

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**



Representaciones comunicacionales de la acreditación universitaria  
ante el público externo: análisis comparado de piezas digitales públicas  
de la PUCP y la UNMSM (2022–2025)

Tesis para obtener el título profesional de Licenciada en Comunicación  
para el Desarrollo que presenta:

*Vania Ximena Mendiola Ulloa*

Asesora:

*Yolanda Luisa Clorinda Rodríguez González*

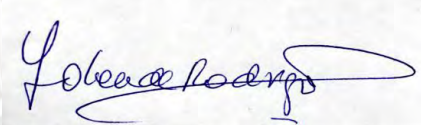
Lima, 2026

## Informe de Similitud

Yo, **Yolanda Luisa Clorinda Rodriguez Gonzalez**, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor de la tesis titulada **Representaciones comunicacionales de la acreditación universitaria ante el público externo: análisis comparado de piezas digitales públicas de la PUCP y la UNMSM (2022–2025)** de la autora **Vania Ximena Mendiola Ulloa** dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 18 %. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 24/3/2026.
- He revisado con detalle dicho reporte del trabajo, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 24 de marzo de 2026

Apellidos y nombres de la asesora: <b>Rodriguez Gonzalez, Yolanda Luisa Clorinda</b>	
DNI: 07613666	Firma 
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0001-9455-1724">https://orcid.org/0000-0001-9455-1724</a>	

## DEDICATORIA

A mi abuelo, Sixto Ulloa Rojas, quien siempre creyó en el poder transformador de la educación, y en mi capacidad para alcanzar lo que me propusiera.

A mi mamá, Carol Ulloa Valderrama, por ser ejemplo de tenacidad y fortaleza, por acompañarme en cada paso, escucharme, orientarme y apoyar desde el inicio mi decisión de estudiar Comunicación para el Desarrollo. Todo este recorrido es también suyo.

A mi hermano, Marco Mendiola Ulloa, por estar siempre dispuesto a escucharme en los momentos de mayor confusión, ofrecerme un consejo, una palabra de aliento o simplemente un espacio para ordenar mis ideas.

A mi hermano, Alessandro Mendiola Ulloa, por acompañarme, incluso sin acordarlo, en la aventura paralela de hacer nuestras tesis al mismo tiempo. Valoro lo que compartimos y la oportunidad de verlo crecer hacia el gran profesional que será.

A Snoopy Antonio Mendiola Ulloa, quien llegó para cambiar mi vida y enseñarme a mirar el mundo con otros ojos. Mi compañero silencioso, paciente y lleno de presencia. El responsable de tantas sonrisas y de destrabar más de un bloqueo al escribir.

A mi papá, Marco Antonio Mendiola Olivos, quien ya no se encuentra con nosotros, pero cuya huella permanece siempre. Es un honor llevar tu apellido y un privilegio ser tu hija. Gracias por tu ejemplo de profesional apasionado, responsable y humano. Siempre serás  
mi norte.

## AGRADECIMIENTOS

A mi asesora, Yolanda Luisa Clorinda Rodríguez González, por su acompañamiento constante en este proceso. Su disposición para orientarme, así como su impulso para que retomara y culminara esta investigación, fueron decisivos para hacer posible este trabajo.



## RESUMEN

La investigación analiza cómo la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) representan la acreditación universitaria en sus piezas comunicacionales digitales dirigidas al público externo, con el fin de comprender los sentidos públicos que se construyen sobre la calidad y la legitimidad institucional. El estudio se inscribe en el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social y dialoga con aportes de la comunicación institucional, cultura de calidad y representación discursiva. Se utiliza un diseño cualitativo, comparativo y descriptivo-interpretativo basado en el análisis de 86 piezas digitales difundidas entre 2022 y 2025 (43 por universidad) mediante técnicas de análisis cualitativo de contenido y análisis de discurso, complementadas con la tipología de enfoques comunicativos de Sánchez-Chaparro et al. (2019). Los resultados muestran que la PUCP construye una narrativa procesual, participativa y orientada a la transparencia, presentando la acreditación como un proceso continuo que busca involucrar a su comunidad. La UNMSM, en contraste, enfatiza una narrativa celebratoria y competitiva que posiciona la acreditación como un hito que refuerza prestigio y liderazgo. Ambas instituciones legitiman calidad, pero lo hacen con estrategias diferenciadas: la PUCP desde el proceso y la corresponsabilidad; la UNMSM desde el reconocimiento externo y la proyección institucional. En conclusión, estos hallazgos muestran el rol de la comunicación institucional en la construcción pública de la calidad educativa y en la configuración de los modelos de relación universidad-sociedad.

**Palabras clave:** Comunicación institucional, acreditación universitaria, calidad educativa, representación discursiva, Comunicación para el Desarrollo

## ABSTRACT

The research analyzes how the Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) and the Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) represent university accreditation in their digital communications aimed at the external public, with the aim of understanding the public perceptions that are constructed around institutional quality and legitimacy. The study falls within the field of Communication for Development and draws on contributions from institutional communication, quality culture, and discursive representation. A qualitative, comparative, and descriptive-interpretive design is used, based on the analysis of 86 digital pieces published between 2022 and 2025 (43 per university) using qualitative content analysis and discourse analysis techniques, complemented by the typology of communication approaches by Sánchez-Chaparro et al. (2019). The results show that PUCP constructs a procedural, participatory, and transparency-oriented narrative, presenting accreditation as a continuous process that seeks to involve its community. The UNMSM, in contrast, emphasizes a celebratory and competitive narrative that positions accreditation as a milestone that reinforces prestige and leadership. Both institutions legitimize quality, but they do so with different strategies: the PUCP through process and shared responsibility; the UNMSM through external recognition and institutional projection. In conclusion, these findings show the role of institutional communication in the public construction of educational quality and in shaping models of university-society relations.

**Keywords:** Institutional communication, university accreditation, educational quality, discursive representation, Communication for Development

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO CONTEXTUAL	4
1.1. Presentación del problema de investigación	4
1.2. Estado de la cuestión	6
1.3. Pregunta de investigación e hipótesis	10
1.3.1. Pregunta general	10
1.3.2. Preguntas específicas	10
1.3.3. Hipótesis	11
1.4. Objetivos de la investigación	11
1.4.1. Objetivo general	11
1.4.2. Objetivos específicos	11
1.5. Justificación del estudio	12
1.6. Delimitación espacial, temporal y temática	13
2. MARCO TEÓRICO	16
2.1. Comunicación para el Desarrollo y la universidad como actor social	16
2.1.1. Comunicación como práctica social, derechos y esfera pública	16
2.1.2. Universidad, comunicación institucional y rendición de cuentas	17
2.2. Comunicación institucional en el ámbito universitario	18
2.2.1. Definición y características de la comunicación institucional	18
2.2.2. Funciones estratégicas: identidad, legitimidad y reputación	19
2.2.3. Comunicación interna vs. Comunicación externa en universidades	20
2.2.4. El rol de la comunicación en la gestión universitaria	21
2.3. Procesos de acreditación y calidad educativa como discurso institucional	22
2.3.1. Acreditación universitaria: fundamentos y objetivos	22
2.3.2. Calidad educativa: nociones técnicas y simbólicas	24
2.3.3. La acreditación como narrativa institucional	26
2.3.4. Expectativas sociales y rendición de cuentas en la educación superior	26
2.4. Representaciones institucionales en las piezas comunicacionales	28
2.4.1. Comunicación como construcción simbólica	28
2.4.2. Representación discursiva: definiciones y enfoques	29
2.4.3. Estrategias comunicacionales de la acreditación	31
2.5. Las piezas comunicacionales como objeto de análisis	33
2.5.1. Definición, características y finalidades	33
2.5.2. Tipologías de piezas digitales	34

2.5.3. Estrategias discursivas, visuales y de construcción de imagen institucional en entornos digitales	35
3. DISEÑO METODOLÓGICO	38
3.1. Enfoque y tipo de investigación	38
3.2. Estrategia metodológica	39
3.3. Técnicas de recolección y análisis de información	40
3.4. Corpus de análisis: selección y justificación	41
4. ANÁLISIS COMPARADO DE LAS REPRESENTACIONES COMUNICACIONALES DE LA ACREDITACIÓN	44
4.1. Características de las piezas comunicacionales digitales PUCP y UNMSM	44
4.2. Estilos discursivos y construcción de sentido	48
4.3. Visualidad y elementos simbólicos en la narrativa institucional	67
4.4. Comparación de posicionamientos institucionales	83
4.5. Interpretación general de los hallazgos	84
5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS	87
5.1. Articulación entre hallazgos y marco teórico	87
5.1.1. Comunicación institucional y cultura de calidad	88
5.1.2. Representación discursiva y construcción simbólica de la acreditación	91
5.1.3. Enfoques comunicativos predominantes y sentido institucional	94
5.2. Validación de la hipótesis	96
5.3. Respuesta a la pregunta de investigación	98
6. CONCLUSIONES	100
6.1. Conclusiones generales	100
6.2. Limitaciones del estudio	101
6.3. Recomendaciones	102
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	104
ANEXOS	112

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación analiza cómo dos universidades emblemáticas del sistema de educación superior peruano, la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), representan sus procesos de acreditación universitaria a través de piezas comunicacionales digitales dirigidas al público externo. El estudio parte del reconocimiento de que la acreditación se ha consolidado como un mecanismo central de aseguramiento de la calidad en la educación superior, cuyo sentido público y legitimidad dependen no solo de sus resultados técnicos, sino también de la forma en que estos procesos son comunicados, interpretados y apropiados.

Desde esta perspectiva, la comunicación institucional adquiere un rol estratégico, en tanto contribuye a construir narrativas públicas sobre la calidad educativa, la mejora continua y la responsabilidad social de las universidades. Esta investigación se inscribe en el campo de la Comunicación para el Desarrollo, que concibe la comunicación no solo como transmisión de información, sino como una mediación social y simbólica orientada a fortalecer vínculos, promover la transparencia y favorecer la comprensión de procesos de interés público. En este marco, las piezas comunicacionales digitales no se limitan a informar sobre hitos o logros, sino que configuran sentidos simbólicos sobre qué se entiende por calidad, quiénes participan en su construcción y cómo se posiciona la universidad como actor social frente a la ciudadanía y su entorno.

El problema que guía esta investigación se enuncia de la siguiente manera: ¿Cómo representan la acreditación universitaria la PUCP y la UNMSM a través de sus piezas comunicacionales digitales dirigidas al público externo, y qué sentidos comunicacionales y sociales se construyen a partir de estas representaciones? Esta interrogante surge ante la necesidad de comprender cómo las instituciones construyen narrativas públicas sobre procesos altamente técnicos, qué valores y enfoques privilegian en su comunicación y de qué manera estas representaciones pueden favorecer o limitar la comprensión social de la acreditación. Asimismo, la comparación entre una universidad pública de larga tradición y una universidad privada de reconocida trayectoria permite identificar modelos diferenciados de

relación universidad-sociedad, relevantes para el contexto peruano y para otras instituciones que enfrentan procesos similares.

El objetivo general del estudio es analizar cómo la PUCP y la UNMSM representan sus procesos de acreditación universitaria a través de piezas comunicacionales digitales públicas, con el fin de comprender los sentidos comunicacionales y sociales que se construyen discursivamente en torno a la acreditación, dirigidos al público externo. De ello se deriva la siguiente hipótesis: Las representaciones de la acreditación universitaria difundidas por la PUCP y la UNMSM a través de sus piezas comunicacionales digitales se configuran de manera diferenciada y construyen sentidos comunicacionales y sociales distintos en torno a la calidad educativa, la legitimidad institucional y el rol social de la universidad, en función de sus enfoques comunicacionales, trayectorias institucionales y contextos de acreditación.

La investigación adopta un diseño cualitativo, comparativo y descriptivo-interpretativo. El corpus está conformado por 86 piezas digitales oficiales (43 por universidad) difundidas entre 2022 y 2025. Se emplearon técnicas de análisis de contenido y análisis del discurso institucional, además de la clasificación de los mensajes según las estrategias comunicacionales propuestas por Sánchez-Chaparro et al. (2019): interno, relacional, competitivo y ausencia de comunicación. El principal instrumento empleado es la ficha de análisis aplicada a cada pieza.

La investigación se organiza en seis capítulos. El primero presenta el planteamiento del problema, el contexto del estudio y los principales elementos que orientan la investigación. El segundo desarrolla el marco teórico, desde el cual se aborda la acreditación universitaria como un proceso comunicacional de interés público, articulando aportes de la Comunicación para el Desarrollo y la comunicación institucional. El tercero describe el diseño metodológico y las técnicas empleadas para el análisis del corpus. El cuarto expone los principales hallazgos del análisis comparado de las piezas comunicacionales de la PUCP y la UNMSM. El quinto discute estos resultados a la luz del marco teórico y responde a la pregunta de investigación. Finalmente, el sexto capítulo presenta las conclusiones del estudio, sus limitaciones y recomendaciones.

Las conclusiones generales del estudio evidencian que la comunicación institucional cumple un rol estratégico en la configuración pública de la acreditación universitaria, al funcionar como mediadora entre los procesos técnicos de aseguramiento de la calidad y su interpretación social. Asimismo, se observa que la PUCP y la UNMSM proyectan representaciones diferenciadas basadas en sus trayectorias, culturas institucionales y prioridades estratégicas. Estos hallazgos permiten reflexionar sobre la importancia de integrar la comunicación de manera planificada y crítica en los procesos de acreditación, especialmente desde una perspectiva que concibe la calidad educativa como un bien público y derecho social.



## 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y MARCO CONTEXTUAL

### 1.1. Presentación del problema de investigación

En las últimas décadas, los sistemas de educación superior en América Latina han experimentado importantes transformaciones impulsadas por la globalización, la competitividad internacional y la creciente demanda por estudios universitarios. Estas condiciones han hecho indispensable la creación de mecanismos que aseguren la calidad de los servicios educativos ofrecidos, entre ellos, los procesos de acreditación institucional (IAC-CINDA, 2024). En el caso peruano, si bien la Ley Universitaria N.º 30220 establece que la acreditación de la calidad educativa es un proceso voluntario, también precisa que debe desarrollarse conforme a normas y procedimientos estructurados que tengan como objetivo la mejora continua del servicio educativo. En esa línea, el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE) resalta que la calidad en educación debe orientarse a la formación integral de las personas y a la construcción de una sociedad más justa y exigente en el ejercicio de sus derechos (SINEACE, 2017).

En este marco, la acreditación ha cobrado un lugar central como herramienta de aseguramiento de la calidad y como mecanismo de legitimación pública de las universidades. Gobiernos, organismos reguladores y universidades la consideran un mecanismo que permite diagnosticar debilidades, consolidar fortalezas y promover una cultura de mejora continua. Además, representa una oportunidad para reforzar la legitimidad de las instituciones ante sus públicos internos y externos. No obstante, la acreditación no constituye únicamente un procedimiento técnico-administrativo, sino también un proceso de interés público cuya comprensión social depende, en buena medida, de cómo es comunicada hacia la ciudadanía.

En este estudio, la atención se centra específicamente en las piezas comunicacionales digitales de acceso público difundidas por las universidades durante sus procesos de acreditación institucional. Estas piezas, como publicaciones en redes sociales, micrositios web, notas institucionales o videos, son concebidas no solo como productos informativos, sino como dispositivos simbólicos mediante los cuales las universidades construyen representaciones sobre la acreditación, jerarquizan actores, enfatizan

determinados valores y configuran su relación con los públicos externos. El análisis de estas piezas permite observar cómo se traducen procesos técnicos complejos en narrativas accesibles y qué sentidos institucionales se privilegian en dicha traducción.

Este enfoque encuentra resonancia en el estudio de Sánchez-Chaparro et al. (2019), quienes analizaron cómo las instituciones de educación superior en Francia comunican sus procesos de acreditación a través de sus sitios web, identificando distintos estilos discursivos con implicancias estratégicas: interno, relacional, competitivo o incluso la ausencia de comunicación. Estos estilos no solo responden a decisiones estratégicas, sino que refleja concepciones más amplias sobre el vínculo entre universidad y sociedad, así como sobre el lugar de la calidad educativa en la narrativa institucional.

En Perú, aunque algunas universidades han avanzado en desarrollar contenidos orientados al público externo, aún predomina una comunicación técnica o poco articulada, centrada en públicos internos o en el cumplimiento formal de procedimientos. Esta problemática puede limitar la comprensión social de la acreditación como un compromiso público y reducir el potencial que debería tener para fortalecer la confianza ciudadana en las instituciones universitarias. Frente a ello, resulta pertinente indagar cómo las universidades peruanas están representando comunicacionalmente la acreditación en sus espacios digitales públicos y qué sentidos se construyen a partir de dichas representaciones.

