

# LA IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN UNA INSTITUCIÓN EDUCATIVA EN MÉXICO

## THE IMPORTANCE OF THE KNOWLEDGE MANAGEMENT IN THE MASS MEDIA IN AN EDUCATIONAL INSTITUTION IN MEXICO

**Lidia Pamela Cortés Morales**

Universidad Autónoma de Querétaro, México

**Sandra Luz Guerrero Ramírez**

Universidad Autónoma de Querétaro, México

**Vanesa del Carmen Muriel Amezcua**

Universidad Autónoma de Querétaro, México

Autor para correspondencia: Lidia Pamela Cortés Morales, email: [mdi.lidia.cortes@gmail.com](mailto:mdi.lidia.cortes@gmail.com)

### Resumen

*El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo plantear la importancia de la gestión de conocimiento para el área de producción de un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa. Fue una investigación del tipo cuantitativa con alcances exploratorios-descriptivos, mediante un estudio de caso en la televisora de la Universidad de Querétaro, TvUAQ, en la ciudad de Querétaro. Se realizó una revisión teórica sobre la gestión del conocimiento y modelos del conocimiento, con la finalidad de diseñar un instrumento que nos permitiera conocer los aspectos y las condiciones para diseñar la metodología basada en gestión de conocimiento. Finalmente, se analizó la gestión del conocimiento y su aplicabilidad en un medio de comunicación multiplataforma.*

**Palabras clave:** medios de comunicación, gestión del conocimiento, televisión.

### Abstract

*The objective of this research is to state the importance of knowledge management in the production area of a multiplatform media at an educational institution. It is an investigation of the quantitative type with exploratory-descriptive scopes, through a case study in the Universidad de Querétaro television station, TvUAQ, in the city of Querétaro. A theoretical review on knowledge management*

*and knowledge models was carried out in order to design an instrument that would allow us to know the aspects and conditions to design the methodology based on knowledge management. Finally, knowledge management and its applicability in a cross-platform communication medium are analyzed.*

**Keywords:** knowledge management, media, television.

Recibido: 30/09/2019

Aceptado: 16/12/2019

### **Introducción**

El éxito de una empresa, organización o institución mantiene una relación directa con la solución de problemas y la toma de decisiones de los directivos. La gestión óptima de los recursos materiales, técnicos, humanos, tecnológicos, financieros e intelectuales es fundamental para fortalecer, incentivar, desarrollar y, finalmente, generar innovación en una organización, frente a una economía globalizada que exige del desarrollo e implementación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos y las metas específicas de la misma, y, de esta forma, generar impacto económico, social y cultural en las naciones. Valencia (2005) afirma que, en un ambiente como el actual —de gran competencia y desarrollo—, se necesitan cambios rápidos y permanentes; la supervivencia de las organizaciones consiste en su capacidad para generar valor agregado, lo cual depende de la capacidad de innovar, de la velocidad de

respuesta, de la adaptabilidad al cambio y de la habilidad para detectar las necesidades e importancia de los participantes, trabajadores o colaboradores de nuestra organización. Más aún cuando se trasciende a la dirección estratégica del conocimiento, que es el recurso más valioso que posee la organización, en su forma tangible o intangible plasmada en los productos o servicios que se ofrece. Este conocimiento a su vez se distingue y se traduce en la identidad de la organización.

El propósito del presente trabajo es plantear cuál es la importancia de la gestión del conocimiento en los medios de comunicación en el área de producción de un medio de comunicación multiplataforma de una institución educativa. Esta investigación es del tipo cuantitativa, con alcances exploratorios-descriptivos. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva, estadística inferencial (análisis no paramétricos y paramétricos), por medio del software de procesamiento SPSS.

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Querétaro, mediante un estudio de caso en la televisora denominada TvUAQ. Esta televisora se ha consolidado e integrado como parte del Sistema de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad Autónoma de Querétaro, la cual comenzó como un proyecto para la producción audiovisual de contenido en el año 2012. La Universidad gestionó y obtuvo la concesión para operar un canal de televisión en señal abierta en marzo de 2017 (Universidad Autónoma de Querétaro, 2017).

### Medios de Comunicación

Blesa (2006) afirma que para Habermas y otros científicos sociales, los medios de comunicación son la piedra angular en las sociedades democráticas, ya que actúan como *interlocutores* entre el Estado y la sociedad al generar un *espacio público* donde los asuntos de relevancia para la comunidad son discutidos abierta y pluralmente. Diversos estudios sobre medios de comunicación y sus efectos en el público hacen evidente la función en el desarrollo del todo social, no solo en la construcción de los sistemas culturales, en los sistemas educativos o en los sistemas económicos (Galindo, 2008).

