarios

Digital platforms and university symbols

Ailén Fonseca Martínez

Universidad de Oriente, Facultad de Humanidades, Departamento de Comunicación Social.

Cuba

ailen.fonseca@uo.edu.co

<https://orcid.org/0000-0002-9079-1525>

Resumen

El diseño de estrategias basadas en el uso de las plataformas digitales constituye hoy una oportunidad para dar a conocer y hacer accesibles los valores del patrimonio cultural universitario. Es por ello que el artículo tiene como objetivo, diseñar una plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural. La propuesta tiene un enfoque teórico-metodológico y se desarrolla a partir de un modelo conceptual- analógico que toma en consideración aspectos como: el enfoque global, la orientación sistémica y la optimización.

Abstract

The design of strategies based on the use of digital platforms is today an opportunity to learn about and make accessible the values of the values of the university's cultural heritage.

That is why the article aims to design a digital communication platform for the symbols of the Universidad de Oriente based on cultural heritage. The proposal has theoretical-methodological approach and is developed from an analog conceptual model that takes into consideration aspects such as. The global approach, the systemic orientation and the optimization.

Palabras claves: plataformas digitales, símbolos universitarios, comunicación digital, patrimonio cultural.

Keywords: digital platforms, university symbols, digital communication, cultural heritage.

Introducción

La temática de los símbolos como parte del patrimonio cultural se ha incorporado de forma creciente al lenguaje de las universidades, enriqueciéndose con nuevas prácticas culturales y científicas relacionadas con los conceptos de salvaguarda y puesta en valor. Actualmente los centros de estudios superiores ocupan espacios de reflexión y acción cada vez mejor orientados hacia la identificación, reconocimiento y comunicación de sus símbolos en el contexto de un mundo urgido de conocimientos actualizados en correspondencia con el desarrollo de la ciencia, la tecnología y la innovación.

Pensar en la aproximación entre las agendas de comunicación y de patrimonio cultural universitario, resulta una tarea investigativa necesaria para alcanzar inclusiones más dinámicas e integrales. La comunicación del patrimonio como producto social, está expuesta también a los cambios impuestos por el desarrollo tecnológico, que no solo incrementa las herramientas comunicativas, sino que ha transformado las estructuras más tradicionales, lo que genera procesos interactivos novedosos.

Las instituciones de educación superior poseen símbolos que forman parte de su historia y expresan acontecimientos significativos. En su misión formadora estos centros deben preparar a las futuras generaciones para entender la relación con los símbolos que las distinguen más allá de toda consideración formal, pues cada uno de ellos expresa un vínculo profundo con la tradición ética de la nación; lo que le confiere un máximo valor patrimonial que transita por la épica que se ha consustanciado en su representación.

Y es que las universidades se han convertido en espacios de símbolos materiales e inmateriales que dan fe de los continuos procesos históricos, académicos, científicos, extensionistas y culturales que allí acontecen. Inmuebles excepcionales por su arquitectura, bienes muebles de diversa naturaleza: artísticos, científicos, monumentos, costumbres, ritos y tradiciones, componen, entre otros, la diversidad de valores atesorados.

De ahí, que las instituciones de enseñanza superior en su dimensión renovadora constituyan un importante espacio para el intercambio más provechoso, por su aporte al conocimiento, al desarrollo y al diálogo cultural; en sí mismas, argumentan la necesidad de ser protagonistas en la comunicación de sus símbolos. Se convierten en guardianes de esas huellas del pasado, y por lo tanto, son realidades vivas que facilitan la interpretación y comprensión de su devenir, en el que la identidad es el producto social para poderse identificar.

Así, la disyuntiva en cuanto a producir conocimiento desde nuevos paradigmas ha dejado el cuestionamiento a la concepción tradicional de la gestión del patrimonio para puntualizar alternativas más novedosas y flexibles, cuyo fundamento se enraíza en lo interno y la transdisciplinariedad como cimiento epistemológico. A través de esta dinámica cultural se ha transitado hacia el pleno conocimiento y reconocimiento de los símbolos universitarios, su comunicación e interacción social basada en el patrimonio cultural para su uso adecuado y salvaguarda.

