

FORMAÇÃO DA COMUNICAÇÃO DIGITAL NA ATIVIDADE ORGANIZACIONAL E PEDAGÓGICA DA UNIVERSIDADE

FORMACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA ACTIVIDAD ORGANIZATIVA Y PEDAGÓGICA DE LA UNIVERSIDAD

FORMATION OF DIGITAL COMMUNICATION IN THE ORGANIZATIONAL AND PEDAGOGICAL ACTIVITY OF THE UNIVERSITY

Anna ZOTOVA¹
Raziyat RABADANOVA²
Sergei KOLGANOV³
Maria BORODINA⁴
Anna BASMANOVA⁵

RESUMO: Os autores realizaram um estudo sociológico com análise mais aprofundada das oportunidades e ameaças associadas à introdução do ambiente digital. Os critérios propostos para a digitalização da modelagem estão focados em ativar o potencial inovador e criativo dos alunos, atividade científica e de projeto do corpo docente, bem como na melhoria do nível profissional de formação de pessoal e funcionários da universidade, inclusive contribuindo para o desenvolvimento pessoal e melhorando a eficiência do trabalho. Esses critérios permitem que a marca universitária assuma uma posição estável em um ambiente competitivo e amplie o público-alvo. A introdução de um ambiente digital de informação e comunicação torna estável o desenvolvimento econômico da universidade e, como resultado, amplia as opções de parcerias, projetos científicos e educacionais de grande envergadura que dão o direito de entrar no espaço sociocultural moderno de o país e o mundo.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação digital. Ambiente digital universitário. Recursos educacionais. Digitalização.

RESUMEN: Los autores realizaron un estudio sociológico con un mayor análisis de las oportunidades y amenazas asociadas con la introducción del entorno digital en el. Los criterios propuestos para la modelización de la digitalización se centran en activar el potencial innovador y creativo de los estudiantes, la actividad científica y proyectual del profesorado, así como en mejorar el nivel profesional de formación del personal y los empleados de la universidad, incluyendo la contribución al desarrollo personal y mejorar la eficiencia laboral.

¹ Universidade Estatal de Moscou de Tecnologias e Gestão K.G. Razumovsky, Moscou – Rússia. Candidato de Ciência em Filologia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0025-5332>. E-mail: annazot@bk.ru

² Universidade Estatal de Moscou de Tecnologias e Gestão K.G. Razumovsky, Moscou – Rússia. Candidato de Ciências em Pedagogia. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1083-3212>. E-mail: raziyat@bk.ru

³ Instituto de Aviação de Moscou (MAI), Moscou – Rússia. PhD (c). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2684-4805>. E-mail: reality731@yandex.ru

⁴ Universidade da Amizade dos Povos da Rússia (RUDN), Moscou – Rússia. PhD (c). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1736-1094>. E-mail: borodina_mra@pfur.ru

⁵ Universidade da Amizade dos Povos da Rússia (RUDN), Moscou – Rússia. Professor Associado. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7232-9874>. E-mail: basmanova_aa@pfur.ru

Estos criterios permiten que la marca universitaria tome una posición estable en un entorno competitivo y amplíe el público objetivo. La introducción de un entorno digital de información y comunicación estabiliza el desarrollo económico de la universidad y, como resultado, amplía las opciones de asociaciones, proyectos científicos y educativos de gran escala que dan derecho a ingresar al espacio sociocultural moderno de el país y el mundo.

PALABRAS CLAVE: *Comunicación digital. Entorno digital universitario. Recursos educativos. Digitalización.*

ABSTRACT: *Authors conducted a sociological study with further analysis of the opportunities and threats associated with the introduction of the digital environment. The proposed criteria for modeling digitalization are focused on activating the innovative and creative potential of students, scientific and project activity of the teaching staff, as well as on improving professional level of training of personnel and employees of the university, including contributing to personal development and improving labor efficiency. These criteria allow the university brand to take a stable position in a competitive environment and expand the target audience. The introduction of a digital information and communication environment makes the economic development of the university stable, and, as a result, expands the options for partnerships, large-scale scientific and educational projects that give the right to enter the modern socio-cultural space of the country and the world.*

KEYWORDS: *Digital communication. University digital environment. Educational resources. Digitalization.*

Introdução

Na nova sociedade da informação, a comunicação é uma das principais atividades, sendo independente e "servindo" outras esferas da vida (VDOVINA *et al.*, 2021). A variedade de canais de transmissão de informações e a capacidade de planejar e implementar estratégias de comunicação utilizando diversas ferramentas formam um novo ambiente de informação não só na sociedade, mas também em uma única organização (DUDIN *et al.*, 2020; SLEPOV *et al.*, 2021 2e).