Blesa (2006) enlista algunas de las razones por las que los medios de

comunicación juegan un papel determinante en las sociedades democráticas:

1. Los medios de comunicación generan información, cultura, educación y entretenimiento de calidad, todo lo cual contribuye a la creación y sostenimiento de una cultura.
2. Los medios de comunicación tienen una función delegada de supervisión y control en asuntos de interés público, especialmente los relativos a la gestión gubernamental de esos intereses y la acción del Estado.
3. En principio, esta función delegada se lleva a cabo, se sobreentiende, en el interés de los ciudadanos (la agenda pública).
4. Los medios de comunicación substancian, y a su vez hacen posible, uno de los derechos más importantes que caracterizan a la sociedad democrática: la libertad de expresión, presente en todas las constituciones de los Estados europeos, y en la Carta de Derechos Fundamentales de la Unión.
5. Finalmente, a los medios de comunicación se les asigna la función de suministrar una información accesible al público en general, atractiva para las audiencias y asequible económicamente.

## Televisión

La televisión es un aparato eléctrico que recibe y transmite imágenes y sonidos a distancia, el cual, se ha convertido en un medio de comunicación masivo y se encuentra en constantes cambios. Se cree que la televisión influye en la construcción de una identidad, pero no la determina (Diaspro, 2005). Otros autores, como Sartori (2002), afirman que nos encontramos en la era en donde la naturaleza misma de la comunicación se traslada a la imagen fundamentalmente, convirtiéndonos en *homo videns*.

Por otro lado, el término ‘pequeña pantalla’ se encuentra inmerso en un proceso de redefinición por parte de las nuevas generaciones. Este término fue acuñado en la década de los cincuenta y hace referencia despectivamente al menor tamaño del monitor de televisión frente a las mayores dimensiones de la pantalla cinematográfica (Sequera Díaz, 2013). Sin embargo, hoy el término se suma a pantallas Smart TV, lo cual complejiza y extiende el concepto de televisión. La tecnología digital ha traído consigo una reconfiguración profunda en los quehaceres de los medios de comunicación: la difusión, organización, jerarquización, presentación y elaboración de información (Salaverría, 2003).

## Sociedad del conocimiento

El concepto sirve para el análisis de transformaciones sociales, producto del desarrollo acelerado de tecnologías digitales de información y comunicación (TDIC) en la sociedad moderna, lo que permite el nacimiento de una nueva economía y sociedad basada, esencialmente, en el conocimiento. De suerte que el conocimiento se convierte en uno de los recursos más valiosos, fuente de poder de la más alta calidad y clave para el cambio (Nonaka y Takeuchi, 1999; Krüger, 2006). Para la UNESCO (2005) la noción de sociedad de la información y conocimiento se basa en los progresos tecnológicos; este concepto de sociedades del conocimiento comprende dimensiones sociales, éticas, económicas y políticas. Históricamente, el conocimiento ha sido un bien privado, con el paso del tiempo se ha convertido en un bien público (Pérez y Coutín, 2005). Los factores de tierra y trabajo no desaparecen, pero se hacen secundarios, debido al conocimiento (Drucker y González, 1994).

## Gestión del conocimiento

La norma ISO 9000-2000 define a la gestión como las actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización. El conocimiento es factor fundamental para la creación de riquezas (Aja, 2002). La alta dirección es la que se realiza por una persona o grupo de

personas que dirigen, controlan, construyen a partir del desarrollo de estrategias que permitan fortalecer los talentos y potencialidades (Tejada Zabaleta, 2011). Una organización es un sistema de personas, materiales, instalaciones e información con procesos, responsabilidades, autoridades y relaciones para la solución de problemas de forma eficiente (Aja, 2002).

La gestión del conocimiento es la gestión del capital intelectual de una empresa, es decir, de los activos intangibles, que aportan valor a la organización al momento de obtener desarrollar capacidades y competencias esenciales distintivas, tales como la capacidad de una empresa para aprender y adaptarse a las nuevas tendencias de la economía de los mercados y de la administración, porque gestiona la capacidad de actuar en base a los recursos de conocimiento de la organización (Aja, 2002; Monagas-Docasal, 2012; Villasan, 2019). En ese sentido, el valor de una empresa o institución radica en el conocimiento que tienen las personas que laboran en la organización.

Para Valencia (2005), la organización depende de su capacidad para generar valor agregado a sus clientes y proveedores, lo cual será la base de su competitividad. Está comprobado que el capital humano en forma de trabajadores con conocimientos exitosamente retenidos en una organización es esencial para la rentabilidad de una empresa. La gestión del capital intelectual en una

organización se realiza con la finalidad de añadir valor a los productos, servicios o procesos que se ofrecen al mercado y se convierten en un diferenciador competitivo; mejora la toma de decisiones, facilita la realización de tareas, construye redes de conocimiento, promueve la innovación y la generación de ideas (Guerrero, 2006; Ramos, 2014; Villasan, 2019). Sin embargo, factores que dificultan la gestión del conocimiento como la desestimación del poder educativo en la organización o el mantenimiento de obstáculos ante las nuevas formas de resolver un problema (Picco, Marchese y Ingrassia, 2007).

### **Productividad**

Por otro lado, la productividad es uno de los indicadores para medir el desempeño de una organización en relación a una serie de factores que se interconectan para el diseño, elaboración, realización, comercialización de un producto y/o servicio. La productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy y Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo y Ríos, 2015). En este sentido, la norma ISO 9000:2000 define a la eficiencia como “la extensión en la que se realizan las actividades planificadas y se alcanzan los resultados planificados”; y la

eficiencia es “la relación entre el resultado alcanzado y los recursos utilizados”.