Con un protagonismo indiscutible en la vida nacional, la Universidad de Oriente atesora un repertorio simbólico extraordinariamente vasto, que se expresa en manifestaciones de carácter tangible e intangible y le han otorgado un sitio relevante en la isla. Al decir de Portuondo (2017) "(...) la Universidad termina por educar no solo en la profesión, también prepara más allá del régimen docente, al hombre y a la mujer para la vida en su comunidad" (p. 8). En este centro, que trasciende el recinto que lo acoge se suma a ese llamado por la memoria pues mucho tiene que compartir y preservar.

En enero de 2018 se crea el Departamento de Historia y Patrimonio Universitario, entre sus objetivos de trabajo se incluyen: inventariar los diferentes tipos de patrimonio que custodia la institución; actualizar el Plan de Protección del patrimonio cultural universitario en caso de desastres y desarrollar actividades desde el pregrado y el postgrado encaminadas a la

adecuada protección, gestión integral y puesta en valor del patrimonio universitario a la altura de su importancia para la historia de la nación.

Sin embargo, no son pocas las interrogantes de índole investigativa que suscitan la eficiente comunicación del patrimonio cultural en la Universidad de Oriente. Aún resulta insuficiente el dominio de sus límites, particularidades y alcance, lo cual impide la visibilidad para la comunidad universitaria desde el objetivo de la socialización y la creación de vínculos de integración cultural sobre la base del conocimiento, el reconocimiento y la conservación. En tal dirección todavía existen brechas en la comunicación de los símbolos universitarios y el patrimonio cultural.

En la Universidad de Oriente los procesos de comunicación de los símbolos han dependido mucho por un lado de los atributos formales y conceptuales implícitos en el estímulo visual, y por otro lado, de las lecturas que sobre estos realizan los públicos. Sus modificaciones, asociaciones y usos han estado marcados por influencias sociales. No se han mantenido al ritmo de las necesidades de identificación crecientes en la institución, por lo que este proceso ha estado expuesto a la espontaneidad y la contingencialidad en las soluciones visuales; que no obedece a la implementación de estrategias de comunicación fundamentadas en el patrimonio cultural universitario y la utilización efectiva de las plataformas digitales.

A partir de la situación planteada se identificó el siguiente problema: ¿Cómo diseñar una plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural?

De ahí que se asumiera como objetivo general, diseñar una plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural.

Desarrollo

El impacto de los *Social Media* se hace visible también a nivel institucional y, fundamentalmente, en el entorno universitario (Paniagua y Gómez, 2012; Simón, 2014; Carrillo, Castillo y Parejo, 2017), cuyos públicos internos y externos están conformados en su mayoría por generaciones nativas digitales (Martín, Daries y Cristóbal, 2014; Botto y Méndez, 2018). La gestión efectiva de la comunicación universitaria *online* es un “activo estratégico que potencia a

la institución” (Carrillo, Castillo y Blanco, 2013, p.195), no solo en momentos de crisis, sino de forma sistemática (Simancas y García, 2017).

El uso de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) ha conformado nuevas concepciones y formas de trabajo, en las que se redefinen las acciones de la comunidad universitaria en la interacción con el patrimonio cultural. Sin embargo, la comunicación de los símbolos de las instituciones de la educación superior constituye hoy una problemática que debe investigarse no solo en el orden científico- teórico, sino también práctico, porque ellos representan a la institución estratégicamente, o sea, son reflejo como proceso y como proyecto futuro que recogen lo que ha sido y lo que será.

Las plataformas digitales agrupan métodos transdisciplinarios para diseñar, administrar e intencionar contenidos y actividades online. La integración de las plataformas digitales en diferentes procesos a nivel global también tiene un rol significativo en las instituciones universitarias (De Pablos, Colás, López y García, 2019, p.59).

Para Sedera, Lokuge, Grover, Sarker y Sarker (2016) una plataforma digital se podría definir como una arquitectura tecnológica que permite el desarrollo de sus propias funcionalidades informáticas y posibilita la integración de las plataformas tecnológicas de información, informática y conectividad disponibles para una organización. Desde una conceptualización más general Ruggieri, Savastano, Scalingi, Bala y D’Ascenzo (2018) nos acercan al término plataforma digital como una arquitectura, basada en *hardware* y *software*, que funciona como eje organizado, en un ecosistema y con efectos de red, recursos, transacciones y relaciones entre individuos y diversos actores como consumidores-usuarios, profesionales, empresas, instituciones y socios comerciales.