La presente investigación se propone abordar este problema mediante un análisis cualitativo, comparativo y descriptivo-interpretativo de las piezas comunicacionales difundidas por la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) durante sus respectivos procesos de acreditación institucional. El análisis se centra exclusivamente en contenidos públicos, sin recurrir a entrevistas ni a documentos internos, en tanto se busca examinar las representaciones que las universidades ponen en circulación hacia la sociedad. Este diseño metodológico permite observar cómo se configuran los discursos institucionales sobre la calidad, qué recursos comunicacionales se priorizan y cómo se representa a la comunidad universitaria y a los públicos externos en estos procesos.

La selección de las universidades responde tanto a su posicionamiento en rankings internacionales, como el QS World University Rankings 2026 en el que ambas figuran como las instituciones mejor valoradas del país (QS Top Universities, 2025), como a su visibilidad comunicacional y trayectoria reciente en procesos de acreditación. El periodo de análisis comprenderá los años 2022 a 2024 en el caso de la PUCP, y 2024 a 2025 en el caso de la UNMSM, coincidiendo con las etapas de autoevaluación institucional, evaluación externa y difusión de resultados en cada universidad.

En ese sentido, el interés de esta investigación no se limita a identificar estilos o enfoques comunicacionales en los procesos de acreditación universitaria, sino a comprender los sentidos comunicacionales y sociales que dichas representaciones construyen discursivamente en el espacio público. Esta aproximación se inscribe en el campo de la Comunicación para el Desarrollo, que concibe la comunicación no solo como transmisión de información, sino como un proceso simbólico mediante el cual las instituciones configuran relaciones con la sociedad, legitiman prácticas y construyen significados en torno a asuntos de interés público. Desde esta perspectiva, las piezas comunicacionales digitales analizadas se entienden como productos informativos, pero también como prácticas simbólicas analizadas que contribuyen a definir cómo se representa la calidad educativa, la legitimidad institucional, la transparencia y el rol social de la universidad frente a la ciudadanía. El análisis comparado entre la PUCP y la UNMSM permite así valorar formas diferenciadas de comunicar la acreditación como un compromiso público y social a partir de sendas trayectorias institucionales y contextos de acreditación.

## **1.2. Estado de la cuestión**

Los estudios sobre la comunicación en los procesos de acreditación han mostrado un tránsito desde enfoques predominantemente técnicos e instrumentales hacia perspectivas que reconocen su dimensión simbólica, relacional y estratégica. Este desplazamiento no ha sido homogéneo ni lineal, sino que expresa la coexistencia de miradas en tensión respecto al rol que cumple la comunicación en la construcción de la calidad educativa y en la relación entre la universidad y la sociedad.

En una primera línea de investigación, diversos trabajos evidencian una comprensión limitada de la comunicación institucional, concebida principalmente como una función operativa orientada al cumplimiento de estándares o a la difusión de información. Fernández et al. (2018), al analizar la experiencia de la Universidad Nacional de San Martín, identifican una desconexión significativa entre las oficinas de comunicación y los procesos de acreditación, lo que reduce el aporte comunicacional a la gestión de canales informativos sin incidencia estratégica. De manera complementaria, León et al. (2023) señalan que muchas universidades mantienen una gestión comunicacional centrada en la difusión operativa, que no logra trascender hacia una comunicación estratégica que fomente la construcción de sentido y la participación de los distintos actores universitarios. En conjunto, estos estudios muestran una concepción de la comunicación subordinada a la lógica del cumplimiento técnico, con escasa capacidad para influir en la apropiación institucional de los procesos de calidad.

En contraste con estos enfoques, otros autores proponen una comprensión relacional y simbólica de la comunicación institucional en contextos de acreditación. Desde esta perspectiva, la comunicación no solo informa, sino que construye vínculos, genera legitimidad y moviliza a la comunidad universitaria. Foio (2020) destaca la importancia de que la planificación comunicacional sea participativa e incluya a todos los actores institucionales, advirtiendo que la falta de coordinación entre unidades académicas y una comunicación meramente informativa dificultan el involucramiento genuino de la comunidad en los procesos de acreditación. Estos aportes enfatizan la necesidad de entender la comunicación como un proceso transversal que incide en la cohesión institucional y en la construcción compartida de los sentidos de la acreditación.

Paralelamente, otros estudios ponen en evidencia las limitaciones estructurales que afectan la efectividad y alcance de la comunicación institucional en estos contextos. Raza (2020), en su estudio sobre universidades ecuatorianas, señala que los modelos de comunicación centralizados y lineales refuerzan estructuras jerárquicas y relaciones verticales entre las autoridades y los evaluados, lo que genera tensiones internas y limita la

participación de los actores. Remigio (2016), en su análisis de la Universidad Ricardo Palma, describe una comunicación institucional que se centra en el estudiante desde una lógica instrumental, enfocada en la difusión y cumplimiento de requisitos, lo que limita la potencialidad estratégica de la comunicación y dificulta la gestión de conflictos internos, los cuales emergen como barreras para una comunicación efectiva sobre los procesos de calidad. En una línea similar, Zúñiga (2016) resalta que, aunque los canales informativos son valorados y utilizados, no implican una participación de los públicos internos ni fomentan la apropiación simbólica del proceso de acreditación. Propone una estrategia comunicacional que facilite la participación y la apropiación simbólica, lo cual permitiría fortalecer el compromiso institucional y el sentido de pertenencia. En conjunto, estos estudios revelan que las debilidades comunicacionales no son solo operativas, sino que responden a tensiones de poder, modelos de gestión y concepciones restrictivas del rol de la comunicación.

Frente a estas limitaciones, algunas investigaciones documentan experiencias innovadoras que posicionan a la comunicación como un componente clave y estructural dentro de los procesos de acreditación, aunque se trate de casos puntuales más que de tendencias generalizadas. Arguello-Castillo et al. (2023) presentan el caso de la Escuela de Enfermería de la Universidad de Costa Rica, donde una comisión estratégica de comunicación diseñó una planificación sistémica que integró mensajes, públicos y cronogramas. En este caso, la comunicación cumplió un rol catalizador que trascendió la difusión, contribuyendo a la promoción de la calidad educativa, la alfabetización en salud y la vinculación con la sociedad. Estos tipos de experiencias muestran el potencial transformador de la comunicación cuando es concebida de manera integral, si bien su alcance sigue siendo limitado en el campo universitario.

Un grupo menos numeroso de estudios se ha enfocado en la comunicación dirigida a públicos externos y en la manera en que las universidades representan sus procesos de acreditación en espacios públicos. Este tipo de comunicación, al no estar orientado únicamente a informar a la comunidad interna, suele asumir funciones asociadas al posicionamiento, la legitimidad y la reputación. En este marco, Sánchez-Chaparro et al.

(2019), en su estudio sobre educación superior en Francia, analizan los sitios web de más de 160 instituciones y proponen una tipología de cuatro enfoques comunicativos frente a la acreditación. El enfoque interno presenta la acreditación como un proceso orientado a la mejora y transformación institucional; el relacional, como un proceso colaborativo que fortalece la legitimidad; el competitivo, como una marca de excelencia; y la ausencia de comunicación, como una omisión deliberada en instituciones de mayor prestigio. Esta propuesta resulta especialmente útil para estudios centrados en piezas comunicacionales visibles, ya que permite identificar estilos discursivos e intenciones subyacentes a partir de productos concretos. No obstante, su aplicación en análisis comparativos de contextos latinoamericanos sigue siendo limitada, lo que abre un campo relevante para nuevas investigaciones.

Otros trabajos que consideran medios externos, como sitios web y redes sociales, advierten que la comunicación orientada a proyectar modernidad y calidad muchas veces se restringe a una lógica instrumental que desaprovecha el potencial estratégico de estos canales para generar *engagement* y construir una imagen institucional coherente (Remigio, 2016). Zúñiga (2016) complementa esta mirada al señalar la necesidad de articular la comunicación externa e interna para evitar fragmentaciones discursivas y fortalecer la identidad institucional, aspecto clave en la construcción de legitimidad ante la sociedad.

En conjunto, los estudios revisados coinciden en que la comunicación en procesos de acreditación es relevante pero aún subvalorada, y frecuentemente tratada como una función operativa más que como un proceso estratégico de construcción simbólica. La mayoría de los trabajos se concentran en la comunicación interna o en estudios de caso con acceso a información institucional, lo que deja una brecha importante respecto a cómo se representan estos procesos en piezas comunicacionales públicas. A su vez, existe una escasa sistematización sobre las narrativas, valores y estéticas que configuran los discursos sobre la calidad educativa en medios digitales, así como una falta de modelos analíticos que articulen lo discursivo con lo material.

Esta brecha se vuelve más relevante en un contexto marcado por la creciente visibilidad de los rankings internacionales como referentes simbólicos de prestigio y competitividad en la educación superior (Hazelkorn, 2015). Diversos autores advierten que las universidades integran referencias a estos rankings en sus estrategias comunicacionales para reforzar su legitimidad y posicionarse en el campo global de la educación, muchas veces vinculando los logros en acreditación con el rendimiento en indicadores de reputación (Ordorika y Lloyd, 2014; Brankovic et al., 2022; Miotto, 2020). De esta manera, la acreditación y los rankings tienden a entrelazarse en los discursos institucionales, configurando una narrativa de calidad y excelencia que busca proyectar confianza y credibilidad ante públicos externos, pero cuyos efectos comunicacionales y sociales han sido poco explorados desde una perspectiva crítica y situada.

En el marco de esta revisión de literatura, la presente investigación se propone analizar las representaciones comunicacionales de la acreditación universitaria construidas por la PUCP y la UNMSM a través de piezas digitales dirigidas al público externo, con el fin de comprender no solo los estilos o enfoques comunicacionales desplegados, sino los sentidos que dichas representaciones producen discursivamente en el espacio público. De este modo, el estudio aporta una mirada situada desde la comunicación institucional y la comunicación para el desarrollo, contribuyendo a una comprensión más amplia del papel de la comunicación en los procesos de aseguramiento de la calidad en la educación superior peruana.

### **1.3. Pregunta de investigación e hipótesis**

#### **1.3.1. Pregunta general**

¿Cómo representan la acreditación universitaria la PUCP y la UNMSM a través de sus piezas comunicacionales digitales dirigidas al público externo, y qué sentidos comunicacionales y sociales se construyen a partir de estas representaciones?

#### **1.3.2. Preguntas específicas**

- ¿Qué características formales, discursivas y narrativas presentan las piezas comunicacionales digitales difundidas por la PUCP y la UNMSM durante sus procesos de acreditación universitaria?
- ¿Qué enfoques o estilos comunicacionales predominan en la representación de la acreditación en cada universidad?
- ¿Qué diferencias y similitudes se observan entre ambas instituciones en la construcción comunicacional de la acreditación universitaria?
- ¿Qué sentidos sociales y comunicacionales se construyen discursivamente en torno a la acreditación universitaria (por ejemplo: legitimidad, transparencia y rol social de la universidad) a partir de estas representaciones?

### **1.3.3. Hipótesis**

Las representaciones de la acreditación universitaria difundidas por la PUCP y la UNMSM a través de sus piezas comunicacionales digitales se configuran de manera diferenciada y construyen sentidos comunicacionales y sociales distintos en torno a la calidad educativa, la legitimidad institucional y el rol social de la universidad, en función de sus enfoques comunicacionales, trayectorias institucionales y contextos de acreditación.

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar cómo la PUCP y la UNMSM representan sus procesos de acreditación universitaria a través de piezas comunicacionales digitales públicas, con el fin de comprender los sentidos comunicacionales y sociales que se construyen discursivamente en torno a la acreditación, dirigidos al público externo.

### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Caracterizar las piezas comunicacionales digitales difundidas por la PUCP y la UNMSM durante sus procesos de acreditación universitaria, según sus rasgos formales, discursivos y narrativos.
- Identificar los enfoques o estilos comunicacionales predominantes en la representación de la acreditación en cada universidad.

- Comparar las representaciones comunicacionales de la acreditación entre ambas instituciones, identificando similitudes y diferencias en sus estrategias discursivas.
- Interpretar los sentidos sociales y comunicacionales que se construyen discursivamente en torno a la acreditación universitaria (por ejemplo: legitimidad, transparencia y rol social de la universidad), a partir de las piezas comunicacionales analizadas.

### **1.5. Justificación del estudio**

El estudio se justifica por la necesidad de comprender cómo las universidades peruanas construyen públicamente el sentido de la acreditación universitaria en un contexto en el que la calidad educativa se ha convertido en un eje central para la legitimidad institucional. Aunque la acreditación se ha consolidado como un mecanismo fundamental para garantizar estándares en la educación superior, persiste un vacío en torno a cómo es representada comunicacionalmente ante el público externo, especialmente en entornos digitales donde las universidades despliegan estrategias para fortalecer su reputación, comunicar resultados y posicionar su identidad institucional. En ese sentido, esta investigación contribuye a llenar ese vacío al analizar de manera sistemática las representaciones comunicacionales de dos referentes del sistema universitario peruano: la PUCP y la UNMSM.

Asimismo, el estudio adquiere pertinencia al centrarse en piezas comunicacionales públicas, un tipo de evidencia poco explorado en investigaciones nacionales sobre aseguramiento de la calidad. Si bien abundan los análisis normativos, comparativos o de gestión institucional sobre los procesos de la acreditación, son escasos los trabajos que examinan cómo las instituciones traducen estos procesos en discursos dirigidos a su entorno social, qué sentidos comunicacionales y simbólicos buscan construir y cómo articulan sus mensajes en formatos digitales accesibles a la ciudadanía. En ese sentido, este trabajo ofrece una mirada desde la comunicación institucional que complementa y amplía las discusiones sobre calidad educativa en el país.

Desde un punto de vista teórico, la investigación dialoga con enfoques sobre comunicación institucional, representaciones discursivas y construcción simbólica de la legitimidad, incorporando además una perspectiva propia de la Comunicación para el Desarrollo que concibe la comunicación como una práctica social vinculada a la rendición de cuentas y el derecho a la información. La comparación entre una universidad privada y una pública de alta visibilidad permite identificar patrones, divergencias y tensiones en la forma en que cada institución construye discursivamente la acreditación, ofreciendo elementos para comprender cómo se configuran distintos modelos de relación universidad-sociedad en el contexto peruano.

Finalmente, en términos prácticos, el estudio resulta relevante para las oficinas de comunicación universitaria y para los equipos responsables de los procesos de calidad, en tanto ofrece insumos analíticos para reflexionar sobre las estrategias comunicacionales vinculadas a la acreditación y los procesos de calidad. La identificación de enfoques comunicativos, recursos discursivos y soportes digitales predominantes permite valorar qué prácticas fortalecen la transparencia, la participación y la legitimidad institucional, así como reconocer oportunidades de mejora para una comunicación más coherente con los fines sociales y simbólicos de la acreditación universitaria.

#### **1.6. Delimitación espacial, temporal y temática**

El estudio se delimita espacialmente a dos instituciones de educación superior peruanas, referentes dentro del sistema universitario nacional: la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP) y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM). La elección de estas instituciones responde a su relevancia histórica, su alta visibilidad pública y su participación activa en procesos de aseguramiento de la calidad, lo que permite una comparación significativa de sus estrategias comunicacionales durante sus procesos de acreditación.

En cuanto a la delimitación temporal, la investigación abarca el periodo comprendido entre enero de 2022 y abril de 2025. Este intervalo coincide con fases de autoevaluación, evaluación externa y comunicación institucional vinculada a los procesos de acreditación de

ambas universidades. Asimismo, corresponde a un periodo en el que la comunicación digital se consolidó como canal principal para la difusión de información institucional, favoreciendo la producción de piezas específicas sobre calidad, logros y participación de la comunidad universitaria.

La delimitación temática se centra en el análisis de piezas comunicacionales digitales públicas dirigidas al público externo. El corpus incluye 86 piezas (43 por universidad) difundidas en plataformas oficiales, tales como sitios web institucionales, redes sociales, entre otras. El estudio no aborda comunicación interna, documentos institucionales no públicos ni entrevistas a actores, dado que su propósito es examinar únicamente la representación pública y externa de la acreditación en formatos digitales. Se privilegia un enfoque cualitativo, comparativo y descriptivo-interpretativo, orientado a comprender cómo se construyen discursivamente los sentidos de la acreditación y qué enfoques comunicativos predominan en cada institución.

En el periodo analizado, las universidades se encontraban en etapas distintas de sus procesos de acreditación institucional. La PUCP atravesaba un proceso de reacreditación institucional, lo que implicaba la evaluación de prácticas previamente acreditadas y la reafirmación de una cultura de mejora continua ya instalada. Por su parte, la UNMSM se encontraba en su primer proceso de acreditación institucional, en un contexto marcado por la necesidad de consolidar su posicionamiento y visibilizar avances recientes en materia de aseguramiento de la calidad.