En este sentido el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi, 2015), diseñó la Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (ENAPROCE), con la finalidad de generar información nacional sobre habilidades gerenciales que permitan conocer las características de operación y desarrollo de las mismas. A continuación, presentamos algunas de las temáticas de interés para la presente investigación:

- Inicio de operaciones.
- Personal ocupado, tiempo efectivo de trabajo y remuneraciones.
- Capacitación.
- Gastos de consumo de bienes o servicios.
- Capacidad de su negocio y expectativas de desarrollo.
- Apoyos gubernamentales y fuentes de financiamiento.
- Ambiente de negocios y regulaciones.
- Cadenas productivas.

Es importante generar instrumentos confiables que permitan la medición correcta y se conviertan en una herramienta de quienes toman decisiones, generando una base de datos para la toma de acciones asertivas (Rodríguez y Gómez Bravo, 1991).

## Metodología

Esta investigación fue del tipo cuantitativa, con alcances exploratorios descriptivos, con diseño transeccional para así explorar y describir la relación de tres variables: la gestión del conocimiento (GC), la productividad (P) y los medios de comunicación. Lo anterior mediante un estudio de caso en el área de producción de la televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, con una población total de 50 personas. El instrumento de recolección de datos fue mediante la técnica del cuestionario. El procesamiento de datos mediante el software estadístico SPSS y Excel. El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva e inferencial. La prueba de fiabilidad de instrumento fue mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach. Las pruebas realizadas para la comprobación de hipótesis fueron los coeficientes de chi-cuadrada y regresión lineal. La comprobación del modelo se realizó mediante pruebas de regresión lineal.

Se planteó como hipótesis que la gestión del conocimiento influye en la productividad de los medios de comunicación, con ello se pudo determinar la importancia de la gestión de conocimiento en los medios. Para la comprobación de hipótesis se realizó la prueba paramétrica de regresión lineal, la cual es un modelo estadístico para estimar el efecto

de una variable sobre otra. Estuvo asociado con el coeficiente  $r$  de Pearson, así se brindó la oportunidad de predecir las puntuaciones de una variable a partir de las puntuaciones de la otra variable. Entre mayor sea la correlación entre las variables (co-variación) hay mayor capacidad de predicción. De la misma forma, fue utilizada la prueba no paramétrica, chi-cuadrada utilizada para correlación de variables.

Para la elaboración del cuestionario se consideraron cuatro variables, con la finalidad de obtener datos comparativos para observar y analizar las variables de interés. El instrumento quedó integrado por 40 preguntas, en cinco bloques. El cuestionario fue diseñado

bajo la escala de Likert, que consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide la reacción de los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que externé su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o categorías de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación y al final su puntuación total, sumando las puntuaciones obtenidas en relación con todas las afirmaciones. Las afirmaciones califican al objeto de actitud que se está midiendo (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), como se muestra en la tabla a continuación:

**Tabla 1. Bloques del instrumento de medición para la presente investigación**

Bloque	Nombre del Bloque	Variable	Ítems
I	Datos generales		12
II	Gestión de conocimiento: es la gestión del capital intelectual en una organización, con la finalidad de dar valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen, y con ello generar o mantener ventaja competitiva (Guerrero, 2016).	GC	11
III	Gestión tecnológica de conocimiento: es la implementación de las nuevas tecnologías digitales de la información conforman y condicionan un nuevo uso de las formas en que transitan la información y la comunicación en la organización con una orientación a la gestión del conocimiento (Guerrero, 2016).	GTC	4
IV	Gestión de la innovación: las innovaciones tecnológicas son aquellas actividades o procesos que incorporan nuevas posibilidades o alternativas técnicas en la producción, orientadas por la existencia o identificación de oportunidades de mercado o necesidades de la población (Albuquerque, 2008).	GI	6

V	Productividad: la productividad se puede considerar como un indicador global del desempeño de una organización (Cequea, Monroy y Bottini, 2011), mide la eficiencia del trabajo y el capital para producir valor económico (Galindo y Ríos, 2015).	P	7
Total		40	

Fuente: Elaboración propia.

A continuación, se presenta una tabla con el diseño muestral para la aplicación de las encuestas:

**Tabla 2. Diseño muestral para la aplicación de instrumento**

Población: 50 personas.
Resultados estadísticos de la muestra: 41 personas.
Nivel de confianza: 95%.
Error: 5%.
Número real de aplicación de instrumentos: 43 personas.
Lugar, departamento e institución de aplicación: área de producción, Televisora de la Universidad Autónoma de Querétaro, por su denominación TvUAQ
Fecha: 31 de enero, 1 y 5 de febrero, 11 de abril de 2019.
Personal a quienes se les aplicó el cuestionario: productores (honorarios, base, eventuales), coordinadores, becarios, prácticas profesionales, servicio social.

Fuente: Elaboración propia.