A partir de las consideraciones anteriores es posible afirmar que diseñar contenidos con adecuados niveles de fiabilidad y de madurez, integrando principios de interactividad y de prácticas ágiles para optimizar el uso y desarrollo de plataformas digitales es una necesidad para esta sociedad (Castellano, 2016). En función de lo planteado Villalobos, Mosquera, Leal y Camargo (2016) destacan que el diseño de contenido o contenidos digitales va a estar en función de los siguientes aspectos: la definición de narrativas, de públicos y de contenidos; definición de la propuesta estética; producción (fijación en soporte);

distribución y difusión; y verificación del impacto y estudios de percepción. Las plataformas digitales se han convertido en medios esenciales de difusión de objetos patrimoniales que permanecen, las mayores partes del tiempo, protegidas en depósitos y alejadas del público; además se han generado nuevas realidades que son analizadas desde diferentes perspectivas, como por ejemplo la educación patrimonial, donde los contenidos constituyen el elemento de mayor significación. Así refiere Jiménez (2020) que los contenidos son los elementos más importantes de interacción entre una plataforma digital y las personas.

En este sentido se comprende que son infraestructuras tecnológicas que permiten la prestación de servicios y la interacción de las personas a través de aplicaciones informáticas. De ahí que se conciben como:

- Instrumentos cognitivos y didácticos que apoyan los procesos de construcción del conocimiento y la gestión administrativa.
- Fuentes de información.
- Medios de expresión y creación multimedia.
- Canales de comunicación que facilita la comunicación interpersonal y el intercambio de ideas y materiales en un entorno colaborativo.
- Soportes de nuevos espacios formativos.

Son varios los objetivos que cumplen las plataformas digitales en las universidades, se utilizan para el desarrollo y puesta en práctica de materiales de enseñanza y aprendizaje o como una herramienta de organización de recursos y contenidos (Homero, 2017). Pero las funciones son comunes, la orientación del conocimiento, la comunicación de ideas y sus prácticas sociales en diversos contextos culturales.

Aunque existen complejidades multifactoriales, muchas de las cuales están asociadas al ordenamiento de la actividad institucional que en el ámbito comunicativo manifiesta empirismo, poca sistematicidad y carencias de políticas que orienten y direccionen los procesos a lo interno y externo, desde la estructura creada para tales fines. Ello ha incidido en la falta de integración de los actores, desequilibrio del discurso comunicativo a favor de los símbolos universitarios como parte del patrimonio cultural en sus diferentes escenarios de

actuación (institucional; comunitario y mediático) y un deterioro en la optimización y efectividad de las expresiones y acciones desarrolladas.

En lo particular, en la Universidad de Oriente no se han considerado aún las posibilidades que ofrece el nuevo escenario en el que se presenta la comunicación de los símbolos universitarios. En el portal *web* se puede encontrar solo una pequeña representación de los símbolos que forman parte de su patrimonio cultural. La presentación no tiene en cuenta elementos como: la relación entre el contenido y un diseño interactivo; el acceso inmediato al conocimiento; el trabajo colaborativo y el aprendizaje personalizado. La linealidad discursiva que la caracteriza hace que pierda su atractivo, sin armonizar con la visión innovadora de los medios digitales.

A partir de esta realidad se propone una plataforma de comunicación digital de los símbolos universitarios. La plataforma se concibe sobre la base de un modelo que busca operativizar el despliegue de una estrategia comunicacional en dimensiones múltiples de manera que permita el monitoreo continuo desde su implementación.

Si bien es cierto que la tecnología constituye una valiosa herramienta, no sustituye una estrategia adecuadamente estructurada, con procedimientos simples y ordenados que conduzcan a la eficacia operativa, que cuente con buena planeación, con suficiente información para compartir datos y experiencias relevantes con los usuarios.

En tanto herramienta específica de la comunicación de los símbolos universitarios, la plataforma ofrece un análisis semiótico de los símbolos de la Universidad de Oriente. Se vincula a los procesos cognitivos y prácticas culturales de las dimensiones del pregrado y el postgrado en la educación permanente, continua y a distancia.