Esta diferencia en las etapas del proceso no constituye una limitación metodológica, sino un elemento analítico relevante para el estudio. En ambos casos, las universidades enfrentan el desafío de comunicar públicamente la acreditación como un proceso que compromete la calidad educativa, la legitimidad institucional y su relación con la sociedad. Desde una perspectiva comunicacional, el interés de la investigación no reside en comparar resultados formales de acreditación, sino en analizar cómo cada institución construye discursivamente el sentido de la acreditación en función de su trayectoria, posicionamiento y contexto institucional. La comparación entre una universidad pública y una privada, situadas

en momentos distintos del proceso, permite observar cómo estas variables influyen en los enfoques comunicativos, las narrativas y los valores proyectados hacia el público externo, fortaleciendo así la comprensión de las representaciones comunicacionales de la acreditación en el sistema universitario peruano.



## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. Comunicación para el Desarrollo y la universidad como actor social

#### 2.1.1. Comunicación como práctica social, derechos y esfera pública

Desde el campo de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, la comunicación es entendida como un proceso social que articula relaciones, prácticas y significados entre actores, más allá de la producción de mensajes o el uso de medios específicos. En esta perspectiva, la comunicación no se limita a la transmisión de información, sino que comprende también los procesos de recepción, interpretación y apropiación de los sentidos que circulan en una red de relaciones sociales (Servaes, 2020). De este modo, los productos comunicacionales pueden ser analizados como expresiones de dinámicas sociales más amplias en las que se configuran formas de relación, legitimidad y acción colectiva.

Asimismo, el desarrollo o el cambio social es concebido como un proceso complejo que implica transformaciones culturales, simbólicas y relacionales, y no únicamente modificaciones técnicas o institucionales. Desde esta mirada, la comunicación cumple un rol central en la construcción de consensos, en la articulación de intereses diversos y en la producción de conocimientos orientados a la acción social, sin que los medios o las tecnologías constituyan un fin en sí mismos (Servaes, 2020).

En una línea crítica, Gumucio-Dagron cuestiona los enfoques verticales e instrumentales de la comunicación, proponiendo entenderla como un proceso basado en el diálogo, la participación y la apropiación social. Desde esta perspectiva, si bien los productos comunicacionales no constituyen un fin en sí mismos, adquieren relevancia en la medida en que expresan, median y materializan procesos comunicativos más amplios, así como las relaciones de poder, los enfoques institucionales y los modelos de vínculo con la sociedad que los sustentan. De este modo, el énfasis se coloca en el proceso comunicativo como espacio de construcción, con potencial para fortalecer actores sociales y transformar prácticas institucionales (Gumucio-Dagron, 2008; 2011).

Complementariamente, los aportes de Waisbord (2014) permiten vincular la Comunicación para el Desarrollo con debates sobre derechos, voz y poder en la esfera

pública. El campo se encuentra particularmente bien posicionado para analizar cómo las instituciones comunican asuntos de interés público, cómo ciertas demandas se transforman en temas socialmente relevantes y cómo la comunicación estratégica puede ser analizada críticamente en relación con procesos de legitimación, ciudadanía y acción colectiva.

### 2.1.2. Universidad, comunicación institucional y rendición de cuentas

Desde una perspectiva de Comunicación para el Desarrollo, la universidad puede ser comprendida como un actor social cuya acción trasciende la formación académica y la producción de conocimiento, para incidir en la esfera pública y en la garantía de derechos colectivos, entre ellos el derecho a la educación superior de calidad. En este marco, la comunicación institucional universitaria no se limita a una función instrumental orientada a la visibilidad o el posicionamiento organizacional, sino que constituye una práctica social mediante la cual la universidad construye relaciones, produce sentidos y establece formas de vínculo con la sociedad.

La comunicación institucional, entendida desde este enfoque, adquiere una dimensión política y ética en tanto contribuye a la circulación de información relevante para la ciudadanía, a la legitimación social de la institución y a la generación de condiciones para la confianza pública. En particular, los procesos de rendición de cuentas y transparencia pueden ser analizados como prácticas comunicacionales que permiten a las universidades explicar, justificar y hacer comprensibles sus decisiones, procedimientos y resultados ante diversos públicos, más allá del cumplimiento formal de exigencias normativas.

Esta comprensión dialoga con los aportes de Jürgen Habermas, quien concibe la esfera pública como un espacio abierto y dinámico de circulación de opiniones, estructurado a partir de redes de comunicación en las que distintos actores participan en la construcción de sentidos sobre asuntos de interés común (Habermas, 1998). En este contexto, las organizaciones que interactúan con el Estado y gestionan bienes públicos están llamadas a someter sus acciones a procesos de publicidad y justificación frente a la sociedad, como condición para su legitimidad (Habermas, 1981).

Desde esta perspectiva, la comunicación de los procesos de acreditación universitaria puede ser abordada no solo como una estrategia informativa o de gestión de imagen institucional, sino como un proceso simbólico que incide en la comprensión social de la calidad educativa, en la percepción del compromiso institucional con el interés público y en la construcción de sentidos sobre la responsabilidad social universitaria. Estos procesos comunicacionales se vinculan directamente con el derecho a la información y con la posibilidad de que distintos actores sociales accedan a interpretaciones comprensibles y significativas sobre políticas y mecanismos que afectan bienes públicos fundamentales.

De acuerdo con los aportes de la Comunicación para el Desarrollo y el Cambio Social, la relevancia de estas prácticas no radica únicamente en los productos comunicacionales difundidos, sino en los modos en que la institución configura narrativas, jerarquiza actores, define énfasis y establece relaciones simbólicas con la sociedad (Servaes, 2020; Waisbord, 2014). En consecuencia, analizar las piezas comunicacionales sobre acreditación universitaria implica examinar cómo la universidad se posiciona discursivamente como actor social, cómo concibe su relación con la ciudadanía y qué modelos de vínculo universidad-sociedad se ponen en juego a través de sus estrategias comunicacionales.

## **2.2. Comunicación institucional en el ámbito universitario**

### **2.2.1. Definición y características de la comunicación institucional**

Es una función estratégica de gestión orientada a proyectar identidad, coordinar acciones comunicativas internas y externas, y construir una reputación coherente ante los públicos. Esta dimensión estratégica y transversal ha sido resaltada por distintos autores. García et al. (2022) señalan que la comunicación institucional está presente en todos los procesos organizacionales y actúa como un mediador que permite la circulación de significados compartidos, lo cual incide directamente en la formación de la imagen institucional. Esta concepción reconoce la complejidad del fenómeno comunicativo al interior de las instituciones, exigiendo así su planificación, gestión y evaluación constante.

Este tipo de comunicación puede adoptar distintos modelos y formas. Por un lado, Enz (2012) distingue entre un modelo informativo o instrumental, caracterizado por su

unidireccionalidad, centralidad del emisor y función de difusión; y un modelo dialógico o vinculante, que promueve la bidireccionalidad, el intercambio de ideas y la construcción conjunta de sentidos con los públicos. Esta distinción resulta especialmente relevante en el ámbito universitario, donde las relaciones con los públicos no pueden reducirse a simples actos de difusión, sino que requieren procesos comunicativos participativos que fomenten el diálogo y la legitimación.

En el ámbito universitario, la comunicación institucional ha adquirido una importancia creciente, especialmente en contextos de competencia global, transformaciones tecnológicas y exigencias de calidad. Capriotti et al. (2023) destacan que esta comunicación se ha convertido en un recurso clave para posicionar la marca institucional, construir una reputación distintiva y mantener un diálogo permanente con los públicos, particularmente a través de los medios digitales. En esta línea, Álvarez (2022) advierte que tendencias como la internacionalización de la educación superior y la expansión de las acreditaciones internacionales están reconfigurando las estrategias comunicacionales de las universidades.

Por su parte, Solórzano y Bravo (2023) subrayan que las universidades enfrentan el desafío de comunicar de forma estratégica para sostener su relevancia y reputación en un entorno cambiante. Elementos como la percepción pública, la confianza de los estudiantes y la colaboración con la comunidad se han convertido en factores determinantes para su sostenibilidad. No obstante, también advierte que no todas las instituciones reconocen plenamente el valor de la comunicación institucional, a pesar de su papel central en la consolidación de la imagen y el cumplimiento de la misión educativa.

#### 2.2.2. Funciones estratégicas: identidad, legitimidad y reputación

En el contexto universitario contemporáneo, la comunicación institucional cumple funciones clave para la construcción de la identidad, la generación de legitimidad y la consolidación de la reputación.

La identidad organizacional se configura como el eje articulado de la imagen y la reputación institucional. En el caso de las universidades, esta identidad no se reduce a un conjunto de signos visuales, sino que se expresa en todos los niveles de la vida institucional:

desde la producción académica hasta las interacciones cotidianas. Según Álvarez (2021), la identidad universitaria es un sistema de comunicación transversal que estructura el comportamiento, el diseño visual y el discurso institucional. Esta identidad actúa como fundamento de la imagen y la reputación, en una relación dialéctica y sistémica.

La imagen institucional es comprendida como una construcción social influida tanto por las acciones de la organización como por sus formas de comunicar. Para Álvarez (2022), la imagen es un estado de opinión pública que resulta de la combinación entre las comunicaciones emitidas, el comportamiento institucional y la ejecución de las tareas misionales. Su adecuada gestión contribuye al posicionamiento y a la diferenciación de las universidades en un entorno competitivo.

La reputación institucional se presenta como la acumulación de percepciones que los distintos públicos tienen sobre una universidad. De acuerdo con Álvarez (2022), esta reputación incorpora elementos objetivos, como la calidad percibida de la actividad académica, y subjetivos, relacionados con las valoraciones que hacen los *stakeholders* sobre la cultura, la ética o la responsabilidad social de la institución. El papel y la función de la comunicación estratégica en la gestión de la reputación institucional se han vuelto cada vez más relevantes, pues permiten que una institución se diferencie de sus pares ante la opinión pública y logre atraer estudiantes, docentes, donantes y financiamiento.

Junto con la identidad y reputación, la legitimidad institucional emerge como otra función clave. Tal como plantea Suchman (1995), la legitimidad es una percepción generalizada de que las acciones de una organización son deseables, apropiadas o correctas en función de un sistema socialmente construido de valores, normas y creencias. En el ámbito universitario, esta percepción es fundamental para asegurar la confianza pública y la estabilidad institucional. Villamizar-Loaiza (2022) señala que la legitimidad institucional contribuye a reducir la incertidumbre sobre las acciones de las universidades ya que da cuenta de su adecuación a las normas, la legalidad de su funcionamiento y la coherencia ética de sus fines.

### 2.2.3. Comunicación interna vs. Comunicación externa en universidades

La comunicación institucional se compone de dos dimensiones clave: la interna y la externa. Ambas son interdependientes y cumplen funciones estratégicas esenciales para la cohesión institucional, la construcción de la identidad y la relación con los diversos públicos. Su articulación coherente es clave para alcanzar los objetivos organizacionales y consolidar la reputación institucional.

La comunicación interna se refiere al conjunto de prácticas y procesos que permiten gestionar las relaciones entre diversos actores al interior de la organización. Álvarez (2021) resalta que en muchas universidades la comunicación interna ha sido relegada al ámbito de los recursos humanos, lo que limita su potencial estratégico. Esta comunicación debe informar sobre los planes operativos y estratégicos, facilitar la comprensión del contexto institucional y fomentar el compromiso de los diversos *stakeholders* internos. De este modo, se convierte en un canal clave para la transmisión de valores, la consolidación del sentido de pertenencia y la implementación efectiva del desarrollo organizacional.

La comunicación externa comprende las acciones orientadas a establecer y mantener relaciones con los públicos ajenos a la institución, como la sociedad civil, los medios de comunicación, el Estado, organizaciones internacionales, posibles aliados o futuros estudiantes. Desde una perspectiva estratégica, busca ofrecer una imagen coherente con su identidad, fortalecer su reputación y promover sus servicios y valores institucionales. Según García et al. (2022), la comunicación externa incluye tanto la emisión de mensajes como la recolección de información del entorno, lo que implica un proceso de intercambio que fortalece la posición institucional frente a sus públicos.

Guerrero-Haro et al. (2025) subrayan que las organizaciones deben desarrollar narrativas que conecten emocionalmente con sus públicos externos. Estas historias, que pueden resaltar logros, compromisos sociales o innovaciones, contribuyen a construir una imagen pública sólida y confiable. Además, la interacción digital exige altos niveles de transparencia y capacidad de respuesta, dado que las plataformas en línea amplifican tanto los mensajes positivos como las posibles críticas.

#### 2.2.4. El rol de la comunicación en la gestión universitaria

La complejidad del entorno, marcado por la globalización, el avance tecnológico, la internacionalización y la diversificación de modelos educativo, exige a las universidades contar con herramientas comunicativas que permitan una gestión integral, coherente y adaptada a las exigencias de sus públicos.

La gestión universitaria contemporánea requiere integrar la comunicación como una herramienta estratégica para la toma de decisiones y el cumplimiento de objetivos institucionales. Ortiz (2014) concibe la gestión universitaria como un proceso integrado de planificación, control y mejora orientado a la calidad y la eficacia. En este sentido, la comunicación no solo facilita la circulación de información, sino que actúa como soporte para la eficiencia institucional. Solórzano y Bravo (2023) añaden que la gestión de la información es clave para generar plataformas de comunicación que dinamicen la interacción entre los diversos actores internos y externos de la universidad.

La gestión estratégica de la comunicación, por tanto, no solo contribuye al posicionamiento institucional, sino que actúa como mediadora de los procesos organizacionales. Álvarez (2022) sostiene que esta gestión debe insertarse en una política integral que permita articular variables como identidad, reputación, cultura institucional y condiciones estructurales propias de cada universidad (como tamaño, condición pública o privada, y entorno sociocultural). Desde esta perspectiva, la comunicación institucional deja de ser una función técnica para convertirse en un activo intangible que debe ser pensado desde una mirada sociocultural estratégica.

### **2.3. Procesos de acreditación y calidad educativa como discurso institucional**

Los procesos de acreditación y la noción de calidad educativa pueden ser comprendidos no solo como dispositivos técnicos de aseguramiento institucional, sino como prácticas discursivas y comunicacionales que median la relación entre universidad, Estado y sociedad. En este sentido, la acreditación adquiere una dimensión pública y simbólica, en tanto produce y circula sentidos sobre la calidad, la responsabilidad social universitaria y el compromiso con el interés público.

#### **2.3.1. Acreditación universitaria: fundamentos y objetivos**

En el marco de la globalización y el incremento de la competencia entre instituciones de educación superior, la acreditación universitaria se ha consolidado como un mecanismo clave para garantizar la calidad educativa, otorgar legitimidad pública y fortalecer la confianza de la sociedad en estas instituciones. Este proceso responde a una problemática estructural: la heterogeneidad de la calidad en el sistema universitario, que exige mecanismos que aseguren estándares mínimos y fomenten la mejora continua (Diez, 2019).

La acreditación se define como un proceso de evaluación externa llevado a cabo por organismos especializados y reconocidos oficialmente, mediante el cual se analiza si una institución o programa educativo cumple con criterios, estándares e indicadores previamente establecidos. De acuerdo con Silas (2014), este proceso implica revisar aspectos como la estructura organizativa, los procesos de enseñanza, los servicios ofrecidos y los resultados obtenidos, con el fin de garantizar su pertinencia social y profesional. A nivel nacional, el Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa (SINEACE) define la acreditación como el reconocimiento público y temporal de altos niveles de calidad en programas o instituciones de educación superior, valorando especialmente el impacto que generan en su entorno (SINEACE, 2022).

La acreditación se clasifica habitualmente en dos niveles: institucional y por programas. La acreditación institucional revisa los procesos generales y la calidad global de la universidad, mientras que la acreditación programática se centra en evaluar en detalle carreras o facultades específicas, considerando los logros académicos y el éxito estudiantil (Tipacti y Ramírez, 2024; Kumar et al., 2021). Ambos tipos de acreditación implican una autoevaluación rigurosa y una revisión externa por pares, lo que permite detectar áreas de mejora y promover la transparencia.

Kumar et al. (2021) indica que entre los principales objetivos de la acreditación se encuentran el fortalecimiento de políticas y procesos internos, la mejora del quehacer académico, la consolidación de la investigación y la promoción de una cultura institucional orientada a la excelencia. Asimismo, la acreditación facilita la homologación de títulos, el reconocimiento internacional y la participación en redes académicas globales, elementos

cada vez más valorados en un contexto de internacionalización de la educación superior (Romanowski, 2021). En ese sentido, la acreditación no solo representa una validación técnica, sino también una herramienta estratégica para el posicionamiento institucional en rankings internacionales y para la atracción de estudiantes y docentes de excelencia.