**Figura 1. Fórmula utilizada para determinar la muestra**

Fórmula para selección de muestra

$$n = \frac{\sigma^2 N p q}{e^2 (N - 1) + \sigma^2 p q}$$

N= 45  
n= 41  
P=.50 (probabilidad de ocurrencia del evento)  
Q=.50 (probabilidad de no ocurrencia del evento)  
Confianza de 95%  
E=.05  
Z=1.96 (valor de Z en tablas 95%)

Fuente: Elaboración propia.



## Resultados

### Prueba de confiabilidad (Alfa de Cronbach)

El resultado del Alfa de Cronbach es de .844, para lo cual Bhatnagar, Kim, y Many (2014) en su estudio “Candidate Surveys on Program Evaluation: Examining Instrument Reliability, Validity and Program Effectiveness”, presentan la siguiente escala para la validación

con Alfa de Cronbach: excelente ( $\alpha > 0.9$ ), bueno ( $0.7 < \alpha < 0.9$ ), aceptable ( $0.6 < \alpha < 0.7$ ), deficiente ( $0.5 < \alpha < 0.6$ ), no aceptable ( $\alpha < 0.5$ ). Se sometieron 28 elementos de la encuesta a la prueba de Alfa de Cronbach que fueron los elementos de las variables a medir. El procesamiento no excluyó ningún elemento. Lo anterior confirma que el instrumento utilizado tiene una alta confiabilidad como forma de recolección de datos.

**Tabla 3. Resultados de estadística y fiabilidad**

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
.844	28

Fuente: Elaboración propia.

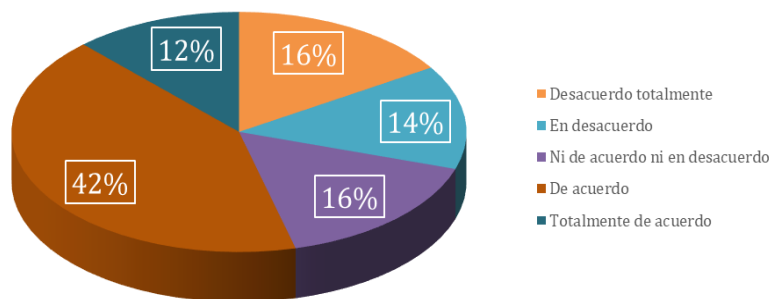
## Resultados descriptivos

### Gestión del conocimiento

La pregunta hace referencia a si los sujetos en la organización reconocen las acciones entorno a la gestión del conocimiento, identificando en un primer momento el concepto, siendo la gestión del conocimiento un intangible que aporta valor a la organización y permite el funcionamiento óptimo y el crecimiento de una organización

(Guerrero, 2006). En este sentido, los sujetos encuestados de la pregunta: ¿es familiar el concepto de la gestión del conocimiento?, 42% estuvo de acuerdo, 16% ni en acuerdo ni en desacuerdo y 16% estuvo totalmente de acuerdo. Esta pregunta fue diseñada para evaluar la familiarización con el concepto de gestión de conocimiento. Podemos inferir con lo anterior que, al intentar diseñar y/o implementar un mecanismo de acción tendrá mejores resultados a partir de una base conceptual.

**Figura 2. Familiaridad con la gestión del conocimiento**

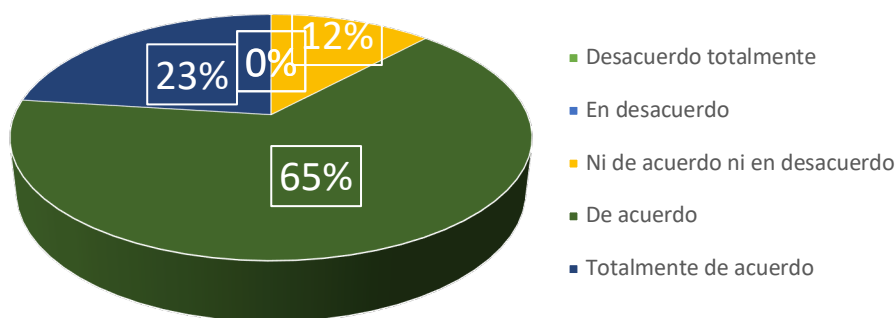


Fuente: Elaboración propia.

Reconociendo y vinculando el conocimiento como parte del capital intelectual, tal como lo sugieren Ajá (2002), Guerrero (2006), Monagas-Docasal (2012), Ramos (2014) y Villasán (2019), permite visibilizar y tomar acción prioritaria en la gestión del conocimiento. De este modo, se preguntó si la gestión del conocimiento permitía el aumento del capital intelectual de la organización. De los sujetos encuestados 65% estuvo de acuerdo, mientras que 23% dijo estar