Desde la perspectiva de la educación a distancia se toma en consideración el Modelo de Educación a Distancia de la Educación Superior Cubana, potenciado por una mediación didáctica innovadora sustentada en el uso de las TIC, en la que el estudiante, es sujeto activo de su propio proceso de aprendizaje (Ministerio de Educación Superior, 2020).

Materiales y métodos

El estudio se desarrolla bajo el paradigma hermenéutico y con un enfoque metodológico que por la flexibilidad en la comprensión e interpretación logra el estudio amplio y profundo del fenómeno desde la perspectiva cualitativa.

Se utiliza el análisis del discurso desde una orientación semiótica para la interpretación de los símbolos que se articulan dentro del patrimonio cultural de la Universidad de Oriente, a partir de las relaciones descriptivas existentes de manera global y multidimensional como práctica significativa.

Para el diseño de la plataforma digital de comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural se emplea desde un enfoque sistemático y cuantificable el Proceso de Desarrollo Unificado (RUP) que junto con el Lenguaje Unificado de Modelado (UML) constituye la metodología estándar para el análisis, implementación y documentación de sistemas orientados a objetos.

Fundamentos teórico metodológicos de la plataforma

La plataforma tiene un enfoque teórico-metodológico; expresa un conjunto de conceptos, teorías, premisas y requerimientos para la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente. La sistematización de núcleos teóricos-conceptuales provenientes de la Comunicología, la Teoría del Patrimonio y la Semiótica han aportado una reflexión que permite establecer desde el interior de cada disciplina científica o teoría analizada, vínculos entre Semiótica de la Comunicación y Patrimonio Cultural Universitario, imprescindibles para comprender y explicar el objeto de estudio de manera multidisciplinar.

Por ello la autora plantea el diseño de la plataforma sobre la base de un modelo conceptual - analógico (figura1) que toma en consideración aspectos como:

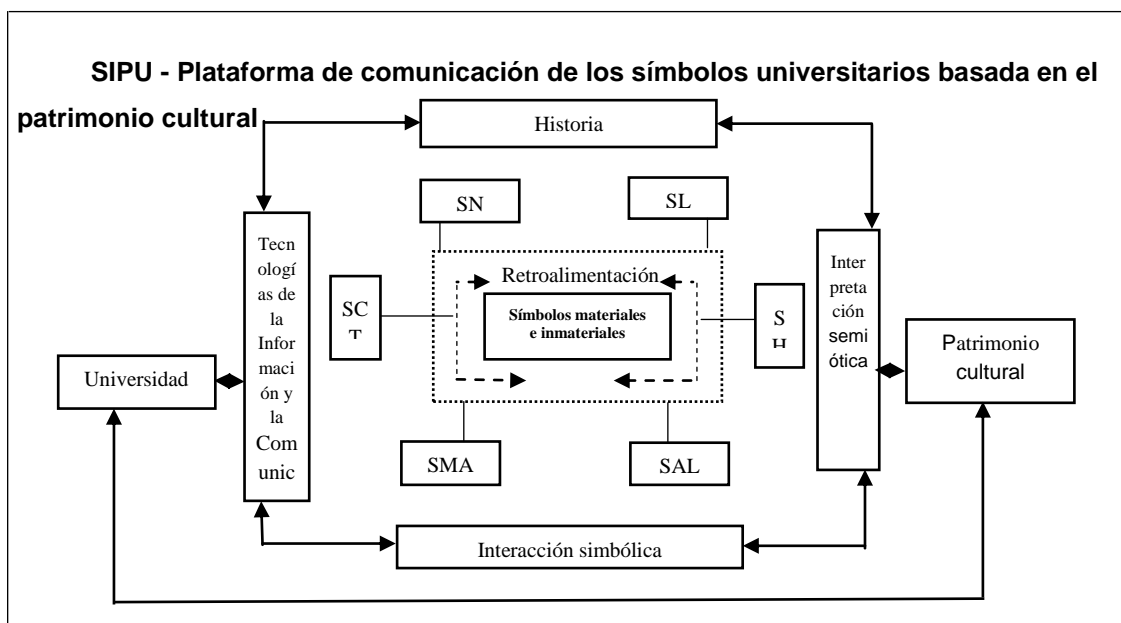
-el enfoque global: se entiende como el proceso de armonización a nivel de la comunidad universitaria de las prácticas docentes y pedagógicas con las TIC (programas caracterizados por la interfaz gráfica, la interactividad y la navegación).