Mínguez y Díaz (2020) destacan que las universidades, en tanto instituciones responsables de la formación de la juventud y la producción de conocimiento, deben someterse a procesos de evaluación rigurosos no solo como ejercicio de rendición de cuentas, sino como parte de una cultura de mejora continua. La acreditación, en este sentido, representa un compromiso con el desarrollo científico, técnico y humano de los países.

Finalmente, la acreditación aporta legitimidad y confianza pública. Sito-Justiniano y Vargas-Quispe (2025) señalan que la acreditación brinda seguridad tanto a los estudiantes como al público en general al garantizar que los títulos obtenidos cumplen con criterios de calidad definidos. Esta confianza institucional también se traduce en una mayor credibilidad y reconocimiento social, aspectos clave en la construcción de una imagen y reputación sólidas.

Más allá de sus fundamentos normativos y técnicos, la acreditación universitaria adquiere relevancia social en la medida en que sus objetivos, criterios y resultados son comunicados y puestos en circulación en el espacio público. La legitimidad que este proceso busca construir no depende únicamente del cumplimiento de estándares, sino también de la capacidad de las instituciones para hacer comprensibles y significativos dichos procesos para distintos públicos, reforzando así la confianza social en la educación superior como bien público.

### 2.3.2. Calidad educativa: nociones técnicas y simbólicas

Este concepto ha sido objeto de múltiples interpretaciones y su comprensión y evaluación dependen del enfoque desde el cual se aborde. Si bien existen marcos operativos que la vinculan directamente con estándares medibles y resultados cuantificables, también se reconoce su carácter simbólico y relacional, ligado a procesos culturales, valores institucionales y expectativas sociales.

Desde una perspectiva técnica, el concepto de calidad ha sido asociado al aseguramiento y mejora continua, entendido como un proceso permanente mediante el cual se evalúa el desempeño de instituciones y programas para garantizar que cumplan con los requisitos establecidos y se adapten activamente al entorno cambiante. Por ejemplo, Medina-Manrique et al. (2022), postulan que esta evaluación no solo permite identificar áreas de mejora, sino que proporciona confianza a la sociedad respecto a la capacidad de la institución para cumplir sus funciones.

No obstante, más allá de su dimensión instrumental, surgen múltiples enfoques para interpretar la calidad educativa. El enfoque conductista vincula la calidad con la planificación y el logro de resultados medibles (Honório et al., 2019), el humanista se centra en la colaboración entre educadores y estudiantes y el empoderamiento de estos últimos (Galioto y Flores, 2021), el crítico aborda la formación de conciencia y la transformación social (Pareja, 2020), y el autóctono reivindica el contexto cultural e histórico de cada institución (Rodríguez et al., 2020). Esta diversidad de visiones muestra que la calidad no es un concepto unívoco, sino una construcción multidimensional.

Desde un enfoque institucional, Moreno (2024) sostiene que la calidad de la educación superior debe basarse en tres factores fundamentales: la coherencia interna, que define la identidad de la institución; el compromiso con los estudiantes como eje central de su quehacer; y la coherencia externa, entendida como la capacidad de responder de forma pertinente a las demandas del entorno. Esta triada permite alinear recursos, procesos y estrategias institucionales, al tiempo que asegura la pertinencia y legitimidad de las actividades universitarias en un contexto globalizado e internacionalizado.

Desde esta perspectiva, la calidad educativa no solo se define a partir de indicadores y resultados medibles, sino que se construye simbólicamente a través de discursos, narrativas y prácticas comunicacionales que expresan valores, expectativas y compromisos institucionales. En consecuencia, la manera en que las universidades comunican la calidad influye en la comprensión social de su quehacer, en la percepción de su legitimidad y en la relación que establecen con su entorno.

### 2.3.3. La acreditación como narrativa institucional

La acreditación se ha consolidado como un relato institucional que articula discursos sobre legitimidad, confianza pública y compromiso con la mejora continua. Esta narrativa no solo responde a exigencias externas, sino que configura la manera en que las universidades se representan a sí mismas ante la sociedad, sus pares y sus potenciales estudiantes.

Desde esta perspectiva, la acreditación no debe entenderse únicamente como un proceso de verificación de criterios, sino como una forma de construir simbólicamente la identidad de la institución. Como lo señala Villanueva (2011), el trasfondo de los procesos de evaluación se relaciona con el deseo de las universidades de ser reconocidas como actores legítimos y responsables en el ecosistema educativo. La acreditación opera como un mecanismo que permite a la universidad posicionarse socialmente y ganar la confianza tanto de los estudiantes como de otras instituciones.

Así, la acreditación se consolida como una estrategia discursiva que permite a las instituciones proyectarse como actores responsables, comprometidos con la mejora y la calidad educativa. Esta dimensión simbólica es fundamental para comprender por qué las universidades invierten en estos procesos. No solo buscan cumplir con estándares, sino construir una narrativa institucional que refuerce su posicionamiento y credibilidad ante diversos públicos. En este marco, como lo advierten Vilca et al. (2024), la acreditación no solo tiene un impacto técnico en los programas universitarios, sino que promueve la confianza pública como un valor clave del sistema de educación.

En este marco, la acreditación puede ser entendida como una narrativa institucional que se inscribe en la esfera pública y que contribuye a definir el modo en que la universidad se presenta como actor social ante la ciudadanía. Estas narrativas no solo buscan visibilidad o posicionamiento, sino que configuran sentidos sobre la responsabilidad, la transparencia y el compromiso institucional con la calidad educativa, aspectos centrales en la construcción de confianza pública.

### 2.3.4. Expectativas sociales y rendición de cuentas en la educación superior

En los últimos años, la educación superior ha sido objeto de una creciente demanda de transparencia, eficiencia y pertinencia por parte de la sociedad. En este contexto, la acreditación se ha consolidado como un mecanismo fundamental de rendición de cuentas que permite a las universidades demostrar el cumplimiento de estándares de calidad y su contribución al desarrollo social. Silas (2014) afirma que los procesos de aseguramiento de la calidad están estrechamente ligados a la legitimación de las instituciones de educación superior ante gobiernos, estudiantes y la sociedad en general, en especial en contextos de presión presupuestaria.

Esta dimensión pública de la calidad también es resaltada por Moreno (2024), quien señala que la calidad en la educación superior ya no puede ser entendida únicamente como una aspiración académica, sino como un compromiso público frente a una ciudadanía que exige garantías sobre la formación de profesionales y el uso de recursos públicos. Esta dimensión se traduce en una creciente presión para que las instituciones acreditadas mantengan prácticas transparentes, orientadas a resultados y que respondan a las necesidades cambiantes del entorno.

En ese sentido, la acreditación cumple una función doble: por un lado, establece marcos formales de evaluación y mejora continua, y por otro, articula las promesas institucionales con las expectativas sociales. Según Sito-Justiniano y Vargas-Quispe (2025), este proceso permite ofrecer certeza sobre el valor de los títulos otorgados, así como sobre la capacidad de las instituciones para cumplir sus fines educativos. Desde una lógica similar, SINEACE (2022) define la acreditación como un reconocimiento público basado en el impacto generado por las instituciones educativas en su entorno, lo cual refuerza su dimensión social.

Romanowski (2021) agrega que la acreditación funciona como una declaración pública de calidad, que no solo garantiza el cumplimiento de estándares mínimos, sino que también introduce presiones que aceleran procesos de cambio institucional en respuesta a demandas externas. La dimensión de rendición de cuentas se vuelve aún más relevante en escenarios donde los rankings internacionales y la competencia global intensifican la vigilancia pública sobre las universidades.

Desde una perspectiva más técnica, Kumar et al. (2021) explican que la acreditación implica procesos sistemáticos de evaluación interna y revisión externa, los cuales generan información útil tanto para la toma de decisiones institucionales como para brindar confianza a estudiantes, familias y actores sociales. De este modo, la rendición de cuentas se convierte en una herramienta para fortalecer la legitimidad universitaria.

Finalmente, como advierten Mínguez y Díaz (2020), esta presión por rendir cuentas no debe ser vista como una exigencia burocrática, sino como una oportunidad para construir una auténtica cultura de evaluación orientada a la mejora continua. Solo así es posible alinear los fines académicos con las demandas de la sociedad, consolidando una educación superior socialmente responsable.

La rendición de cuentas asociada a la acreditación universitaria se vincula directamente con el derecho a la información y con la educación superior entendida como un bien público. En este sentido, las prácticas comunicacionales mediante las cuales las universidades informan, explican y justifican sus procesos de acreditación resultan clave para fortalecer relaciones de confianza, promover la transparencia institucional y consolidar modelos de vínculo universidad-sociedad socialmente responsables.

## **2.4. Representaciones institucionales en las piezas comunicacionales**

### **2.4.1. Comunicación como construcción simbólica**

La comunicación va más allá de la transmisión de información pues constituye un proceso simbólico mediante el cual se construye, mantiene y transforma la realidad social. Esta concepción es desarrollada por Carey (2009), quien propone entender la comunicación como una práctica cultural que configura y reproduce vínculos colectivos. Lejos de ser un canal informativo, la comunicación genera un entorno simbólico en el que se producen y estabilizan significados compartidos, fundamentales para la existencia de cualquier comunidad. Según el autor, esta práctica se sostiene en la doble capacidad de los símbolos: por un lado, representan la realidad ("*symbols of*"), y, por otro lado, la crean ("*symbols for*"). Esta dinámica simbólica influye directamente en la percepción del mundo social, ya que los lenguajes presentes en la sociedad configuran las estructuras básicas del sentir, pensar y

estar con otros. En ese sentido, el acto comunicativo no solo conecta a las personas, moldea las condiciones mismas de la experiencia. Las instituciones, al participar de este proceso, producen discursos que delimitan horizontes de comprensión y modos posibles de relación con su entorno. A través de estos discursos, se configura una realidad en la que los públicos no solo reconocen a la institución, sino que también interiorizan sus valores y narrativas.

Burke (1966) entiende que el lenguaje opera como una acción simbólica. Es decir, las palabras no solo describen, sino que inciden activamente en su construcción dado que todo término implica una elección y, por tanto, una orientación del pensamiento. A partir de lo que denomina como “pantallas terminísticas”, el lenguaje dirige la atención hacia ciertas dimensiones del mundo, mientras oculta otras. Estas pantallas actúan como filtros semánticos que configuran la percepción de los sujetos, seleccionando lo que será considerado relevante o verdadero en un determinado contexto. Así, el uso de determinado lenguaje en la comunicación institucional no es casual porque cada término empleado en las piezas comunicacionales participa en la configuración de una imagen institucional específica.

Con lo expuesto, se comprende que las representaciones institucionales no emergen de manera neutral, sino que son el resultado de operaciones simbólicas estratégicas mediante las cuales las universidades buscan modelar su identidad frente al público externo. Entonces, los discursos digitales no solo informan sobre procesos de acreditación, sino que también enseñan qué debe considerarse valioso, legítimo o deseable en una institución universitaria. En este proceso, tanto la elección de términos como la repetición de ciertos significados refuerzan una construcción simbólica del espacio universitario que busca generar reconocimiento y adhesión social.

#### 2.4.2. Representación discursiva: definiciones y enfoques

Goffman (1959) aborda la representación desde una perspectiva dramática, entendiendo la interacción social como una puesta en escena en la que los individuos, y por extensión, las instituciones, buscan influenciar la percepción de los otros mediante la gestión de impresiones. Para el autor, toda actuación o *performance* implica un conjunto de acciones que un actor realiza frente a un público determinado, con el propósito de definir una situación

y sostener una determinada imagen de sí. Esta idea resulta especialmente relevante en el ámbito institucional, donde las organizaciones proyectan discursos y comportamientos coherentes con la identidad que desean comunicar ante sus audiencias.

El autor denomina fachada (*front*) al conjunto de recursos expresivos y materiales que permiten sostener esa representación. Este frente escénico puede incluir tanto los elementos discursivos (como los mensajes institucionales y los valores que se enfatizan) como los elementos visuales o simbólicos que acompañan la comunicación (colores, escenarios, personajes, ambientaciones) y que contribuyen a definir el marco de sentido para el público. Dentro de este *front*, el medio (*setting*) corresponde al espacio físico y simbólico en el que se desarrolla la actuación, mientras que *personal front* abarca los signos visibles que informan sobre el estatus y el rol del actor, tales como la apariencia (*appearance*) y los modales (*manner*). En el caso de las universidades, estos conceptos pueden trasladarse al modo en que las instituciones construyen su presencia pública en entornos digitales, seleccionando cuidadosamente los escenarios, lenguajes y protagonistas que legitiman su identidad y autoridad.

Desde la perspectiva de Verón (1993), la representación discursiva implica comprender que el lenguaje no se limita a reflejar la realidad institucional, sino que la produce activamente al organizar sentidos, definir jerarquías simbólicas y establecer marcos interpretativos. El autor sostiene que todo proceso de generación de sentido es, por naturaleza, social, pues los significados no pueden entenderse al margen de las condiciones históricas y productivas que los hacen posibles. De igual modo, todo fenómeno social comporta una dimensión discursiva ya que la vida colectiva se articula a través de procesos semióticos que estructuran la experiencia y orientan las prácticas. En ese sentido, la comunicación institucional se configura como un espacio de producción de sentido en el que las universidades elaboran narrativas, símbolos y valores que buscan legitimar su presencia en el campo educativo y social.

Para el autor, toda producción de sentido posee una manifestación material. Los discursos se concretan en configuraciones espacio - temporales que dejan huellas de las

condiciones sociales de su generación y de los efectos que producen. Por ello, el análisis del discurso no se centra únicamente en los textos o mensajes, ni se reduce a los contextos externos, sino que estudia las relaciones entre ambos niveles, rastreando cómo las instituciones inscriben en sus discursos las lógicas que las constituyen y los significados que buscan instalar. En el caso de las universidades, estas configuraciones se materializan en piezas comunicacionales que, al representar procesos como la acreditación, no solo informan sobre ellos, sino que los dotan de sentido al asociarlos con valores como la calidad, la excelencia o la mejora continua. Así, las piezas institucionales funcionan como espacios donde se manifiestan las condiciones de producción del discurso universitario y los modos en que las instituciones buscan ser reconocidas y legitimadas públicamente.

Por su parte, Adam (2005) aporta una definición situada en el análisis del discurso y la lingüística textual, considerando la representación discursiva como una operación de referencia realizada por el hablante y reconstruida por el intérprete. Desde esta óptica, toda representación discursiva expresa un punto de vista sobre un tema específico, y se encuentra inevitablemente ligada a los objetivos comunicativos que subyacen a toda interacción. En consecuencia, la construcción del sentido no es neutra ni directa, sino que responde a elecciones estratégicas e intencionales que configuran el discurso como un espacio de mediación entre el sujeto que comunica, su propósito y los referentes sobre los que se construye el mensaje.

#### 2.4.3. Estrategias comunicacionales de la acreditación

Como se ha visto, la acreditación implica una serie de efectos comunicacionales que inciden en la manera en que las instituciones de educación superior se representan ante sus públicos. Desde esta perspectiva, Sánchez-Chaparro et al. (2019) identifican cuatro estrategias comunicacionales con las que las universidades representan sus procesos de acreditación ante el público externo.

La primera, orientada a resultados relacionales, se expresa en mensajes institucionales de carácter objetivo y descriptivo, donde la acreditación se presenta como cumplimiento de normativas oficiales y como integración de la institución en la comunidad

académica reconocida. A partir de ello, puede interpretarse que la acreditación contribuye a fortalecer los vínculos con los grupos de interés, pues refuerza tanto la legitimidad formal como la alineación con valores compartidos en el campo de la educación superior. En esta línea, algunos autores, la relacionan con los “mitos racionalizados”, entendidos como marcos institucionales ampliamente aceptados que definen expectativas legítimas sobre lo que debe ser la universidad.

Este concepto fue desarrollado por Meyer y Rowan (1977) en su estudio sobre las organizaciones institucionalizadas. Los autores sostienen que las sociedades modernas están estructuradas en torno a mitos racionalizados, es decir, concepciones socialmente legitimadas de lo que se considera racional, eficiente o adecuado dentro de un campo institucional. Estas creencias se traducen en normas, procedimientos y estructuras que las organizaciones adoptan para demostrar conformidad con los valores dominantes de su entorno. En el ámbito universitario, los procesos de acreditación funcionan precisamente como estos mitos racionalizados: prácticas que no solo buscan garantizar la calidad técnica, sino también proyectar legitimidad, modernidad y alineamiento con estándares globales. Así, la adhesión a los modelos de aseguramiento de la calidad se convierte en una forma de ceremonial institucional que reafirma la pertenencia de la universidad a una comunidad académica reconocida y prestigiosa.