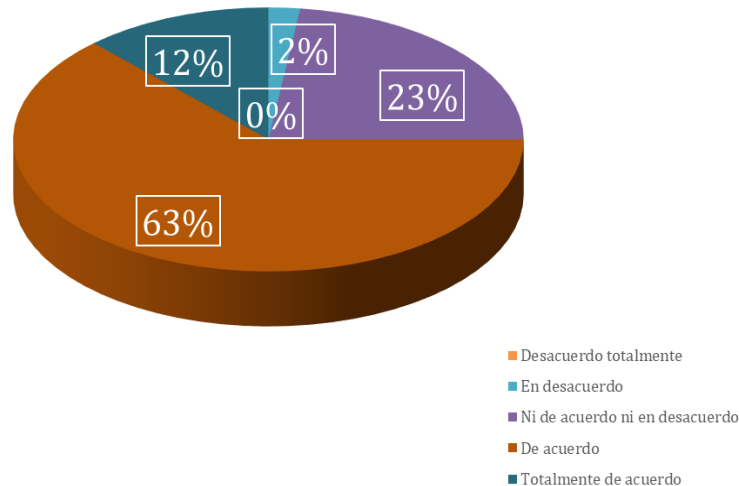
totalmente de acuerdo, solo 12% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo. Lo anterior nos permitió inferir que casi 88% de los casos piensa que el conocimiento es el capital de una empresa u organización. Es decir, al conocimiento se le da un valor relevante dentro de una organización. Se infiere que el 12% que no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, tuvo una noción poco clara del concepto de gestión del conocimiento.

**Figura 3. La gestión del conocimiento permite que aumente el capital intelectual de la organización**



Fuente: Elaboración propia.

**Figura 4**  
*La gestión del conocimiento se encuentra presente en los procesos de producción*



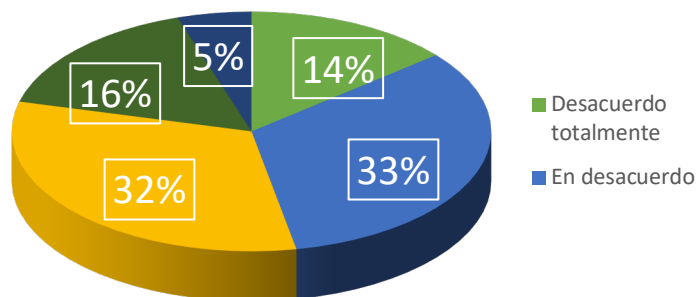
Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el fundamento teórico referido en esta investigación (Cequea, Monroy y Bottini, 2011; Galindo y Ríos, 2015; ISO 9000:2000; Guerrero, 2006; Norma, 2014), el proceso de producción es la parte medular de una organización, puesto que en este se encuentran condensados y aplicados todos los conocimientos administrativos, tecnológicos y humanos de una organización. La correcta gestión del conocimiento posibilita la mejora y el crecimiento de la productividad. Se preguntó si la gestión del conocimiento se encontraba presente en los procesos de producción de la organización;

12% contestó que estaba totalmente de acuerdo, 63% que estaba de acuerdo, mientras que 23% no estuvo de acuerdo ni en desacuerdo. En general, se percibe que en la organización existe gestión del conocimiento y que se encuentran en los procesos de producción. Sin embargo, a través del 23% que estuvo en acuerdo ni en desacuerdo, se puede inferir que: 1) no se identifican claramente los procesos de gestión del conocimiento; y, 2) los procesos de producción no son acordes a la gestión del conocimiento.

**Figura 5**

***Existen manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos***



*Fuente:* Elaboración propia.

Para la pregunta sobre la existencia de manuales, guías y documentos de los procedimientos y conocimientos de sus procesos; 5% estuvo totalmente de acuerdo, 16% estuvo de acuerdo, 32% no estuvo ni de acuerdo ni en desacuerdo, 33% estuvo en desacuerdo y 14% estuvo totalmente en desacuerdo.

La dicotomía de la respuesta sobre la existencia o no de manuales, guías y documentos abre una brecha de cuestionamientos. Sin embargo, parcialmente se infiere dos cosas: primero que pudieran no existir dichos manuales; dos no se tiene ni una

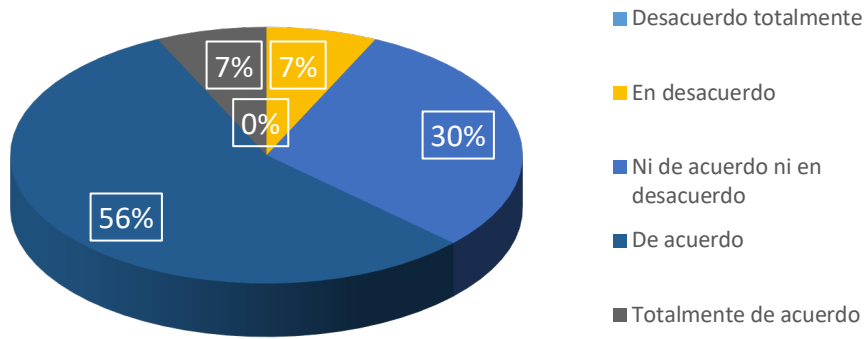
estrategia y/o protocolo para su correcta difusión. En este sentido, Nonaka y Takeuchi (1999) consideran que el conocimiento se encuentra en el tipo tácito.

Así mismo, Galindo y Ríos (2015; ISO 9000:2000) afirman que la productividad mide la eficiencia del trabajo y la optimización de recursos, reconociendo factores como gastos, costos, tiempos de trabajo. Sin embargo, sin la existencia de esta información contenida en manuales, guías y documentos dificulta la medición y control de la productividad.