-la orientación sistémica: presta atención al contexto, a la comunicación y a las interacciones entre los componentes del sistema. La Universidad como institución educativa es un sistema de carácter abierto, presente en una red de relaciones múltiples y complejas.

-la optimización: implica lograr el mejor funcionamiento de la plataforma, es decir, lograr que el sistema (*software*) funcione con la mayor velocidad y estabilidad posible.

Estos elementos son esenciales para el diseño de contenido de la plataforma, que busca la satisfacción de las necesidades de los usuarios mediante la planificación y producción de los contenidos

Figura 1. Modelo de plataforma de comunicación digital de los símbolos universitarios basada en el patrimonio cultural



Fuente: Elaboración propia, 2020.

Para su elaboración se tuvo en cuenta el proceso de adquisición de la información sobre el sistema, es decir, qué elementos lo componen, qué propiedades lo caracterizan y qué relaciones o interacciones existen. La estructura representa la distribución y el orden de los

componentes o las partes del sistema. Muestra la relación dialéctica de todos los elementos con la idea principal, la clasificación de los símbolos basada en el patrimonio cultural, que constituye el núcleo del modelo. La tipología (SN, SL, SH, SAL, SMA y SCT) facilita el conocimiento y reconocimiento de los símbolos a partir de su naturaleza y puesta en valor.

Leyenda de la tipología de símbolos:

SN- símbolos naturales

SL- símbolos lingüísticos

SH- símbolos históricos

SAL- símbolos artísticos literarios

SMA- símbolos monumentales

SCT- símbolos científico técnicos arquitectónicos

La retroalimentación entre los actores es considerada como una instancia clave para el cumplimiento del objetivo de la plataforma. En este caso se conciben como actores la Oficina de Comunicación Institucional, cuya intervención técnica en el proceso comunicativo puede incluir, excluir o modificar los datos de referencia que proporciona la plataforma y los usuarios que lo constituyen, el público interno de la institución (estudiantes, personal docente y no docente) y el público externo que puede convertirse en portavoz de la información. Existe una relación de interdependencia funcional entre los actores y el sistema, que interactúan sobre la base de *inputs/outputs*, sin embargo, las funciones predeterminadas de los actores podrán garantizar la seguridad y confiabilidad de los datos que se ofrecen.

El contenido de la plataforma tiene como cimiento epistemológico cuatro elementos, cuyas posiciones y funciones determinan la información que se presenta:

- Historia: permite conocer el pasado y el presente de los símbolos universitarios y los valores asociados a ellos.
- Interpretación semiótica: consiste en la articulación que hace el sujeto del lenguaje de las representaciones simbólicas a las referencias que usa y a las significaciones en las que se basa, por medio del reconocimiento y de la aplicación de un sistema de interpretación.

- Interacción simbólica: énfasis distintivo sobre la importancia de los símbolos universitarios y los elementos fundamentales de los procesos interpretativos generados en base a las interacciones de la comunidad universitaria con ellos.
- Tecnologías de la Información y la Comunicación: se tienen en cuenta todas las posibilidades que ofrecen para comunicar elementos asociados al patrimonio cultural, especialmente el lenguaje hipertexto, donde hay que considerar el alto grado de interactividad.

Finalmente, asociados al entorno, se especifican dos componentes: la universidad, institución educacional que constituye el sistema social y el patrimonio cultural, como el sistema de objetos de referencia.

Contenido de la plataforma

A partir del modelo propuesto se determina que el diagnóstico de los símbolos universitarios como parte del patrimonio cultural constituye la base estratégica de la plataforma, en un sistema de conocimiento gestionado y generado por los universitarios en los diferentes contextos históricos-sociales.

Toda la información de la plataforma se presenta a partir de la relación imagen y texto, donde se consideran dos ideas fundamentales: la imagen muestra y enseña y la palabra narra y explica. La imagen fotográfica, que es la que se utiliza por su carácter analógico proyecta relaciones, se adecua a la representación del espacio y la forma, y facilita posibilidades de estructuración secuencial. En tanto el texto es versátil en la gama de significados y profundo en la conceptualización. De ahí que se utilice como interacción la convergencia, donde las palabras evocan y la imagen proporciona la clave interpretativa.