La segunda estrategia, vinculada a los resultados internos, comunica la acreditación como un proceso colectivo y transformador. Los mensajes destacan el esfuerzo realizado en la autoevaluación, así como los aprendizajes obtenidos en términos de cultura de calidad y de fortalecimiento del diálogo entre actores internos. Esta perspectiva permite entender la acreditación no solo como cumplimiento normativo, sino también como una oportunidad de reflexión institucional y de reconfiguración de prácticas organizativas orientadas a la mejora continua.

La tercera, de resultados competitivos, presenta la acreditación como un recurso de diferenciación institucional. Los mensajes pueden enfatizar los beneficios para estudiantes y egresados, por ejemplo, como reconocimiento profesional o mayores oportunidades de

movilidad, o interpretarla como un sello de excelencia que sitúa a la institución en un grupo selecto. De acuerdo con esta lógica, la acreditación se convierte en un activo estratégico que contribuye al posicionamiento, a la atracción de recursos clave y al desarrollo de ventajas comparativas sostenibles.

Finalmente, el cuarto enfoque es la ausencia de comunicación en torno a la acreditación en instituciones de alto prestigio. En estos casos, se observa que algunas universidades optan por no publicar el logro de la acreditación, lo que sugiere que para dichas instituciones este proceso no representa un valor agregado significativo en términos de posicionamiento, dado que su legitimidad ya está consolidada. Asimismo, también podría deberse a una desconexión con la narrativa comunicacional, lo cual refleja otra forma de gestionar simbólicamente la acreditación.

## **2.5. Las piezas comunicacionales como objeto de análisis**

### **2.5.1. Definición, características y finalidades**

En la comunicación institucional, las piezas digitales pueden entenderse como unidades estratégicas de contenido, planificadas, producidas y distribuidas en plataformas digitales (sitios web, redes sociales, plataformas de *streaming*, etc.) orientadas a comunicar aspectos de la identidad, valores y posicionamiento público de una organización (Cornelissen, 2017; Capriotti, 2013). Estas unidades combinan recursos textuales, visuales y audiovisuales dentro de entornos hipertextuales e interactivos, lo que les permite cumplir funciones específicas en la construcción simbólica institucional y en la gestión de la reputación corporativa (Wu y Mei, 2022; Wu y Mo, 2025).

En el contexto de la comunicación digital, estas piezas pueden analizarse como fragmentos mediáticos que circulan por múltiples plataformas y adoptan nuevas funciones según los entornos en los que se insertan. Jenkins (2008) explica que los contenidos contemporáneos forman parte de una cultura de la convergencia en la que los mensajes transitan entre distintos medios y comunidades generando reconfiguraciones de sentido en cada instancia de su circulación. Desde esta perspectiva, las piezas comunicacionales institucionales operan como unidades simbólicas dentro de un ecosistema transmediático

donde cada formato (texto, imagen o video) contribuye a construir coherencia narrativa e identidad organizacional. En la misma línea, Couldry y Hepp (2017) sostienen que los actos de comunicación mediados configuran estructuras de sentido compartido a través de las cuales las instituciones construyen y sostienen su realidad simbólica. Así, el estudio de las piezas comunicacionales permite comprender las formas en que las organizaciones producen significados y articulan su presencia en entornos hiperconectados.

En el ámbito universitario, Oliveira et al. (2022) señalan que las instituciones de educación superior han integrado de manera sistemática diversos soportes digitales en sus estrategias de comunicación institucional, lo que ha generado un entramado de piezas planificadas y diferenciadas según el canal, el público y los fines comunicativos. De esta manera, las piezas digitales no son producciones aisladas, sino componentes activos de una planificación comunicacional institucional coherente.

Desde un enfoque metodológico, y articulando las propuestas de Pauwels (2012) y Krippendorff (2022), una pieza comunicacional puede definirse como una unidad de contenido materialmente observable (ya sea texto, imagen, video o combinaciones de estos modos) diseñada de forma intencional para activar procesos de significado en un público específico. A su vez, desde una lógica investigativa, estas piezas pueden ser abordadas como unidades analíticas susceptibles de ser delimitadas, muestreadas y codificadas de manera sistemática. Este abordaje permite identificar atributos formales, temáticos, expresivos o afectivos que orienten su interpretación dentro de un marco más amplio de análisis (Krippendorff, 2022). De este modo, las piezas comunicacionales se posicionan no solo como portadoras de sentido institucional, sino también como insumos fundamentales para el estudio de las representaciones que las universidades proyectan en sus procesos de comunicación.

#### 2.5.2. Tipologías de piezas digitales

Las piezas digitales pueden clasificarse según tres criterios: canal de difusión, formato y función comunicativa. Primero, según el canal, Oltarzhevskiy (2019) distingue entre canales externos (como sitios web, redes sociales, apps institucionales) e internos (como intranets, boletines, etc.), cada uno con roles diferentes. Esta diferenciación permite entender el rol que

desempeñan las piezas dentro del ecosistema comunicacional universitario: mientras las primeras están orientadas al posicionamiento institucional ante públicos amplios, las segundas cumplen funciones centradas en la integración y alineamiento de los públicos internos. En este sentido, Badau (2018) complementa esta lógica al detallar el uso de diversos canales digitales por parte de las universidades, como blogs, podcasts, micrositios web y otras plataformas adaptadas a contextos institucionales específicos.

Segundo, según el formato, el contenido digital incluye texto, imagen, audio, video y animación. Estos elementos conforman la base sobre la que se construyen los distintos tipos de piezas comunicacionales en entornos digitales. Vaughan (2008) define este contenido como una combinación tejida de texto, arte gráfico, sonido, animación y video. Tufa y Cela (2023) incluyen componentes como hipermedios e interactividad. En función de esto, las piezas pueden agruparse en tres formatos: textuales, como notas, artículos y publicaciones en blogs o redes; visuales estáticas, como infografías, banners y fotografías institucionales; y audiovisuales, que incluyen videos, *reels*, animaciones y podcasts.

Tercero, en cuanto a su función comunicativa, Galioto et al. (2025) proponen una clasificación basada en el objetivo comunicacional que orienta cada pieza. Así, se identifican piezas informativas, destinadas a la difusión de noticias o eventos institucionales; piezas promocionales, centradas en la captación de estudiantes o en la divulgación de servicios académicos; piezas reputacionales, que resaltan acreditaciones, premios, rankings y logros; y piezas normativas, que comunican directivas oficiales, protocolos internos o disposiciones de gestión.

### 2.5.3. Estrategias discursivas, visuales y de construcción de imagen institucional en entornos digitales

La imagen pública institucional es una construcción simbólica que surge de las percepciones que los públicos elaboran a partir de los mensajes, comportamientos y expresiones visuales de una organización. En el caso de las universidades, esta imagen no solo comunica identidad, sino que también contribuye a su legitimidad y posicionamiento.

Villafañe (2006) sostiene que la imagen es el resultado de la identidad proyectada y de cómo esta es interpretada por los públicos.

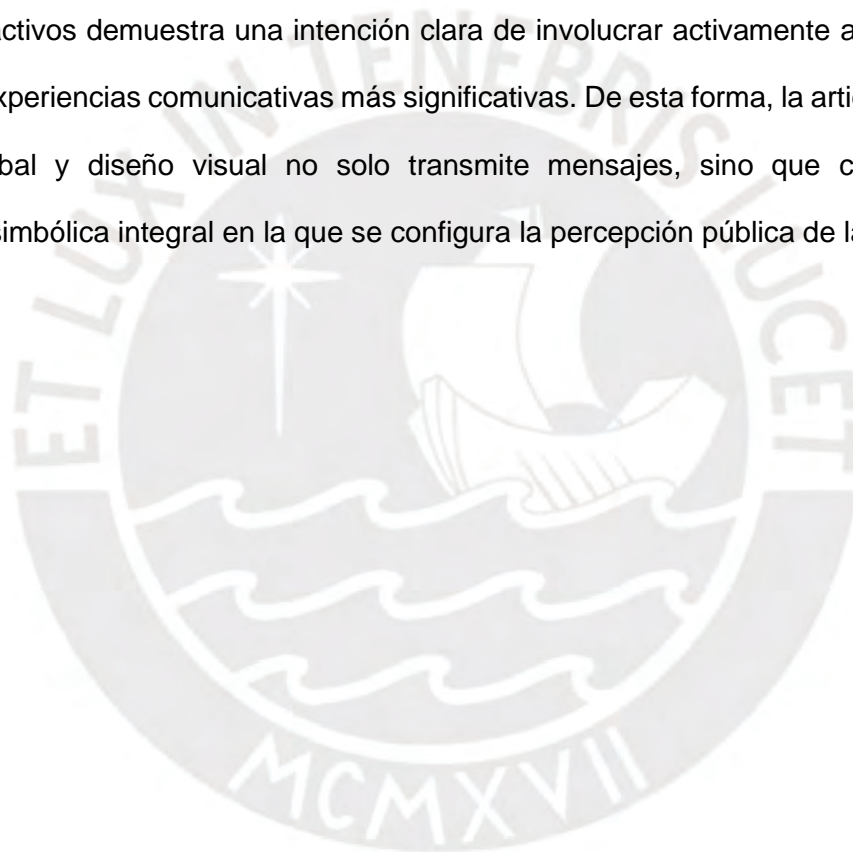
En los entornos digitales contemporáneos, las instituciones universitarias no solo difunden información, sino que despliegan estrategias discursivas y visuales cuidadosamente diseñadas para construir significados, establecer vínculos con sus públicos y posicionar su identidad institucional. Estas estrategias no son neutrales: están cargadas de intencionalidad y responden a objetivos comunicacionales que se articulan con los valores que cada institución desea proyectar. Así, operan en dos niveles interrelacionados: el lenguaje y el diseño visual.

Desde el análisis del discurso, Fairclough (1995) destaca que los mensajes institucionales no se limitan a informar, sino que contribuyen a la configuración de relaciones de poder y a la producción de sentidos sociales. En este sentido, el uso de un lenguaje técnico, persuasivo o emocional en las piezas digitales responde a una estrategia discursiva que busca legitimar valores como la calidad, la excelencia académica, la innovación o la participación. Así, la elección de términos, el tono del discurso y la estructura argumentativa operan como recursos retóricos que refuerzan la imagen de autoridad y solvencia institucional.

Por otro lado, el plano visual cumple un rol igual de significativo en la construcción de sentido. Elementos como logotipos, paletas de color, tipografía y estilo gráfico configuran una narrativa visual coherente que refuerza la imagen institucional. Desde la reflexión de Martín-Barbero y Rey (1999) inspirada en la cita de George Steiner que abre *Los ejercicios del ver*, la imagen no se reduce a un recurso ornamental, sino que constituye un espacio de producción de sentido y de mediación cultural. En la misma línea, Kress y van Leeuwen (2006) plantean que estos elementos también producen significados, en tanto forman parte de una gramática visual institucional. Así, el diseño de cada pieza contribuye a consolidar una narrativa visual coherente. Estos recursos forman parte de un sistema codificado que contribuye a la coherencia estética y simbólica de las piezas institucionales. La armonía en el

uso de colores corporativos, la consistencia tipográfica y la repetición de ciertos esquemas gráficos refuerzan una narrativa visual que transmite estabilidad, profesionalismo y confianza.

En contextos digitales como las redes sociales, los sitios web y otras plataformas virtuales, estas estrategias discursivas y visuales tienden a intensificarse y adaptarse a las características de cada medio. De acuerdo con Capriotti et al. (2024), las universidades combinan estilos informativos con recursos visuales consistentes y han empezado a incorporar elementos interactivos y apelativos para fortalecer su conexión con los públicos. El uso de llamados a la acción, encuestas, hashtags institucionales o formatos audiovisuales breves y atractivos demuestra una intención clara de involucrar activamente a la audiencia, generando experiencias comunicativas más significativas. De esta forma, la articulación entre discurso verbal y diseño visual no solo transmite mensajes, sino que construye una experiencia simbólica integral en la que se configura la percepción pública de la institución.



### 3. DISEÑO METODOLÓGICO

#### 3.1. Enfoque y tipo de investigación

El presente estudio se enmarca en un enfoque cualitativo, ya que busca comprender cómo se representan los procesos de acreditación universitaria en las piezas comunicacionales digitales públicas difundidas por dos universidades peruanas. Se busca analizar sus características discursivas, visuales y simbólicas para interpretar de qué manera estas instituciones proyectan su compromiso con la calidad educativa ante el público externo. Desde esta perspectiva, la investigación cualitativa resulta pertinente porque permite analizar fenómenos comunicativos en su contexto natural, atendiendo a los sentidos que se producen y circulan a través de los mensajes (Hernández et al., 2014). Flick (2015), por su parte, señala que este enfoque es especialmente útil para el análisis de textos, imágenes y discursos, como ocurre en investigaciones centradas en medios y comunicación institucional.

El enfoque es también descriptivo-interpretativo, ya que se plantea describir las piezas comunicacionales en términos de sus características formales y discursivas, y al mismo tiempo interpretar sus posibles intencionalidades y funciones simbólicas. Para Ruiz Olabuénaga (2012), este tipo de estudios permite comprender el contenido de los mensajes no solo por lo que expresan de forma explícita, sino por lo que representan en términos de estructura simbólica, narrativa institucional y lógica comunicacional.

La investigación es de tipo comparativo, ya que propone analizar las representaciones comunicacionales producidas por dos universidades peruanas con naturalezas distintas: la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), de gestión privada no lucrativa, y la Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM), de gestión pública. Ambas instituciones poseen un alto reconocimiento social y académico, y representan modelos históricos diferenciados dentro del sistema de educación superior peruano. La UNMSM, fundada en 1551, es la universidad más antigua de América y fue durante siglos la única institución universitaria del país; mientras que la PUCP, creada en 1917, fue la primera universidad privada del Perú y se ha consolidado como referente de educación superior de gestión no estatal. Esta comparación permite observar tanto similitudes como diferencias en

los estilos discursivos, formatos y enfoques simbólicos que cada universidad emplea para proyectar la acreditación como valor institucional. Según Ragin (2014), los estudios cualitativos comparativos permiten contrastar fenómenos similares en contextos distintos, sin necesidad de generalización estadística, sino atendiendo a configuraciones particulares.

### **3.2. Estrategia metodológica**

La estrategia metodológica adoptada en este estudio combina el análisis cualitativo comparativo con un análisis de contenido cualitativo del discurso institucional. Esta estrategia permite abordar el objetivo de estudio, las representaciones comunicacionales de la acreditación universitaria en piezas digitales públicas, desde una lógica interpretativa que considera tanto los elementos formales de los mensajes como sus implicancias simbólicas.

En esta línea, se ha optado por el estudio de casos comparados, tomando como unidades de análisis las piezas digitales producidas por la PUCP y la UNMSM durante sus recientes procesos de acreditación institucional. La comparación se basa en el análisis sistemático de un corpus equilibrado, seleccionado según criterios de visibilidad, pertinencia temática y diversidad de formatos. Esta estrategia busca identificar no solo regularidades y contraste entre las piezas de ambas instituciones, sino también los sentidos estratégicos y comunicacionales que proyectan frente al público externo.

La recolección documental y el análisis textual se complementan con una ficha de análisis diseñada que permite observar dimensiones discursivas, visuales y simbólicas en cada pieza. Asimismo, se integra la tipología de enfoques comunicativos propuesta por Sánchez-Chaparro et al. (2019), lo que permite interpretar los discursos institucionales desde sus funciones comunicativas y sus lógicas de legitimación.

La selección de la PUCP y la UNMSM responde no solo a su carácter privado y público, respectivamente, sino a su condición de universidades de alta visibilidad, trayectoria histórica y reconocimiento social dentro del sistema universitario peruano. Ambas instituciones ocupan posiciones simbólicas consolidadas en el campo de la educación superior, lo que vuelve particularmente relevante analizar cómo comunican la acreditación no como un requisito mínimo, sino como un valor institucional asociado a legitimidad,

responsabilidad social y posicionamiento público. Esta condición permite examinar cómo la acreditación es resignificada comunicacionalmente por universidades que ya cuentan con capital simbólico previo, en lugar de centrarse en instituciones que comunican la acreditación principalmente como mecanismo de validación básica.