**Gestión de la productividad**

En términos de productividad se contestó lo siguiente:

**Figura 5. Los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia**

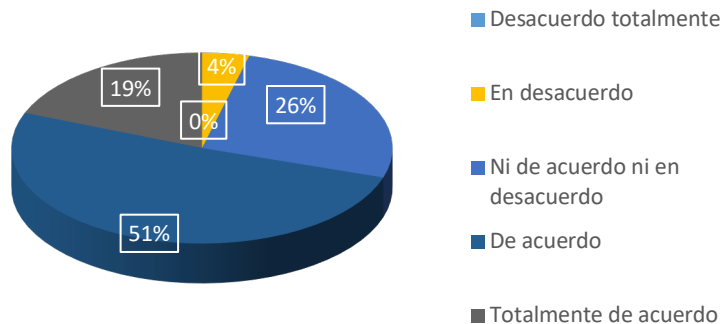


Fuente: Elaboración propia

Como hemos dicho anteriormente, la productividad es medida a partir de diversos factores cuantitativos, estimados desde las ciencias administrativas. Sin embargo, cuando hablamos de medios de comunicación entran en juego otros factores, como los derechos de las audiencias, códigos de éticas, líneas editoriales o legislaciones federales en términos de comunicación e información.

Para la pregunta ¿se consideraba que los tiempos de entrega eran adecuados?, 56% de los encuestados percibió que los tiempos de entrega son adecuados, en términos de eficiencia y eficacia. Mientras que 7% estuvo en desacuerdo y 7% percibió que hubo problemas de eficiencia dentro de la organización.

**Figura 6. La productividad de la organización necesita de mejoras en los procesos**

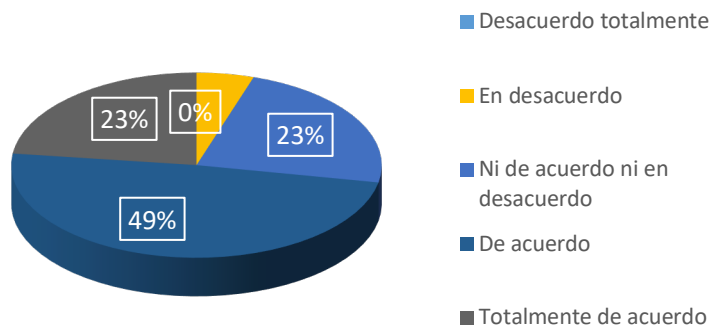


Fuente: Elaboración propia.

Sin embargo, se preguntó si consideraban que la productividad de la organización necesitaba mejoras en los procesos; a lo cual 19% de los encuestados contestó que estaban totalmente en desacuerdo; 51% estuvo de acuerdo, 26% ni de

acuerdo ni en desacuerdo; y 4% estuvo en desacuerdo. Se puede observar el 56% estuvo de acuerdo que los tiempos de entrega de los productos son adecuados en términos de eficiencia y eficacia, sin embargo, cuando se realizó la pregunta.

**Figura 7. La optimización de recursos y eficiencia necesita de mejoras**

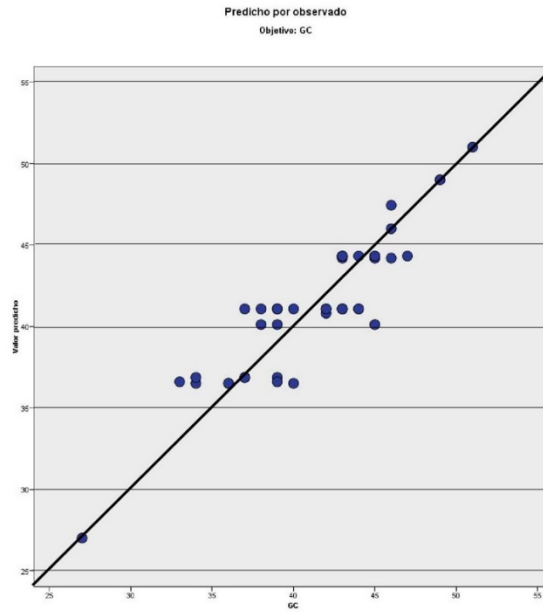


El 23% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo que la optimización de recursos de la organización y que la eficacia necesita mejoras; 49% estuvo de acuerdo; 23% ni de acuerdo ni en desacuerdo; mientras que

5% estuvo en desacuerdo. Es decir, existe un elevado porcentaje de personas que tienen la percepción que la organización tiene fallas en la optimización y eficiencia de recursos.

**Resultado y gráfica inferencial**

**Figura 8. Regresión lineal con objetivo en la (GC) como variable dependiente, (GTC), (GI) y (P) como variables independientes**



Fuente: Elaboración propia

El método utilizado fue modelo lineal. Los sujetos registrados en la investigación fueron 43, con un nivel de confianza de 95%. Se incluyeron efectos con valores *p* inferiores a 0.05 y se eliminaron efectos con valores de

superiores a 0.1, donde *gestión del conocimiento* fue la variable de pendiente y los predictores fueron *gestión tecnológica del conocimiento, productividad, gestión de la innovación*.