Los aspectos relacionados con la historia y la interpretación semiótica de los símbolos se presentan en la plataforma en un solo texto, en tanto estos elementos ofrecen una directriz que se integra a las políticas de gestión del patrimonio universitario y permiten actualizar acciones y sentidos compartidos. La interpretación semiótica se realiza a partir del modelo de Larco (2018) por su carácter sistemático e integrador y visualización de la comunicación como mediación intersubjetiva de signos.

Para la clasificación del sistema de símbolos se utiliza de forma general la segmentación sostenida por la UNESCO (2003) y de forma específica la tipología propuesta por Brull (2021), que confiere un orden, funcionamiento y una lógica continua para la mejor comprensión en la praxis de los símbolos universitarios.

La representación visual de la plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente parte del diseño del logotipo (SIPU), este signo gráfico cuyo significado es Símbolos y Patrimonio Universitario constituye el identificador del producto. Entre los rasgos que lo caracterizan se encuentran la originalidad, expresividad y armonía. Resume la relación conceptual y funcional del eje temático de la plataforma: los símbolos de la Universidad de Oriente como parte de su patrimonio cultural expresan los ideales, valores, acontecimientos históricos y aspiraciones de la comunidad universitaria y promueven la identidad de la institución en el contexto regional, nacional e internacional.

La tipografía utilizada pertenece a la familia *serif*, apropiada para textos cortos o titulares, se emplea con frecuencia en dispositivos digitales. El uso del color connotativo como componente estético se corresponde con el rojo y el azul, los que identifican a esta Casa de Altos Estudios.

Software

El *software* libre que se usa para el diseño de la plataforma es *Odoo* en su versión 13, un completo sistema de gestión empresarial, actualmente producido por la empresa belga *Odoo S. A.* El mismo cuenta con una versión comunitaria de código abierto y una versión empresarial bajo licencia comercial que complementa la edición comunitaria con características y servicios comerciales. Puede ser instalado en la nube y unirse con una aplicación de *software* para que desde los teléfonos celulares se interactúe con él; es fácil de parametrizar; no necesita pagos de licencias y se logra integrar de manera sencilla con otros sistemas. Su carácter modular permite adicionar o eliminar funcionalidades.

Odoo es un *software* multiplataforma que opera sobre *Linux* y *Windows*. El cliente *web* permite utilizarlo desde cualquier navegador. Sus actualizaciones son frecuentes y se encuentran de manera gratuita, lo que garantiza la continuidad de cualquier proyecto. El código limpio que lo define implica gran estabilidad del sistema. Además, dispone de una vista

web simplificada, pero con toda la operatividad de la vista completa, adaptada a pantallas de *smartphone*.

La arquitectura del sistema *Odoo* es cliente - servidor, lo que permite que todos los usuarios trabajen sobre el mismo repositorio de datos. Esto tiene la ventaja de que la información está disponible y sincronizada en todo momento además de que descarga la mayor parte del trabajo de procesamiento de datos de las máquinas cliente (donde trabajan efectivamente los usuarios).

Para el diseño de la plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente se utiliza el patrón modelo-controlador-vista. Este es un patrón de arquitectura de *software* que separa los datos de una aplicación, la interfaz de usuario y la lógica de control en tres componentes.

Sistema de comunicación funcional de la plataforma

Para el uso de la plataforma se han concebido dos sesiones, una para el administrador que en este caso será el Departamento de Comunicación Institucional de la Universidad de Oriente y otra para el usuario. Es preciso señalar que en el caso del usuario no necesita registrarse, al acceder al sitio *web* oficial www.edu.cu tendrá la posibilidad de encontrar la plataforma.

Conclusiones

La relación entre los diferentes actores que intervienen en la comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente y su participación en la concepción de estrategias para su conocimiento y salvaguarda, es un proceso verticalizado que potencia la regulación de los medios de comunicación. En este sentido resulta insuficiente el tratamiento que se le da al diseño de contenido sobre los símbolos universitarios y el patrimonio en las plataformas digitales.

Los aspectos teóricos y metodológicos que sostienen el diseño de la plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio

cultural fundamentan su pertinencia desde la organización estructural del sistema para la satisfacción de las necesidades generales de información.

El diseño de contenido de la plataforma de comunicación digital de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural contribuye a la salvaguarda de los valores históricos y culturales de la institución y potencia los niveles de participación e interacción de los usuarios en el proceso de gestión del conocimiento.