### **3.3. Técnicas de recolección y análisis de información**

La técnica principal de análisis fue el análisis cualitativo de contenido, complementado por herramientas del análisis del discurso institucional, que permitieron examinar los mensajes, recursos visuales, estilos comunicativos, frecuencia de publicación, y posibles intencionalidades. Se observó:

- El tipo de lenguaje utilizado, comprendiendo las categorías: interno, persuasivo, emocional, informativo
- Los llamados a la participación o a la rendición de cuentas
- El lugar que ocupa la acreditación en la narrativa institucional: como un eje central o secundario
- El uso de elementos visuales como colores, logotipos, slogans, personajes institucionales
- La forma en que se representa la calidad educativa y valores institucionales

La técnica de recolección de información empleada fue la recolección documental, a partir del registro y sistematización de las piezas comunicacionales difundidas públicamente en canales digitales institucionales de la PUCP y la UNMSM durante sus respectivos procesos de acreditación.

El instrumento principal fue una ficha de análisis estructurada, diseñada para registrar y sistematizar información relevante de cada pieza comunicacional (Anexo 1). Esta ficha incluye datos como el canal de publicación, tipo de pieza, fecha, temática, estilo discursivo, recursos visuales y posibles sentidos proyectados. Su construcción responde tanto al marco teórico como a los objetivos de investigación, y permitió observar dimensiones discursivas, visuales y simbólicas, facilitando el análisis comparativo entre los casos estudiados. Asimismo, incorpora una categoría analítica vinculada a los enfoques comunicativos

propuestos por Sánchez-Chaparro et al. (2019): interno, relacional, competitivo y ausencia de comunicación, para categorizar las representaciones institucionales presentes en el corpus.

Además de las fichas individuales, se elaboró una matriz comparativa de piezas comunicacionales como instrumento de síntesis analítica (Anexo 2). Esa matriz permite contrastar de forma sistemática las representaciones comunicacionales observadas en cada universidad, clasificando las piezas por tipo, enfoque discursivo, estilo comunicativo, valores proyectados y función simbólica. Esta sistematización facilita la comparación interpretativa entre ambos casos y es el insumo clave para el análisis presentado en el capítulo 4.

### **3.4. Corpus de análisis: selección y justificación**

El estudio se centra en dos casos: los procesos de acreditación de la PUCP en el periodo 2022–2024 y la UNMSM en el periodo 2024–2025, ambas con procesos recientes de acreditación institucional. El corpus de análisis está compuesto por 86 piezas comunicacionales digitales públicas (Anexo 3), 43 por cada universidad, recopiladas mediante una técnica de recolección documental. Las piezas fueron difundidas en canales digitales institucionales abiertos al público, como páginas web, redes sociales oficiales y plataformas de video, durante los respectivos periodos de acreditación.

Inicialmente, el corpus estuvo conformado por 88 piezas comunicacionales (44 por cada universidad). No obstante, durante el inicio del análisis se constató que una pieza correspondiente a cada universidad ya no se encontraba disponible en los canales digitales institucionales, motivo por el cual fueron excluidas del corpus final. Esta situación evidencia el carácter dinámico y mutable de los entornos digitales, y no afectó la coherencia ni la saturación analítica del estudio, manteniéndose un corpus equilibrado de 86 piezas pertinentes para los objetivos de la investigación.

La selección de las piezas ha sido intencionada y se fundamenta en cuatro criterios de inclusión en la muestra. Primero, visibilidad pública, al incluir únicamente piezas accesibles sin restricciones, orientadas a públicos externos. Segundo, pertinencia temática, considerando materiales que refieran explícita o implícitamente a los procesos de autoevaluación, acreditación o calidad educativa. Tercero, representatividad institucional,

garantizando que las piezas provengan de canales digitales oficiales de cada universidad, reconocidos públicamente como medios de comunicación institucional. Cuarto, comparabilidad, procurando equilibrio entre tipos de piezas, formatos y soportes empleados por ambas instituciones.

El tamaño de la muestra (86 en total, 43 por cada universidad) se definió a partir del principio de saturación analítica. Es decir, la selección se detuvo cuando el análisis permitió identificar la reiteración de enfoques comunicativos, recursos discursivos y estrategias simbólicas, sin la emergencia de nueva información relevante para responder a la pregunta de investigación. El número final de piezas se consideró idóneo en tanto permitió alcanzar dicha saturación, y al mismo tiempo, mantener un equilibrio numérico entre ambos casos, fortaleciendo así la comparación cualitativa en condiciones analíticas equivalentes.

Dado que los canales digitales institucionales analizados funcionan como repositorios dinámicos y no como universos cerrados de publicaciones, no se estableció un porcentaje fijo respecto del total de contenidos difundidos por cada universidad. En su lugar, el estudio adoptó un criterio cualitativo de selección intencionada, priorizando aquellas piezas comunicacionales que, por su contenido, visibilidad y función discursiva resultaban relevantes para analizar la representación pública de la acreditación universitaria.

El corpus incluye publicaciones, notas de prensa, videos institucionales, publicaciones en redes sociales y otros contenidos digitales que proyectan la acreditación como valor institucional (tabla 1). Se priorizó la diversidad de formatos y narrativas con el fin de abarcar distintas estrategias de representación y construcción simbólica de la calidad educativa.

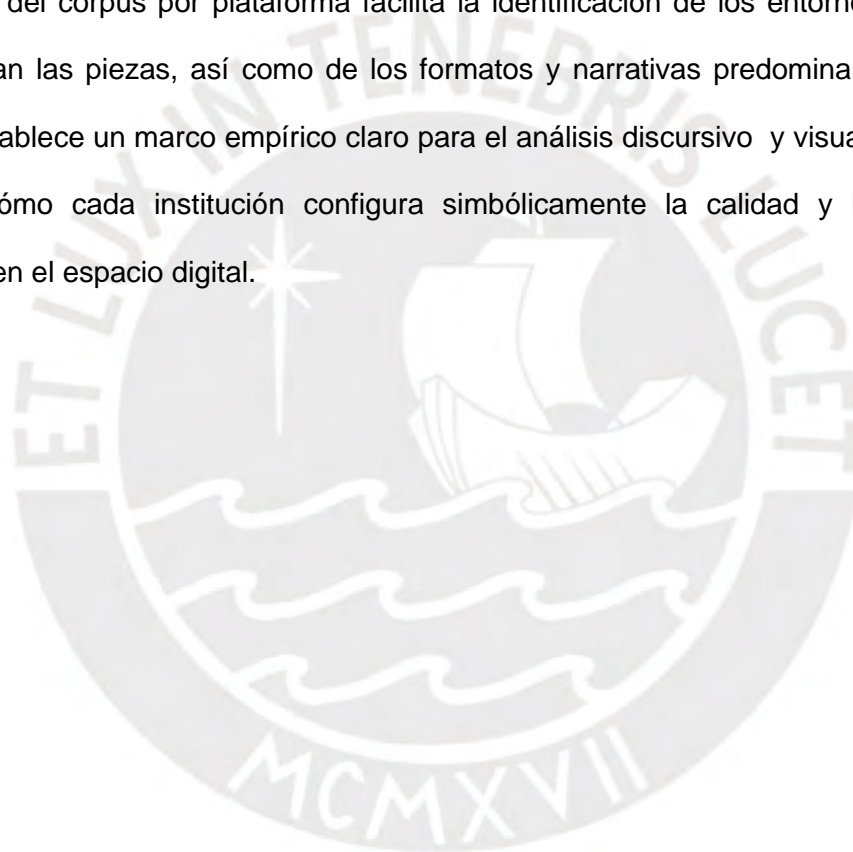
**Tabla 1**

*Canales digitales oficiales analizados por universidad*

PUCP	UNMSM
Sitio web de Acreditación PUCP	No cuenta con un equivalente
Web institucional (sección de noticias Puntoedu)	Web institucional (sección noticias)

Web del Vicerrectorado Académico	Web de la Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (OCCAA)
Facebook del Vicerrectorado Académico	Facebook de la OCCAA
Instagram PUCP	Instagram UNMSM
Canal de YouTube PUCP	Canal de YouTube RTV San Marcos

Esta sistematización permite observar la variedad de soportes y canales digitales empleados por ambas universidades para comunicar sus procesos de acreditación. La organización del corpus por plataforma facilita la identificación de los entornos mediáticos donde circulan las piezas, así como de los formatos y narrativas predominantes. De este modo, se establece un marco empírico claro para el análisis discursivo y visual, orientado a interpretar cómo cada institución configura simbólicamente la calidad y la legitimidad institucional en el espacio digital.



## 4. ANÁLISIS COMPARADO DE LAS REPRESENTACIONES COMUNICACIONALES DE LA ACREDITACIÓN

### 4.1. Características de las piezas comunicacionales digitales PUCP y UNMSM

#### *Portales web del proceso de acreditación*

En este particular, solo la PUCP contó con un portal web destinado exclusivamente a la difusión de información relacionada a su proceso de reacreditación: la página web <https://acreditacion.pucp.edu.pe/>. Las siete piezas seleccionadas son notas de prensa compuestas por un texto acompañado de una imagen destacada. Presentan una estrategia comunicacional clara y sostenida, en la que la reacreditación ocupa un lugar central en la narrativa institucional. El logro de la reacreditación 2024-2029 es comunicado como un hito de prestigio, mientras que las piezas intermedias (2022-2023) dan cuenta de avances, visitas externas y preparación comunitaria. Este conjunto revela una narrativa de continuidad: inicio del proceso, etapas participativas, presencia de pares internacionales y culminación con el reconocimiento externo.

#### *Portales web de noticias*

La PUCP cuenta con el portal web <https://puntoedu.pucp.edu.pe/>, sitio oficial de noticias de la universidad. Las diez piezas elegidas de este portal también son notas de prensa acompañadas de una imagen destacada. Estas evidencian un patrón de producción comunicacional predominantemente informativo. Todas las piezas revisadas se construyen como notas de prensa que priorizan la claridad y el orden en la exposición de hechos, etapas y resultados del proceso de reacreditación. Esto permite identificar una estrategia de transparencia, en la que la universidad se presenta como fuente oficial de información y con vocación de rendición de cuentas. Las notas abarcan desde el inicio del proceso en 2022 hasta la obtención del reconocimiento internacional en 2024, reflejando un registro cronológico y coherente que consolida la narrativa de continuidad institucional.

La UNMSM cuenta con el portal web <https://www.unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias>, espacio que contiene las notas de prensa oficiales de dicha universidad. Las cuatro piezas recopiladas consisten en notas de prensa con imagen destacada y revelan una

estrategia comunicacional centrada en un estilo informativo, que mantiene un tono sobrio y objetivo en la presentación del proceso y el logro de acreditación internacional. En todos los casos, la acreditación ocupa el lugar central de la narrativa, configurándose como un hito de gran relevancia institucional que atraviesa las diferentes fases: desde la proyección inicial, pasando por la visita de pares evaluadores, hasta la obtención del reconocimiento oficial. Esta continuidad en el tratamiento del tema construye un relato progresivo de avance, logro y consolidación.

#### *Portales web de órganos líderes del proceso de acreditación*

El Vicerrectorado Académico de la PUCP cuenta con el portal web <https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/> para la difusión de su información. Las seis piezas analizadas consisten en texto con imagen destacada y revelan una narrativa institucional coherente y centrada en el proceso de reacreditación internacional como eje articulador de la comunicación. En todas las piezas, la acreditación ocupa un lugar central, ya sea como anuncio de logro (reacreditación 2024), como reporte de avances anuales (2022 y 2023), como convocatoria a la participación (encuestas y talleres) o como punto de partida del proceso (inicio en 2022). Esto muestra que la estrategia comunicativa se sostiene en informar, legitimar y movilizar a la comunidad universitaria en torno a este proceso.

La Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (OCCAA) de la UNMSM también cuenta con el portal web <https://occaa.unmsm.edu.pe/> para compartir la información de su gestión. Las cuatro piezas elegidas consisten en texto e imagen destacada y construyen una narrativa centrada en la formalidad, el orden institucional y la documentación rigurosa del proceso de acreditación internacional. A diferencia de otros canales, en estas piezas, la acreditación aparece siempre como tema central y estructurador. Desde el inicio formal del proceso con la instalación del comité, pasando por la validación de informes y la visita de pares evaluadores, hasta la comunicación del logro final de la acreditación. Esta secuencia permite observar un relato lineal y progresivo, en el que la acreditación se presenta como eje articulador de la gestión universitaria.

#### *Redes sociales*

El Vicerrectorado Académico de la PUCP, instancia de la universidad que lidera los procesos de acreditación, cuenta con una página en Facebook, <https://www.facebook.com/vracpucp>, en donde se comparten las principales noticias, eventos, fotografías y videos relacionados a su gestión y a la de la propia universidad. Las quince piezas revisadas están constituidas por un texto e imágenes alusivas al tema. Estas muestran una estrategia comunicacional clara, sostenida y coherente en torno al proceso de reacreditación institucional. Se trata de un conjunto articulado de mensajes, pese a variar en tono y énfasis según la etapa del proceso, configuran una narrativa institucional consistente.

La OCCAA, órgano líder del proceso en la UNMSM tiene a su disposición una página en Facebook ([https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/?locale=es\\_LA](https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/?locale=es_LA)) para difundir noticias, eventos y recursos audiovisuales relacionados con su gestión y de la universidad. Las veintinueve piezas revisadas presentan dos tipos de contenido: veintisiete contienen texto y fotografías, y las dos restantes consisten en material audiovisual. Las piezas presentan una narrativa coherente, orientada principalmente a la rendición de cuentas y a la documentación del trabajo interno. En su conjunto, estas piezas muestran una estrategia comunicacional centrada en la visibilización de la seriedad técnica, la coordinación interinstitucional y la formalidad del proceso.

La PUCP también administra una cuenta en Instagram (<https://www.instagram.com/pucp/?hl=es-la>) para difundir su información institucional. Las cuatro piezas tomadas sobre la reacreditación internacional se dividen en dos publicaciones tipo *reel* y dos del tipo carrusel. Destacan por un tono informativo adaptado al formato juvenil y dinámico de esta red social. Todas las piezas giran en torno a la acreditación como eje central, pero no desde la lógica del logro consumado, sino como un proceso en curso que requiere la implicación activa de la comunidad. Esto marca una diferencia con otras plataformas más solemnes (como la web institucional), ya que en Instagram se prioriza un estilo comunicacional cercano y participativo.

La UNMSM administra una cuenta de Instagram ([https://www.instagram.com/unmsm\\_/?hl=es-la](https://www.instagram.com/unmsm_/?hl=es-la)) para compartir su información institucional.

Las cinco piezas consisten en dos de tipo *reel*, dos de carrusel y una de texto con fotografías. Se caracterizan por una alta coherencia visual y discursiva en torno al logro de la acreditación internacional. Todas ellas presentan un estilo informativo con tono celebratorio, solemne y protocolar que privilegia la transmisión de logros institucionales y la validación externa a través de diplomas, ceremonias y mensajes de autoridades. Se observa que la acreditación ocupa el lugar central en la narrativa, sin temas secundarios, lo que refuerza su condición de hito histórico y prioritario para la institución.

La pieza analizada del canal de YouTube de la PUCP (<https://www.youtube.com/pucp>) sobre reacreditación se caracteriza por un tono institucional sobrio y explicativo, centrado en mostrar la solidez del proceso y el respaldo internacional. Predomina un estilo audiovisual formal, con discursos de autoridades y énfasis en la trayectoria de reacreditación, acompañada de imágenes que refuerzan identidad y pertenencia institucional.

La pieza seleccionada del canal de YouTube de la UNMSM ([https://www.youtube.com/@SanMarcos\\_TV](https://www.youtube.com/@SanMarcos_TV)) destaca la obtención de la acreditación internacional como un logro histórico y diferenciador, con un tono celebratorio y solemne. El énfasis recae en la proyección de liderazgo académico y reconocimiento externo, reforzada mediante escenas protocolarias como la entrega de diplomas de reconocimiento y la participación de autoridades.

En síntesis, las piezas comunicacionales digitales de la PUCP y la UNMSM muestran estilos diferenciados en la forma de presentar sus procesos de acreditación. La PUCP despliega contenido distribuido en diversos portales y redes sociales, y construye una narrativa sostenida que combina información, seguimiento de etapas y llamados a la participación. La UNMSM, en cambio, concentra su comunicación con un tono más sobrio y protocolar orientado a documentar formalmente cada fase y resaltar el carácter histórico del logro obtenido. Aunque ambas instituciones mantienen la acreditación como eje central, la comparación evidencia que la PUCP apuesta por una comunicación más continua y diversificada, mientras que la UNMSM privilegia una presentación más institucional y enfocada en el reconocimiento final.