**Tabla 4. Comprobación de hipótesis**

Hipótesis	Prueba	Validación
<i>H1.</i> La gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.	Regresión lineal Independiente (GC) Dependiente (P) R=.000 t(constante)= 6.025 t (GC)=2.269 Chi-cuadrada Productividad (P) Chi-cuadrado =18.674 con 11 gl p=.067 Gestión Tecnológica del Conocimiento (GTC) Chi-cuadrado =25.442 con 8 gl p=.001 Gestión de la Innovación (I) Chi-cuadrado =24.442 con 19 gl p=.180	<i>Aceptada</i>

Fuente: Elaboración propia.

La hipótesis es validada con pruebas de regresión lineal y chi-cuadrada, arrojados del análisis estadístico SPSS, con las que se permitió observar la correlación entre las variables. Como se pudo observar en la tabla 4, las variables de *gestión de conocimiento* y *productividad*, presentan una significancia .000, y *t* de 2.269, es decir, que se relacionó de mejor forma que con las variables GTC, GI con *t* (constante)= 6.025. Con lo que respecta a la prueba de Chi-Cuadrada se obtuvo que con la variable de *productividad* se obtiene en *p*= .067 y 18.674 con 11 gl, siendo la *productividad* y la *gestión tecnológica del conocimiento* (GTC) las variables dependientes con mayor relación a la *gestión del conocimiento*.

### Conclusiones

Los medios de comunicación son estructurantes para una sociedad; moldean comportamientos colectivos, educan, entretienen e informan. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento; afirmar el respeto a los principios de la moral social y dignidad humana; evitar influencia nocivas o perturbadoras de desarrollo armónico, entre otras funciones; esto de acuerdo al artículo 5° de la Ley Federal de Radio y Televisión (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012). Por lo anterior, es compromiso y responsabilidad social trabajar en el



mejoramiento y fortalecimiento de los medios de comunicación desde diferentes aristas; tecnología, capacitación, conocimiento, contenido, entre otras.

El estudio pudo dar cuenta que, en un medio de comunicación es importante realizar esfuerzos para diseñar estrategias, sistemas o modelos basados en gestión del conocimiento para en un primer momento administrar óptimamente los recursos y en un segundo momento, generar recursos propios que permitan el crecimiento sustentable y el desarrollo. En este sentido, se ha comprobado la hipótesis H1, en donde se afirma que la gestión del conocimiento influye en la productividad en los medios de comunicación.

Por otro lado, es importante señalar que la teoría de la gestión del conocimiento tiene origen desde las ciencias administrativas, de la mano de empresas de manufactura, dedicadas a la industria automotriz y tecnológica; el acercamiento de la gestión del conocimiento a los medios de comunicación, permite visibilizar la cantidad de información y conocimiento, al interior y al exterior, que debe ser manejado estratégicamente para generar contenidos de calidad, en marcados en códigos de éticas, manuales de estilo, pertinencia de la información, línea editorial, lineamientos de defensorías de derechos a las audiencias, entre muchas otras cosas. Toda esta información debe ser manejada estratégicamente en tomas de decisiones que favorezcan a la estructura organizativa,

manejo de información, para finalmente se dé como resultado un producto audiovisual, que con los avances tecnológicos se encuentran difundidas a diferentes plataformas (Televisión, YouTube, Facebook, cine, etc.); lo que implica mayor gestión de conocimiento técnico. A lo anterior, debemos sumar la inmediatez con la que los conocimientos deben ser manejados, esto por la naturaleza misma de los medios de comunicación, además de la obligación de los medios de adentrarse de lleno en la era tecnológica, en donde se debe buscar las formas para aumentar la capacidad de procesamiento de *Big Data*, desprendido de los avances tecnológicos y la cantidad monstruosa de información que se genera.

Cuando el conocimiento en un medio de comunicación se encuentra en el tipo tácito, es decir, que los procesos se transmiten de persona a persona, es necesario realizar esfuerzos para hacer la conversión de conocimiento tácito a explícito para el fortalecimiento de la empresa, para su correcto y asertivo funcionamiento.

En términos de productividad es fundamental establecer parámetros e indicadores formales para medir la productividad. Los indicadores de productividad en un medio de comunicación deben ser complejizados para ser determinados de forma cualitativa y cuantitativa. Existen áreas de oportunidad en la producción en un medio de comunicación.

Es importante tener presente que, aunque exista la actitud y disposición para el mejoramiento de la productividad y gestión del conocimiento, se necesita de una metodología que permita mejorar de las mismas.

La asertiva gestión del conocimiento permitiría a las instituciones educativas formar, fortalecer, desarrollar y posicionar sus medios de comunicación.