Las características que definen a la plataforma digital de comunicación de los símbolos de la Universidad de Oriente basada en el patrimonio cultural la convierten en una herramienta científica viable para generar transformaciones en su escenario de implementación.

Referencias bibliográficas

Botto, M y Méndez, M. (2018). El imaginario colectivo sobre internet de los nativos digitales argentinos que ingresan a la universidad. *Question* , 1(58), 1-19. <https://doi.org/10.24215/16696581e046>

Brull, M. (2021). Método híbrido para determinar los símbolos de identidad del patrimonio universitario. *Maestro y Sociedad*, 18 (3), 1120-1136. Recuperado de: <https://maestrosociedad.uo.edu.cu>

Carrillo, M., Castillo, A., y Blanco, T. (2013). La transmisión de marca en las universidades españolas en sus portales webs. *Historia y Comunicación Social*, (18), 195-205. http://doi.org/10.5209/rev_HICS.2013.v18.43959

Carrillo, M., Castillo, A., y Parejo, M. (2017). La gestión de la información universitaria a través de las salas de prensa alojadas en sus sedes web: propuesta de modelo para su gestión. *Informação & Sociedade : Estudos*, 27(1), 103-117. <https://doi.org/10.22478/ufpb.1809-4783.2017v27n1.31168>

Castellano, M. D. (2016). Aspectos pedagógicos del diseño de contenidos digitales interactivos, consideraciones sobre el proceso de mediación. *Revista Virtual Universidad Católica del Norte*, (49), 51-71. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaUCN/article/view/797/1317>

De Pablos, J.M., Colás, M.P., López, A. y García, I. (2019). Use of digital platforms in Higher Education from the perspectives of the educational research. REDU. Revista de Docencia Universitaria, 17(1), 59-72. <https://doi.org/10.4995/redu.2019.11177>

Homero, P. (2017). Plataformas virtuales y su impacto en la Educación Superior. Explorador Digital, 1(4), 5-21. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v1i2.318>

Jiménez, S. (2020). El contenido digital en las administraciones locales: condiciones ontológicas y organizativas para su creación y gestión. En-Contexto, 8 (12), 93-114. <https://doi.org/10.53995/23463279.669>

Martín, E., Daries, N. y Cristóbal, E. (2014). La comunicación institucional en la gestión universitaria: estudio aplicado a la captación de estudiantes. Historia y Comunicación Social, (19), 591-604. http://doi.org/10.5209/rev_HICS.2014.v19.45051

Ministerio de Educación Superior (2020). Modelo de Educación a Distancia de la Educación Superior Cubana. Recuperado de: <http://www.mes.gob.cu>

Paniagua, F. y Gómez, B. (2012). Hacia la comunicación 2.0. El uso de las redes sociales por parte de las Universidades españolas. Icono 14, 10 (3), 346-364. <http://doi.org/10.7195/ri14.v10i3.473>

Ruggieri, R., Savastano, M., Scalingi, A., Bala, D., y D'Ascenzo, F. (2018). The impact of Digital Platforms on Business Models: an empirical investigation on innovative start-ups. Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society, (13) 4, 1210-1225. <http://doi.org/10.2478/mmcks-2018-0032>

Sedera, D., Lokuge, S., Grover, V., Sarker, S. y Sarker, S., (2016). Innovating with enterprise systems and digital platforms: Acontingent resource-based theory view. Information & Management, 53(3), 366-379. Recuperado de: <https://www.academia.edu>

Simancas, E. y García, M. (2017). Gestión de la comunicación en las universidades públicas españolas. El profesional de la información, 26(4), 735-744. <https://doi.org/10.3145/epi.2017.jul.17>

Simón, J. (2014). El uso de las Redes Sociales en el ámbito de la comunicación universitaria andaluza. Revista Internacional de Relaciones Públicas, 4(8), 139-160.
<http://doi.org/10.5783/RIRP-82014-08-139-160>

UNESCO (2003). Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial. Recuperado de: <http://www.unesco.org/culture/ich/es/convención>

Villalobos, F., Mosquera, A., Leal, L.P., y Camargo, C. (2016). Módulo contenidos digitales. Relatos digitales en clave de paz. Recuperado de: <https://www.minicultura.gov.co>