## 4.2. Estilos discursivos y construcción de sentido

### *Portales web del proceso de acreditación*

En el portal web del Vicerrectorado Académico dedicado a la acreditación, la PUCP emplea un discurso institucional de carácter formativo, centrado en la exposición de hechos verificables del proceso, como cronogramas, actores y etapas. Este tono se evidencia en piezas como “Conoce el Comité de Pares Evaluadores Internacionales que visitará la PUCP” (Pieza PUCP-WA-02), donde predomina un lenguaje descriptivo y explicativo: “Entre el 27 de noviembre y el 1 de diciembre un comité de 4 pares evaluadores y un representante del Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC-CINDA) visitará la PUCP”. Aquí la universidad adopta un registro objetivo, que legitima el proceso mediante la referencia a instituciones externas y criterios de validez internacional (figura 1).

### **Figura 1**

*Publicación de la PUCP en su portal web de acreditación del 15 de noviembre de 2023*



Fuente:                      Página                      web                      Acreditación                      PUCP

<https://acreditacion.pucp.edu.pe/noticias/conoce-el-comite-de-pares-evaluadores-internacionales-que-visitara-la-pucp>

No obstante, el análisis de las siete piezas revela incorporación de marcadores discursivos de implicación emocional y comunitaria, especialmente en notas dirigidas a la

participación de la comunidad universitaria. En “Reacreditación 2023: Sé parte de la visita de los pares internacionales del IAC-CINDA” (PUCP-WA-05), el uso reiterado de apelaciones directas como “tu participación es fundamental”, “te invitamos a mantenerte informado y a participar” y expresiones valorativas como “tu compromiso es muy importante” configura un tono motivacional que busca movilizar la adhesión colectiva al proceso. Este recurso de personalización del discurso proyecta a la acreditación no solo como un procedimiento técnico, sino como una oportunidad de reafirmar la identidad compartida y el compromiso con la mejora continua.

De forma similar, en la pieza “Reacreditación Institucional 2023: conoce el camino recorrido y la autoevaluación realizada” (PUCP-WA-03) se combinan estructuras expositivas con enunciados que reconocen el esfuerzo colectivo: “la participación de nuestra comunidad PUCP ha sido muy importante para conocer nuestras fortalezas y aspectos a optimizar”. El uso del pronombre inclusivo nuestra y la metáfora del camino recorrido refuerzan la idea de un proyecto común y en progreso, donde la comunidad universitaria aparece como protagonista activa.

Desde la tipología de enfoques comunicativos propuesta por Sánchez-Chaparro et al. (2019), las piezas analizadas evidencian una predominancia de los enfoques interno y relacional. El primero se manifiesta en la difusión de informes, resultados y procesos de autoevaluación, mientras que el segundo emerge en la apelación al reconocimiento externo y la cooperación internacional. El enfoque competitivo, orientado a la diferenciación y reputación, aparece de modo marginal, principalmente cuando se enuncia la acreditación como símbolo de excelencia frente a estándares globales.

En conjunto, el discurso institucional del portal web combina información factual, legitimación externa y apelación comunitaria, articulando así un sentido de calidad sustentado tanto en el cumplimiento de estándares internacionales como en el compromiso colectivo por la mejora continua.

*Portales web de noticias*

En PuntoEdu se analizaron diez piezas y se observó que, en términos discursivos, el estilo predominante refuerza una narrativa de institucionalidad y confianza. Si bien la mayoría de las piezas tienen un enfoque interno al dirigirse principalmente a la comunidad PUCP, se advierte la coexistencia de matices competitivos y relacionales, sobre todo en los momentos culminantes del proceso, como el anuncio de la reacreditación 2024-2029 y la ceremonia de entrega. En esos casos, la comunicación busca proyectar liderazgo y excelencia frente al sistema universitario nacional, al tiempo que enfatiza la importancia de pertenecer a redes académicas internacionales (figura 2).

## Figura 2

Publicación de la PUCP en PuntoEdu del 04 de diciembre de 2024



La PUCP renovó su acreditación institucional internacional hasta el 2029. Aquí, conversamos con expertos de IAC-Cinda sobre los beneficios que este

Fuente: Página web Puntoedu ([https://puntoedu.pucp.edu.pe/vida-universitaria/institucional/acreditacion-institucional-2024-2029-excelencia-academica-proyeccion-internacional/?fbclid=IwY2xjawKnHBpleHRuA2FibQIxMQBicmlkETFPamhOeE1VMEpoUmFJcVVtAR414X0UUCs6geM3PfhcAp0io700Y4LW4UIRRloO-PMQJ2ajQAm1E2pvvJqyfQ\\_aem\\_HwzXKuznX4CKnQHPbCeTcA](https://puntoedu.pucp.edu.pe/vida-universitaria/institucional/acreditacion-institucional-2024-2029-excelencia-academica-proyeccion-internacional/?fbclid=IwY2xjawKnHBpleHRuA2FibQIxMQBicmlkETFPamhOeE1VMEpoUmFJcVVtAR414X0UUCs6geM3PfhcAp0io700Y4LW4UIRRloO-PMQJ2ajQAm1E2pvvJqyfQ_aem_HwzXKuznX4CKnQHPbCeTcA))

En las piezas analizadas, la acreditación es representada como el resultado de un proceso institucional consolidado, asociado a la cultura de mejora continua y a la vigencia de estándares globales de calidad. La recurrencia de términos como excelencia, estándares internacionales y credibilidad refuerza un *ethos* institucional basado en la solidez y el reconocimiento externo. En la nota “Acreditación institucional 2024-2029: excelencia académica y proyección internacional”, por ejemplo, se destacan las credenciales que “permiten competir con las mejores universidades de la región” y que consolidan a la PUCP como referente de credibilidad y proyección internacional (pieza PUCP-WN-04). Este énfasis discursivo otorga sentido simbólico a la acreditación como un sello de distinción y confianza, más allá de su carácter técnico.

Asimismo, la pieza “Logramos la reacreditación internacional institucional 2024-2029 en Pregrado, Posgrado, Investigación y Gestión Institucional” (PUCP-WN-02) incorpora un tono celebratorio y cohesivo al resaltar la participación colectiva: la reacreditación se presenta como fruto del compromiso de toda la comunidad universitaria, pero también como respuesta institucional frente a un contexto nacional de crisis de calidad educativa. La comparación con otras universidades a las que se ha denegado el licenciamiento refuerza una posición de autoridad moral y legitimidad frente al sistema de educación superior.

Por su parte, en la nota “La PUCP inicia el proceso de reacreditación internacional”, el discurso adquiere un carácter reflexivo al vincular la autoevaluación con la autocrítica institucional (PUCP-WN-10). Este registro busca instalar la idea de una universidad que aprende de sí misma y evoluciona, articulando la dimensión técnica de la acreditación con una dimensión ética de mejora continua. En conjunto, las piezas de PuntoEdu configuran una narrativa coherente en la que la reacreditación internacional se representa simultáneamente como validación externa, práctica reflexiva y expresión de liderazgo institucional sostenido.

Por otro lado, a partir del análisis de cuatro piezas del portal web de noticias de la UNMSM se apreció que, en el plano discursivo, existe una combinación de enfoques comunicativos competitivos y relacionales. En primer lugar, el discurso competitivo se expresa de manera clara en la proyección de la acreditación como un sello de excelencia y liderazgo

institucional, que distingue a San Marcos dentro del sistema universitario peruano. Las piezas destacan de forma reiterada su condición de primera universidad pública del país en obtener acreditación internacional, enfatizando así un posicionamiento diferencial frente a otras instituciones. Esta narrativa refuerza la idea de prestigio, tradición y reconocimiento, y se orienta hacia la visibilización de logros ante públicos externos, incluyendo organismos internacionales, potenciales aliados académicos y la sociedad en general. Tal como se aprecia en la pieza titulada “San Marcos se convertirá en la primera universidad pública del país con acreditación internacional” (UNMSM-WN-02), la acreditación se representa como un hito que eleva el perfil profesional de sus egresados y consolida su prestigio académico tanto en el ámbito nacional como global (figura 3).

### Figura 3

*Publicación de la UNMSM en su portal de noticias del 22 de mayo de 2025*



Fuente: Página web sección noticias de la UNMSM

(<https://www.unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-se-convertira-en-la-primera-universidad-publica-del-pais-con-acreditacion-internacional>)

Además, se advierte un componente relacional en las referencias a la cooperación interinstitucional y al fortalecimiento de los vínculos académicos internacionales. En la pieza UNMSM-WN-04 titulada “San Marcos rumbo a la acreditación internacional por la UDUALC”

se señala que el proceso permitirá “fortalecer los convenios de la Decana de América con universidades e instituciones de todo el mundo”, lo que proyecta una imagen de apertura, diálogo y pertenencia a una red universitaria internacional. Sin embargo, aunque se alude al compromiso de la comunidad sanmarquina, el discurso institucional no trasciende hacia la participación activa o la rendición de cuentas, sino que mantiene una orientación informativa centrada en la gestión y en los resultados.

En conjunto, la narrativa institucional articula valores como excelencia, liderazgo, compromiso y pertenencia, configurando una representación discursiva de la acreditación que busca legitimar el posicionamiento de la UNMSM en el escenario universitario internacional, más que promover procesos de involucramiento comunicativo con su comunidad.

#### *Portales web de órganos líderes del proceso de acreditación*

El análisis de seis piezas difundidas en el portal del Vicerrectorado Académico (VRAC) de la PUCP muestra un estilo discursivo predominantemente informativo, con una clara orientación hacia la movilización interna y la reflexión institucional. No obstante, este tono informativo se ve matizado por un registro emocional y motivacional que apela a la identidad compartida y al compromiso colectivo con la mejora continua. En ese sentido, la comunicación no se limita a transmitir datos o avances del proceso, sino que busca involucrar a la comunidad universitaria en una narrativa de corresponsabilidad y orgullo institucional.

El uso de expresiones como “Ayúdanos a asegurar la calidad de la enseñanza” en la pieza PUCP-WV-04 o “Tu opinión es muy importante en la autoevaluación integral que hacemos dentro del proceso” en la pieza PUCP-WV-06 configuran una retórica participativa que interpela directamente al lector, reforzando la idea de que el aseguramiento de la calidad es una tarea colectiva. El uso reiterado del pronombre inclusivo “nuestra” y de verbos en modo imperativo como “llena”, “inscríbete” o “participa”, enfatizan la acción conjunta y el sentido de pertenencia.

#### **Figura 4**

*Publicación del Vicerrectorado Académico en su portal web del 11 de mayo de 2022*

Acreditación

## Responde la encuesta digital para participar en el proceso de reacreditación internacional PUCP



Fecha de publicación: 11/5/2022

Ayúdanos a asegurar la calidad de la enseñanza en el proceso de reacreditación internacional de la PUCP. Llena la encuesta de opinión que recibirás en tu correo.

Fuente: Página web del Vicerrectorado Académico PUCP

<https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/responde-la-encuesta-digital-para-participar-en-el-proceso-de-reacreditacion-internacional-pucp>

Con relación a las estrategias comunicacionales propuestas por Sánchez-Chaparro et al. (2019), las piezas se inscriben principalmente en el enfoque interno-relacional: comunican información estructurada sobre el proceso de autoevaluación, indicadores y etapas, pero lo hacen apelando a la cohesión interna y la implicación de los actores universitarios. A la vez, se introduce un matiz competitivo al mencionar que los estándares aplicados “se expresan en términos de los estándares de la agencia acreditadora” (PUCP-WV-04), lo cual vincula la autoevaluación interna con criterios internacionales de calidad y prestigio.

En el plano de la construcción de sentido, la narrativa institucional se articula en torno a los valores de calidad, excelencia, compromiso y transparencia, presentando la acreditación como una oportunidad de aprendizaje organizacional más que como una meta administrativa. La rendición de cuentas se evidencia en la comunicación de “avances importantes”, “reflexión sobre el desempeño institucional” y “propuestas de mejora” abordada en la pieza PUCP-WV-02, lo que contribuye a consolidar una imagen de gestión abierta y responsable.

Así, las piezas del VRAC proyectan una representación de la acreditación como proceso dinámico, participativo y sostenido, en el que el liderazgo institucional se combina con la implicación de los distintos actores universitarios. Este discurso de mejora continua configura un sentido compartido de misión institucional, en el que la calidad se concibe como un compromiso transversal y permanente.

La narrativa institucional proyectada gira en torno a valores como calidad, excelencia, compromiso, transparencia y mejora continua. La rendición de cuentas se materializa en la comunicación de avances, resultados parciales, próximos pasos, así como en la presentación de roles de las autoridades y de los órganos involucrados. La presencia de llamados a la acción es clara en dos momentos clave: la invitación a responder la encuesta y la convocatoria a talleres, reforzando la idea de que la acreditación es un proceso compartido y no solo un resultado administrativo.

El análisis de cuatro piezas del portal de la Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (OCCAA) de la UNMSM revela un predominio del estilo discursivo informativo y técnico, coherente con el rol institucional de este órgano dentro del proceso de aseguramiento de la calidad. Las piezas comunican avances, procedimientos y resultados del proceso de acreditación internacional, manteniendo un tono formal y descriptivo orientado a documentar la gestión académica (figura 5). Sin embargo, en momentos específicos, particularmente en la nota sobre la acreditación obtenida en 2025, se incorporan matices celebratorios y simbólicos que apelan al orgullo institucional y al reconocimiento del liderazgo de la universidad en el sistema público nacional.

### **Figura 5**

*Publicación de la OCCAA en su portal web del 25 de junio de 2024*



Fuente: Página web OCCAA UNMSM (<https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-decana-de-america-instala-el-comite-para-la-acreditacion-con-udualc>)

Se pueden apreciar expresiones como “fortalece y reafirma su posición como una de las universidades más prestigiosas de América Latina” en la pieza UNMSM-WV-04, o “marca la pauta en la educación universitaria del país” en la pieza UNMSM-WV-01, evidenciando un registro legitimador en el que la acreditación es presentada como un logro que trasciende la evaluación técnica para convertirse en símbolo de excelencia y posicionamiento internacional. En ese sentido, el discurso informativo se amplía hacia una dimensión identitaria donde la UNMSM reafirma su trayectoria y su lugar en el contexto latinoamericano.

De acuerdo con la tipología de Sánchez-Chaparro et al. (2019), los enfoques comunicativos presentes combinan lo interno al difundir hitos del proceso como instalación del comité, validación de informes, visita de pares evaluadores, y lo relacional al destacar la participación de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe (UDUALC) y la legitimidad del Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional (CEAI). El componente competitivo se aprecia en las piezas como UNMSM-WV-01, donde la universidad se presenta

como la primera universidad pública peruana con acreditación internacional, lo que refuerza una narrativa de liderazgo pionero y distinción institucional.

En términos de construcción de sentido, las piezas proyectan una imagen de universidad comprometida con la mejora continua, la transparencia y la excelencia, valores que sustentan la legitimación de su reconocimiento internacional. La autoridad discursiva recae en las voces institucionales, como la del jefe de la OCCAA o la rectora, que enuncian el proceso desde la perspectiva de la gestión y el cumplimiento de estándares globales. Así, la comunicación cumple una función doble: por un lado, informa a la comunidad universitaria sobre los avances del proceso; y por otro, posiciona públicamente a la UNMSM como referente de calidad y modernización dentro del sistema universitario peruano.

### *Redes sociales*

De la página de Facebook del Vicerrectorado Académico de la PUCP se consideraron quince piezas y se concluyó que, en cuanto al estilo de lenguaje, predomina la combinación de registros informativos y persuasivos. Las publicaciones orientadas a promover encuestas y talleres de autoevaluación apelan al carácter formativo de la participación y también ofrecen información práctica sobre fechas, enlaces y procedimientos (ver figura 6). En la pieza PUCP-FB-11, por ejemplo, se invita al público docente a sumarse a los talleres de autoevaluación como “una oportunidad muy importante para seguir contribuyendo a la mejora continua de nuestra universidad”, reforzando la idea de corresponsabilidad y de continuidad en el compromiso con la calidad. De manera similar, la pieza PUCP-FB-06 exhorta a la comunidad a responder la encuesta de autoevaluación institucional recordando que “la autoevaluación es el primer paso para lograr la reacreditación de nuestra universidad”. En ambos casos, el discurso combina la información operativa con un tono de motivación colectiva, apelando tanto a la conciencia institucional como al sentido de pertenencia.