Por exemplo, o ambiente universitário vem se desenvolvendo ativamente nos últimos cinco anos na direção da digitalização (EVSIKOVA *et al.*, 2022), formatos de ensino à distância, comunicação pela Internet com o público estudantil e os candidatos (ZHAROV *et al.*, 2022), bem como na direção de automação e tecnologias de computação que podem garantir uma gestão eficaz da universidade e organizar um ambiente pedagógico inovador promissor (GONCHAROVA; GONCHAROVA, 2019; USACHEVA; CHERNYAKOV, 2020; VANYUSHKINA, 2019).

A digitalização está se tornando uma das condições dominantes para a formação do capital publicitário da universidade, seu status em classificações russas e internacionais (KLIMOV et al., 2019, KUZ'MIN, 2019; VAN HEERDEN; GOOSEN, 2020). Com base nisso, em nosso artigo buscamos imaginar como pode ser um modelo efetivo de informação e comunicação da atividade organizacional e pedagógica da universidade, focado em funcionários e professores, alunos e candidatos.

Materiais e Métodos

Não há dúvida de que é possível garantir a transição para as tecnologias educacionais digitais apenas através de uma transição geral para o espaço de comunicação digital de toda a universidade (HERNÁNDEZ DE VELAZCO *et al.*, 2020). Para implementar tal transição, decidimos testar a atitude e a prontidão de estudantes e funcionários da universidade para tal transformação. Realizamos um estudo sociológico piloto (RETS *et al.*, 2022) sobre o tema: "Pesquisa da atitude do corpo docente e discente para a formação do ambiente digital da universidade". Este estudo piloto envolveu 150 entrevistados, incluindo estudantes e professores de universidades de Moscou (públicas e privadas). A idade e o sexo, bem como as áreas de formação e esfera profissional dos professores foram escolhidos aleatoriamente, porque neste caso era importante para nós obter uma seção transversal em relação à digitalização.

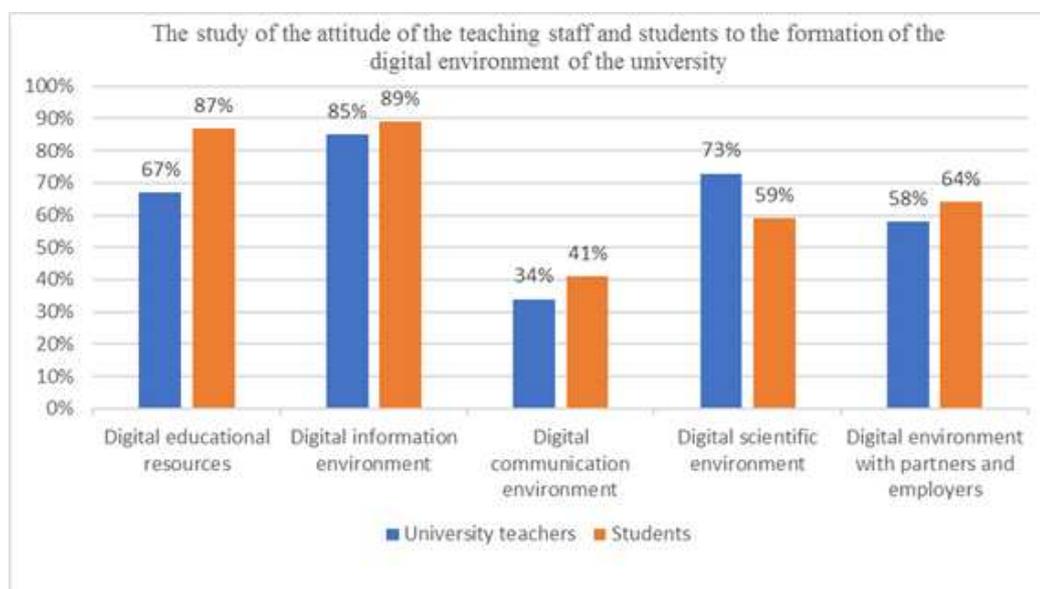
Resultados

Com base nos dispositivos formulados por nós, realizamos um estudo sociológico com o objetivo de esclarecer a atitude de professores e alunos em relação ao problema da formação do ambiente digital da universidade em diversas direções:

1. Recursos educacionais;
2. Ambiente de informação;
3. Ambiente de comunicação;
4. Ambiente científico;
5. Interação com parceiros e potenciais empregadores.

Os resultados são apresentados no diagrama: ver Figura 1 (diagrama).

Figura 1 – A atitude do corpo docente e discente frente à formação do ambiente digital da universidade⁶



Fonte: Elaborado pelos autores

Ressalta-se que os dados apresentados no diagrama indicam uma série de características e pontos problemáticos associados ao processo de digitalização do ambiente universitário. Analisaremos a maior e a menor resposta à formação do campo da comunicação digital nas atividades organizacionais e pedagógicas das universidades.

A maior resposta foi causada pelo ambiente de informação digital, uma vez que tanto os professores como os alunos estão interessados em obter informações no âmbito de um serviço de informação na Internet, e não através de anúncios, mensagens orais de funcionários/gerentes, mensageiros, etc.

A menor resposta foi causada pelo ambiente de comunicação digital, uma vez que professores e alunos estão focados na comunicação direta, a comunicação interpessoal, a presença física na equipe é importante para muitos, e eles não têm certeza de que a comunicação em rede será idêntica. No entanto, do ponto de vista da resolução de várias questões de trabalho, alguns inquiridos consideram este tipo de comunicação eficaz, especialmente quando é necessário resolver situações problemáticas ou de conflito, quando é possível fornecer correspondência ou um documento eletrônico. Deve-se notar que também não avaliamos esse

⁶ Legenda: Cor Azul: Professores universitários; Cor Laranja: Estudantes. Primeiro agrupamento do gráfico: Recursos educacionais digitais; Segundo agrupamento: Ambiente digital de informação; Terceiro agrupamento: Ambiente comunicativo digital; Quarto agrupamento: Ambiente científico digital; Quinto agrupamento: Ambiente digital com parceiros e empregados.

critério como substituindo completamente a comunicação off-line, mas apenas como um canal adicional.

Os indicadores percentuais para os demais critérios confirmam a necessidade de introduzir um ambiente digital no trabalho da universidade, mas não podem substituir completamente as áreas tradicionais de atividades profissionais e educacionais.

As direções formadoras de sistemas de digitalização da universidade incluem a organização de e-learning, educação a distância, automação do trabalho, processos econômicos e legais, gestão da educação e da ciência, a criação de EER (recursos educacionais eletrônicos: programas de literatura educacional, casos, conteúdo de vídeo, etc.), plataformas científicas e tecnológicas da Internet para a implementação de atividades do projeto. Esta abordagem é capaz de participar ativamente na formação da economia do conhecimento, novas técnicas pedagógicas, novas ferramentas de comunicação com alunos e candidatos, bem como dentro da organização entre o corpo docente e funcionários de diferentes departamentos. Vejamos isso com mais detalhes na tabela.

Tabela 1 – Espaço digital de informação e comunicação da universidade

Espaço de informação e comunicação da universidade para FUNCIONÁRIOS/PROFESSORES	Espaço de informação e comunicação da universidade para ESTUDANTES
Formação de recursos educacionais de informação da universidade.	Formação de recursos educacionais de informação da universidade.
Formação de um ambiente digital de informação e comunicação focado em atividades organizacionais e pedagógicas.	Formação de um ambiente digital de informação e comunicação focado no desenvolvimento e manutenção das competências dos alunos.
Formação de um banco de dados de informações e recursos educacionais e serviços web 2.0 de fontes de terceiros.	Formação de um banco de dados de informações e recursos educacionais e serviços web 2.0 de fontes de terceiros.
Organização de um canal eficaz de comunicação e feedback (professor-professor // professor-funcionário / / funcionário-empregado // professor e funcionário-gerente // gerente-gerente).	Organização de um canal eficaz de comunicação e feedback (professor-aluno / / funcionário-aluno).
Formação do ambiente de desenvolvimento profissional e autorrealização do colaborador.	Formação do pensamento crítico no processo de trabalho com fontes de informação.
Formação de um espaço digital científico e prático para atividades educativas, participação em bolsas e outros programas/eventos/concursos).	Formação de portfólios de alunos.