### Referencias bibliográficas

- Albuquerque, F. (2008). Innovación, transferencia de conocimientos y desarrollo económico territorial: una política pendiente. *Arbor*, 184(732), 687-700. Recuperado de doi:10.3989/arbor.2008.i732.215
- Aja, L. (2002). Gestión de información, gestión del conocimiento y gestión de la calidad en las organizaciones. *ACIMED*, 10(5), 7-8. Recuperado de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1024-94352002000500004&lng=es&tlng=es).
- Bhatnagar, R., Kim, J., y Many, J. E. (2014). Candidate surveys on program evaluation: Examining Instrument reliability, validity and program effectiveness. *American Journal of Educational Research*, 2(8), 683-690.
- Blesa, P. (2006). Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder? *Sphera Pública*, (6), 87-106.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión (2012). Ley de Radio y Televisión. Última reforma DOF 09-04-2012. Recuperado de <https://docs.google.com/document/d/1N31BCGk49IjyUxy4qEJnGvHIIxOOcwpp/edit#>
- Cequea, M. M., Monroy, C. R., y Bottini, M. A. N. (2011). La productividad desde una perspectiva humana: Dimensiones y factores. *Intangible capital*, 7(2), 549-584.
- Diaspro, M. O. (2005) La influencia de la televisión en la construcción de identidad en los jóvenes [Tesis de licenciatura]. Recuperado de <http://repositorio.uahurtado.cl/bitstream/handle/11242/5921/SOCDiaspro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Drucker, P., y González, P. (1994). La nueva sociedad de organizaciones. *Gestión y Estrategia*, 27(5), 129-138.
- Galindo, J. (2008). *Comunicación, ciencia e historia*. México: McGraw Hill.
- Galindo, M., y Ríos, V. (2015, agosto). Productividad. En *Estudios Económicos*, vol. I. México: México ¿cómo vamos?"

- Guerrero, S. (2016). *Uso de la gestión de la información (TI) y la gestión del conocimiento (GC) en la creatividad de los expertos en una industria automotriz* [Tesis de doctorado]. Universidad Autónoma de Querétaro, Querétaro, México.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2010). *“Metodología de la investigación”*. Quinta edición. Editorial Mc Graw Hill.
- Inegi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía). (2015) Encuesta nacional sobre productividad y competitividad de las micro, pequeñas y medianas empresas. Recuperado de <https://www.inegi.org.mx/programas/enaproce/2015/>
- ISO 9001-2000 (2000). *Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos*. Ginebra: ISO 2000.
- Krüger, K. (2006). El concepto de sociedad del conocimiento. *Revista bibliográfica de geografía y ciencias sociales*, 11(683), 742-798.
- Nonaka, I, y Takeuchi, H. (1999). *La organización creadora de conocimiento*. México: Oxford University Press.
- Monagas-Docasal, M. (2012). El capital intelectual y la gestión del conocimiento. *Ingeniería Industrial*, 33(2), 142-150. Recuperado de 07 de noviembre de 2019, de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362012000200006&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362012000200006&lng=es&tlng=es)
- Pérez, Y., y Coutín, A. (2005). La gestión del conocimiento: un nuevo enfoque en la gestión empresarial. *Acimed*, 13(6), 0-0.
- Picco, A., Marchese, A., y Ingrassia, R. (2007). Herramientas Tecnológicas para la Gestión de Conocimiento Organizacional. *Undécimas Jornadas “Investigaciones en la Facultad” de Ciencias Económicas y Estadística*. 27 y 28 de noviembre, Universidad Nacional del Rosario, Argentina.
- Ramos, N. (2014). *Gestión tecnología e innovación*. México: Pearson Educación.
- Rodríguez, F., y Gómez Bravo, L. (1991). *Indicadores de calidad y productividad de la empresa*. Caracas: Corporación Andina de Fomento / Editorial Nuevos Tiempos.
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81). 32-39. Recuperado de doi: 10.16921/chasqui.v0i81.1471
- Sartori, G. (2012). *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Buenos Aires: Taurus.
- Sequera Díaz, R. (2013). Televisión y redes sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 22, 1-16.
- Tejada Zabaleta, A. (2011). Los modelos actuales de gestión en las organizaciones. Gestión del talento, gestión del conocimiento y gestión por competencias. *Psicología desde el Caribe*, (12), 115-133.

UNESCO. (2005). *Informe Mundial de la UNESCO: Hacia las Sociedades de Conocimiento.*

Recuperado de [http://www.lacult.unesco.org/docc/2005\\_hacia\\_las\\_soc\\_conocimiento.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/2005_hacia_las_soc_conocimiento.pdf)

Universidad Autónoma de Querétaro. (2018). Acuerdo por el que se crea el Sistema Universitario de

Radio, Televisión y Cinematografía. Recuperado de

[https://surtc.uaq.mx/index.php/normatividad/acuerdo-por-que-se-crea-el-sistema-](https://surtc.uaq.mx/index.php/normatividad/acuerdo-por-que-se-crea-el-sistema-universitario-de-radio-television-y-cinematografia)

[universitario-de-radio-television-y-cinematografia](https://surtc.uaq.mx/index.php/normatividad/acuerdo-por-que-se-crea-el-sistema-universitario-de-radio-television-y-cinematografia)

Valencia, M. (2005). El capital humano, otro activo de su empresa. *Entramado*, 1(2), 20-30.

Villasan, L., (2019) La importancia del flujo del conocimiento en las organizaciones. Ponencia

presentada en Congreso Internacional de Investigación en Ciencias Administrativas 2019, en

C. González Presidencia. Simposio llevado a cabo en el XXIII Congreso Internacional de

Acacia, San Luis Potosí, México.