Formar parcerias com potenciais parceiros e empregadores, etc.	Formação de uma cosmovisão científica e prática, etc.
Ameaças	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Uma grande variedade de informações e fluxos de informação não controlados; 2. Interseção de ambientes virtuais e reais; 3. Ruídos técnicos; 4. Semântica errônea de interpretação da informação; 5. Desconfiança de uma fonte externa de informação; 6. Características psicolinguísticas individuais da percepção da informação e trabalho posterior com ela; 7. Falhas de comunicação, etc. 	

Fonte: Elaborado pelos autores

Na tabela apresentada, os seguintes fatores são os mais eficazes: digitalização de materiais educativos, o desenvolvimento de um ambiente educacional digital e comunicação web, o uso de serviços de redes sociais web 2.0, ativação do potencial criativo e inovador dos alunos, bem como a formação de pensamento crítico baseado em modernas tecnologias de informação e comunicação, o desenvolvimento da literacia e da cultura digitais. Além disso, um único espaço digital torna possível interagir de forma eficaz e rápida com toda a estrutura da universidade, resolver rapidamente tarefas, formar seu próprio ambiente organizacional e pedagógico único, levando em conta as novas tendências e exigências do mercado de serviços educacionais, bem como aumentar constantemente o potencial intelectual do corpo docente, crescimento pessoal e profissional.

As possíveis ameaças e "ruídos" listados (técnicos, informativos, comunicativos) não são apenas uma afirmação do fato de que tais pontos problemáticos existem nas atividades das universidades, mas também um sinal de que a previsão e o conhecimento dessas ameaças podem evitá-las com antecedência, ou minimizá-las no processo de concepção de tais modelos do ambiente comunicativo digital (SANCHEZ; ALEMAN, 2011).

Assim, de acordo com os resultados de nossa pesquisa, a digitalização do ambiente de informação e comunicação da universidade deve incluir os seguintes sistemas:

1. *Plataforma educacional digital (oportunidades:* popularização de atividades científicas e inovadoras entre os alunos; criação de banco de dados de conteúdos educacionais; integração da ciência e do setor de mercado de serviços; desenvolvimento e aplicação de formatos de aprendizagem eletrônica; desenvolvimento da educação a distância; formação de cultura e alfabetização digitais, bem como competências profissionais; desenvolvimento de aprendizagem baseada em projetos dentro da universidade e em conjunto com parceiros).

2. *O sistema de biblioteca eletrônica da universidade* (**oportunidades**: fornecimento competente e acessível do processo educacional; disponibilidade de informações necessárias para a obtenção de conhecimento; criação de um arquivo eletrônico / digital de obras dos alunos (projetos, diploma e trabalhos de mestrado, etc.).

3. *Comunicação digital interna e externa* (**oportunidades**: uma plataforma web para a troca de informações dentro da universidade, e não apenas correio corporativo, digitalização da gestão de documentos, quadros de informação virtuais, fóruns e chats; criação de canais de comunicação informais (clubes estudantis, etc.); comunicações externas usando design de imagem permitirá que você gerencie a reputação da universidade e implemente a estratégia de posicionamento da organização, difundir o conteúdo necessário para o público-alvo e a mídia, formar uma marca positiva da universidade, construir comunicação de relações públicas com a sociedade e representantes do governo, interagir com o setor público, etc.) .

Conclusão

Assim, construindo um modelo de desenvolvimento universitário, nos baseamos nas tendências avançadas da comunidade mundial, que hoje é interpretada como uma sociedade do conhecimento. O moderno modelo de desenvolvimento da informação consiste não apenas no uso de novos canais de comunicação de massa, na disponibilidade de tecnologias de informação e comunicação, recursos digitais, mas também é representado por um novo tipo de sociedade, em que um dos principais recursos é o conhecimento.

As características inerentes à sociedade do conhecimento no domínio do desenvolvimento e da aplicação da comunicação digital são as seguintes:

- O conhecimento e a disponibilidade de informação são condições necessárias para o desenvolvimento da sociedade;
- O espaço digital de informação e comunicação é a base de uma nova formação econômica;
- O desenvolvimento ativo das tecnologias constitui a base para o funcionamento eficaz da sociedade;
- A formação do conceito de consciência de "elite", baseada na atividade educativa e na aquisição de novos conhecimentos e competências ao longo da vida, é a essência da sociedade moderna;

- A qualidade de vida de um indivíduo depende diretamente do nível da sua literacia e cultura digitais, da capacidade de utilizar as tecnologias de TI em atividades profissionais e pessoais.

Com base nesses critérios, podemos supor que a formação da comunicação digital nas atividades organizacionais e pedagógicas da universidade atende diretamente aos requisitos da sociedade do conhecimento, portanto, tal estratégia permitirá que a universidade assuma uma posição estável no mercado, introduzindo um ambiente digital unificado com pessoal profissional, bem como representando graduados competitivos.

A Sociedade do Conhecimento em relação às atividades da universidade demonstra o desenvolvimento de vários processos que são importantes nas condições atuais. Do ponto de vista da modelagem estratégica, a política de informação e comunicação da universidade deve atender a uma série de critérios:

- 1) O conhecimento como base do sucesso em qualquer campo de atividade;
- 2) Os representantes da consciência da elite estão constantemente focados na obtenção de novos conhecimentos aplicados;
- 3) O mercado de serviços educacionais é muito dinâmico, há sempre uma alta demanda por educação de qualidade;
- 4) A digitalização do ambiente educacional, científico e industrial é uma das condições mais importantes do novo tempo.

Uma vez que a maior percentagem do público-alvo no domínio da educação são os jovens, a comunicação deve também ser construída de acordo com as exigências das gerações Z e Alpha, que são gerações digitais. São eles que se tornam a elite doméstica profissional, capaz de promover o progresso científico, técnico, sociocultural, etc. A formação da consciência de elite começa na escola e deve atingir seu ponto mais alto na universidade ao obter competências profissionais. Nesse caso, a comunicação devidamente estruturada desempenha um papel importante não apenas na relação professor-aluno, mas também em todas as estruturas universitárias, uma vez que a comunicação construída apenas em uma estrutura organizacional não pode ser eficaz, deve ser comum.

A ausência de uma política de comunicação competente reduz a eficácia da universidade como um todo, afeta negativamente a qualidade da educação e da formação de pessoal qualificado e pode levar a várias ameaças e consequências (análise SWOT).

A aplicação de tal processo de modelagem de um ambiente digital eficaz na gestão das atividades de informação e comunicação da universidade está focada em um sério "redesenvolvimento" da estrutura da universidade, seus departamentos e pessoal capaz de

implementar tal modelo em ação. Há também a necessidade de uma transição no campo da gestão para métodos que operam em processos de negócios modernos, a transformação da cultura corporativa organizacional, a formação de um ambiente empreendedor na universidade, uma cultura de consumo de serviços digitais e o desenvolvimento da alfabetização informacional em todos os níveis.

O material apresentado pode ser utilizado como introdutório no processo de desenvolvimento da estratégia de comunicação da universidade, do ambiente educacional digital, da plataforma Internet de orientação de informação e comunicação, da digitalização das atividades da universidade em todos os níveis, etc. O artigo é focado não apenas em universidades estaduais, mas também em organizações comerciais, bem como organizações que prestam serviços educacionais, empreendedores individuais, organizações juvenis sem fins lucrativos, etc.

REFERÊNCIAS

- DUDIN, M. N. *et al.* Situation and problems of digitation of university management in Russia and in three Latin-American countries (Argentina, Chile, and Brazil). **Formacion Universitaria**, v. 13, n. 6, p. 61-76, 2020. Disponível em: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45030663>. Acesso em: 20 jan. 2022.
- EVSIKOVA, T. *et al.* Development of information culture as a key attribute of a modern specialist in the process of training future translators. **Revista EntreLinguas, Araraquara**, v. 8, n. esp. 1, Mar. 2022. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/article/view/16938>. Acesso em: 03 fev. 2022.
- GONCHAROVA, M.; GONCHAROVA, N. Reloading the system of higher education in the conditions of the formation of the digital educational environment in the Russian Federation. **Psychological and pedagogical journal Gaudeamus**, v. 18, n. 4, 42, p. 7-14, 2019.
- HERNÁNDEZ DE VELAZCO, J. J. *et al.* Relevance and social responsibility of sustainable university organizations: analysis from the perspective of endogenous capacities. **Entrepreneurship and Sustainability Issues**, v. 7, n. 4, p. 2967-2977, 2020. Disponível em: <https://jssidoi.org/jesi/article/565>. Acesso em: 20 maio 2022.
- KLIMOV, A. *et al.* About the Digital Ecosystem of The Modern University. **Modern Information Technologies and It Education**, v. 15, n. 4, p. 815-824, 2019.
- KUZ'MIN, P. Semiotic method for knowing reality: limits of applicability. **Bulletin of the Russian university of friendship of peoples. Series: theory of language. Semiotics. Semantics RUDN**, v. 10, n. 3, p. 610-621, 2019.
- RETS, N. *et al.* Effectiveness of foreign language teaching techniques: provision of feedback as a way to correct writing mistakes. **Revista EntreLinguas, Araraquara**, v. 8, n. esp. 1, Mar.

2022. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/entrelinguas/article/view/16934>. Acesso em: 18 abr. 2022.

SANCHEZ, J. J.; ALEMAN, E. Teachers' opinion survey on the use of ICT tools to support attendance-based teaching. **Computers & Education**, v. 56, n. 3, p. 911-915, Apr. 2011. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S036013151000326X>. Acesso em: 02 maio 2022.

SLEPOV, V. A. *et al.* Methodological Approaches to Financing Higher Education Institutions in the Context of Digitalizing the Russian Higher Education. **Revista Tempos e Espaços em Educação**, v. 14, n. 33, 2021. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/revtee/article/view/15928>. Acesso em: 23 fev. 2022.

USACHEVA, O.; CHERNYAKOV, M. Assessment of the readiness of higher educational institutions for the transition to a digital educational environment. **Vyshee obrazovanie v Rossii**, v. 29, n. 5, p. 53-62, 2020. Disponível em: https://vovr.elpub.ru/jour/article/view/2247?locale=en_US. Acesso em: 13 out. 2021.

VAN HEERDEN, D.; GOOSEN, L. Information and Communication Technologies to Change Education. **Conference: Proceedings of the South Africa International Conference on Education**, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/346717946_Information_and_Communication_Technologies_to_Change_Education. Acesso em: 17 fev. 2022.

VANYUSHKINA, V. University brand in digital educational environment. **Bulletin of the RSEU**, n. 4, p. 26-33, 2019.

VDOVINA, M. *et al.* The impact of digitalization on social and pedagogical work development. **Nuances: Estudos sobre Educação**, Presidente Prudente, v. 32, e021021, Jan./Dez. 2021. Disponível em: https://revista.fct.unesp.br/index.php/Nuances/article/view/9209/pdf_1. Acesso em: 08 Fev. 2022.

ZHAROV, A. N. *et al.* Impact of the Pandemic on the Learning Process of Foreign Students Studying in Russia and Prospects for Educational Migration. **European Journal of Contemporary Education**, v. 11, n. 2, p. 582-591, 2022.

Como referenciar este artigo

ZOTOVA, A.; RABADANOVA, R.; KOLGANOV, S.; BORODINA, M.; BASMANOVA, A. Formação da comunicação digital na atividade organizacional e pedagógica da universidade. **Revista on line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, v. 26, n. 00, e022141, 2022. e-ISSN:1519-9029. DOI: <https://doi.org/10.22633/rpge.v26i00.17330>

Submetido: 18/05/2022

Revisões requeridas: 23/06/2022

Aprovado: 10/09/2022

Publicado: 10/11/2022

Processamento e editoração: Editora Ibero-Americana de Educação.

Revisão, formatação, normalização e tradução.