### **Figura 6**

*Publicación del Vicerrectorado Académico de la PUCP en Facebook del 18 de octubre de 2022*



Fuente: Facebook Vicerrectorado Académico PUCP

(<https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid0RQVw6B5jfsU5nY9jfv1wiomNoBg6Rc8Sv vic4csAh1vV1AQyqVMKwfFax7ae85rbl?rddid=sgmtejpCgAmFnfEM#>)

El lenguaje se vuelve más emocional en los momentos de celebración, donde se resalta el orgullo institucional y la legitimidad alcanzada. En la pieza PUCP-FB-14 se destaca la reacreditación institucional 2029 como “un logro que refleja nuestra constante búsqueda de calidad educativa y nuestro firme compromiso con el desarrollo integral de todas y todos nuestros estudiantes”. La ceremonia de reacreditación se presenta como un hito que sintetiza esfuerzo y excelencia, reforzado por expresiones como “¡Juntos seguimos construyendo una universidad de primer nivel!”, que buscan movilizar el orgullo colectivo y subrayar el valor del trabajo compartido.

Esta alternancia entre información objetiva y apelación motivacional refleja la necesidad de movilizar a la comunidad universitaria sin dejar de sostener la seriedad técnica del proceso. En términos de los enfoques comunicativos propuestos por Sánchez-Chaparro et al. (2019) predomina el enfoque interno, visible en mensajes que destacan la planificación,

la gestión de procedimientos y la garantía del cumplimiento de estándares. Por ejemplo, en la pieza PUCP-FB-03 se menciona que “este año empezaremos un nuevo proceso de autoevaluación institucional para lograr la reacreditación internacional”. Sin embargo, se entrelazan también resultados relacionales, pues las piezas asocian la acreditación con la construcción colectiva de prestigio y con la proyección internacional de la universidad.

En conjunto, el discurso del Vicerrectorado Académico de la PUCP en Facebook se orienta a legitimar el proceso de reacreditación como una práctica institucional integrada a la cultura de calidad. No se identifican mensajes propiamente competitivos ni ausencia de comunicación, lo que evidencia una apuesta clara por un despliegue comunicacional sostenido que articula la mejora continua, la transparencia del proceso y la identidad compartida de la comunidad universitaria.

De la página de Facebook de la OCCAA de UNMSM se revisaron veintinueve piezas y se determinó que el estilo predominante del lenguaje es técnico-informativo, con ocasionales recursos persuasivos o celebratorios en momentos clave, como el anuncio de la acreditación alcanzada. La mayoría de las publicaciones reportan actividades, reuniones, asesorías y capacitaciones, señalando fechas, horarios y oficinas participantes. En piezas como UNMSM-FB-05 se destaca el trabajo coordinado “con los jefes de oficinas involucradas para revisar evidencias y documentos sustentatorios” o las “asesorías para el llenado de la matriz del desarrollo indicadores para la acreditación con UDUALC” en la pieza UNMSM-FB-15. Estos enunciados refuerzan una narrativa centrada en la gestión técnica del proceso, donde la calidad se traduce en procedimientos, indicadores y cumplimiento de estándares verificables.

El tono administrativo y operativo se complementa con recursos visuales y tipográficos que buscan dar solemnidad al discurso institucional, como el uso de letras góticas o en negrita en piezas como UNMSM-FB-12, lo que proyecta una imagen de formalidad, aunque afecta la legibilidad en entornos digitales (figura 7). En UNMSM-FB-24, la acreditación se presenta en marcha y se anuncia el inicio de capacitaciones “con la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe -UDUALC”, mientras que UNMSM-FB-28 reitera la “búsqueda de la

excelencia e internacionalización” como propósito estratégico. Estas piezas no solo informan sobre hitos operativos, sino que también instalan un sentido de avance y compromiso institucional hacia el reconocimiento internacional, articulando una dimensión relacional en torno a la colaboración con organismos externos.

### Figura 7

*Publicación de OCCAA en Facebook del 07 de agosto de 2024*



Fuente: Facebook Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (<https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/posts/pfbid0QbDELRHKgwMfoJbTz1Yth4nc4SEutaDFx2w6P3gHbsCcsMHKAHUEBoEms62iCaeil?rdid=frg1hCOdPIS4DcWh#>)

Asimismo, en publicaciones como UNMSM-FB-02, que comunica la culminación de la visita de pares evaluadores del CEAI-UDUALC, se refuerza la legitimidad del proceso mediante la validación externa, lo que introduce un componente relacional orientado a la interacción con redes académicas regionales y a la visibilización del prestigio institucional. Esta narrativa se complementa con la apelación constante a hashtags como #CulturaDeCalidad, #SomosCalidadSanMarcos y #AcreditaciónInstitucionalInternacional, que buscan consolidar la identidad institucional en torno a la excelencia y la mejora continua.

En términos de estrategia comunicativa según Sánchez-Chaparro et al. (2019), la gran mayoría de piezas corresponden a la categoría resultados internos, ya que el énfasis recae en el trabajo de autoevaluación, levantamiento de información, coordinación con oficinas generales y preparación de evidencias. Sin embargo, emergen también resultados relacionales, visibles en las publicaciones que destacan alianzas y asesorías con organismos internacionales o pares evaluadores, en las que la acreditación se representa como un puente hacia la internacionalización y el reconocimiento mutuo entre universidades latinoamericanas. Los resultados competitivos aparecen de manera marginal y sobre todo en piezas orientadas a estudiantes, como en la pieza UNMSM-FB-09, donde se resalta que la acreditación abre oportunidades académicas y laborales (ver figura 8), lo que introduce un matiz aspiracional ligado a la proyección de la universidad en escenarios globales.

### Figura 8

*Publicación de OCCAA en Facebook del 24 de septiembre de 2024*



Fuente: Fuente: Facebook Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (<https://www.facebook.com/reel/509345698504915>)

De la cuenta de Instagram de la PUCP se revisaron cuatro piezas y se observó que, en materia discursiva, los mensajes combinan enfoques internos y relacionales. El carácter

interno se evidencia en la insistencia en la autoevaluación, los talleres, las decisiones del Consejo Universitario y la explicación cronológica del proceso. Al mismo tiempo, el carácter relacional aparece en la visibilización de voces estudiantiles, la presentación de cifras de participación y la convocatoria a inscribirse en actividades. Esta combinación construye una narrativa que proyecta a la PUCP como una comunidad cohesionada que entiende la acreditación no solo como una validación externa, sino como un ejercicio de mejora colectiva y transparencia. Además, se incluyen llamados a la acción explícitos que invitan a la comunidad a participar en charlas, talleres y procesos de reflexión (ver figura 9).

### Figura 9

*Publicación de la PUCP en Instagram del 30 de octubre de 2023*



Fuente:

Instagram

PUCP

[https://www.instagram.com/reel/CzCRgTGP4\\_r/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA%3D%3D](https://www.instagram.com/reel/CzCRgTGP4_r/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFiZA%3D%3D)

En términos discursivos, las piezas refuerzan una narrativa de participación y compromiso colectivo, apelando tanto a la responsabilidad institucional como al involucramiento individual. En la pieza PUCP-IG-03 titulada “La comunidad PUCP ya está participando en el proceso de reacreditación institucional” se destacan cifras concretas y se pone en valor la dimensión colaborativa del proceso: “Fueron 267 participantes los que

discutieron los hallazgos obtenidos y plantearon propuestas de solución”. Esto contribuye a construir una imagen de universidad abierta, reflexiva y corresponsable. La cita de la vicerrectora académica, que subraya que “...el proceso participativo generado permite que más personas se apropien no solo de una mirada común de los avances, sino también de las oportunidades de mejora”, introduce una voz institucional legitimadora que combina un tono técnico con uno motivacional.

Por otro lado, las piezas con testimonios de estudiantes, como la pieza PUCP-IG-01 titulada “¡Rumbo a la #ReacreditaciónPUCP2023!”, amplían el marco relacional del discurso al situar la acreditación como una experiencia compartida y significativa para la comunidad. Los mensajes, centrados en la importancia de mantener la calidad educativa y en la necesidad de participar en este proceso, contribuyen a humanizar la comunicación institucional, mostrando la acreditación no solo como un procedimiento técnico, sino como un símbolo de pertenencia y orgullo colectivo. Este tipo de recursos, basados en testimonios y tono emocional, actúan como dispositivos de legitimación simbólica, al conectar la mejora institucional con la vivencia cotidiana de los actores universitarios. En conjunto, el discurso de las publicaciones de Instagram refuerza una representación de la PUCP como institución moderna, participativa y orientada a la mejora continua, que integra la voz de su comunidad como parte del proceso de garantía de calidad.

De la cuenta de Instagram de la UNMSM se analizaron cinco piezas y se identificó que se refuerza un discurso de liderazgo y excelencia institucional articulado desde un enfoque predominantemente competitivo, en línea con lo descrito por Sánchez-Chaparro et al. (2019). La universidad se presenta como la primera institución pública en obtener una acreditación internacional, reforzando su posicionamiento diferencial en el sistema universitario nacional. En la pieza UNMSM-IG-02 se afirma que “San Marcos se convierte en la primera universidad pública del Perú con acreditación internacional vigente hasta 2031”, lo que proyecta una narrativa de logro y primacía institucional. Esta idea se amplifica con expresiones que apelan a la tradición y al mérito colectivo como “¡Un nuevo hito en nuestra historia de excelencia académica!”, y con declaraciones de las autoridades que refuerzan la

legitimidad del proceso, entre ellas la de la rectora, quien sostiene que “este logro es reflejo del compromiso y la dedicación de toda nuestra comunidad universitaria”.

A su vez, las piezas integran componentes relacionales al destacar la participación de diversos actores internos en el proceso. En UNMSM-IG-04 se indica que el avance hacia la acreditación internacional “involucra a la alta dirección, docentes, administrativos, estudiantes y otros grupos de interés”, subrayando así una visión colectiva del logro institucional (figura 10). Además, se enfatiza el impacto del reconocimiento en la proyección global de la universidad al señalar que este fortalecimiento “consolidará su prestigio académico, promoverá el intercambio estudiantil y ampliará su visibilidad en los rankings internacionales”. Estos enunciados configuran una narrativa que combina competencia y cooperación, en la que la acreditación se entiende tanto como resultado del esfuerzo conjunto de la comunidad universitaria como validación externa de la calidad y el liderazgo histórico de la UNMSM.

### Figura 10

*Publicación de la UNMSM en Instagram del 18 de marzo de 2025*



Fuente: Instagram UNMSM ([https://www.instagram.com/p/DHWe-ezvHti/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/p/DHWe-ezvHti/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D))

La PUCP, en su cuenta de YouTube, publicó un video sobre el proceso de reacreditación institucional, el cual presenta un estilo discursivo predominantemente informativo, en el que se describe de manera clara el proceso en curso, las áreas de evaluación y el rol de la visita de pares internacionales. Desde el inicio, la narración posiciona

a la universidad dentro de un proceso de validación externa. Esto puede apreciarse en frases como “Estamos siendo evaluados para asegurar que cumplimos con estándares internacionales de calidad en cuatro áreas: formación de pregrado, formación de posgrado, investigación y gestión institucional”, lo que sitúa la comunicación en el enfoque interno descrito por Sánchez-Chaparro et al. (2019). El discurso prioriza la transparencia y la descripción ordenada del procedimiento, reforzando la imagen de una institución organizada y comprometida con la mejora continua.

La pieza PUCP-YT-01 enfatiza la importancia de la autoevaluación interna, desarrollada “con la participación de nuestra comunidad PUCP, incluyendo estudiantes, docentes, personal administrativo y autoridades”. Esta enumeración cumple una función integradora al destacar la corresponsabilidad de todos los estamentos universitarios, lo que amplía el sentido técnico del proceso hacia un resultado relacional, al reconocer que la calidad institucional se construye colectivamente. La identificación de “fortalezas como una plana docente altamente calificada, un modelo educativo alineado con las demandas actuales de la sociedad y una sólida capacidad para fomentar la investigación” refuerza la narrativa de excelencia sostenida, en la que la autoevaluación se convierte en una evidencia del compromiso institucional con la calidad (figura 11).

### **Figura 11**

*Publicación de la PUCP en YouTube del 14 de noviembre de 2023*



Fuente: YouTube PUCP (<https://www.youtube.com/watch?v=nZ1FkYvU354>)

Asimismo, el cierre del video incorpora un llamado directo a la acción que añade un tono persuasivo y comunitario: “Te invitamos a mantenerte informado y participar de las reuniones con nuestros pares evaluadores...tu compromiso es muy importante. Juntos lograremos la reacreditación 2023”. Este recurso discursivo busca movilizar la participación desde la convicción de que la reacreditación no solo es un trámite técnico, sino una expresión de identidad y pertenencia universitaria.

En conjunto, el video proyecta una imagen institucional cohesionada y transparente, donde la acreditación se representa como un proceso continuo de aprendizaje organizacional. El discurso combina los enfoques interno y relacional, y refuerza valores de excelencia, corresponsabilidad y compromiso colectivo, configurando una narrativa coherente con la estrategia comunicativa más amplia desplegada por la PUCP en sus otras plataformas.

La UNMSM publicó en su cuenta de YouTube un video conmemorativo sobre su acreditación internacional, en el que se articula un discurso informativo y emotivo que exalta su legado histórico y su papel protagónico en el desarrollo nacional. Desde la primera frase, “Desde 1551, la Universidad Nacional Mayor de San Marcos ha sido el faro del conocimiento en América”, el relato se inscribe en una narrativa de continuidad y trascendencia. La voz en *off*, acompañada de imágenes de las sedes universitarias y de figuras emblemáticas como Julio C. Tello, Mario Vargas Llosa y Ella Dunbar Temple, activa un imaginario de orgullo patrimonial y de grandeza intelectual que posiciona a la institución como cuna del saber peruano y latinoamericano (figura 12).

### **Figura 12**

*Publicación de la UNMSM en YouTube del 23 de mayo de 2025*



Fuente: YouTube UNMSM (<https://www.youtube.com/watch?v=ku7raQNNTYs>)

La estructura del video combina referencias al pasado con afirmaciones sobre los logros contemporáneos de la universidad, reforzando una representación de liderazgo académico. Al mencionar hitos científicos recientes como “somos la universidad número uno del Perú en investigación científica” o “del descubrimiento del *Percetus colossus* al estudio de la momia de Cajamarquilla, nuestros hallazgos trascienden fronteras”, el discurso vincula la acreditación con una trayectoria de excelencia sostenida, que legitima su reconocimiento internacional. La enumeración de alianzas estratégicas, nuevas sedes y aportes culturales desde espacios como el Museo de Historia Natural o el Centro Cultural San Marcos amplifica la idea de expansión y vigencia institucional.

Según la tipología de Sánchez-Chaparro et al. (2019), este discurso se adscribe al enfoque competitivo, pues la acreditación se comunica como un sello que ratifica el liderazgo histórico y actual de la universidad frente al sistema nacional. Más que un proceso de mejora continua, la acreditación se presenta como confirmación de una supremacía simbólica y científica construida a lo largo de los siglos. Así, la UNMSM no solo comunica cumplimiento de estándares de calidad, sino que refuerza una narrativa identitaria de prestigio y de misión trascendente en la formación de las élites intelectuales del país.

#### **4.3. Visualidad y elementos simbólicos en la narrativa institucional**

*Portales web de proceso de acreditación*

Visualmente, las siete piezas analizadas de la web de acreditación de la PUCP mantienen alta coherencia con la identidad institucional a partir del uso de logotipos, tipografía y colores corporativos, así como un estilo sobrio y formal orientado a transmitir institucionalidad y confianza. Este diseño refuerza la idea de orden y seriedad que caracteriza el discurso institucional de la universidad.

Las fotografías seleccionadas combinan escenas institucionales como autoridades recibiendo diplomas, reuniones con pares evaluadores o actividades formativas, con imágenes de estudiantes y miembros de la comunidad universitaria (figura 13). Esta alternancia contribuye a equilibrar y dar cercanía, proyectando simultáneamente una institución sólida y humana. La presencia recurrente de personas en espacios académicos y colaborativos refuerza el valor de comunidad y el carácter participativo del proceso.

### Figura 13

Publicaciones de la PUCP en su web de acreditación del 20 de octubre de 2022 y 3 de diciembre de 2024

La participación de los estudiantes es importante en el proceso de reacreditación 2023  
20/10/2022



Reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia: la PUCP recibe reacreditación institucional hasta el 2029  
3/12/2024



Fuente:

Página

web

Acreditación

PUCP

<https://acreditacion.pucp.edu.pe/noticias/reafirmamos-nuestro-compromiso-con-la-excelencia-la-pucp-recibe-reacreditacion-institucional-hasta-el-2029>

Por otra parte, el uso de recursos gráficos como cronogramas, agendas, diagramas o tablas favorece la comprensión de las etapas y los tiempos del proceso de reacreditación y refuerza la idea de transparencia institucional (figura 14). Estos elementos no solo facilitan la

lectura y navegación, sino que también visualizan la noción de proceso ordenado que la PUCP busca comunicar.

### Figura 14

Publicación de la PUCP en su web de acreditación del 17 de octubre de 2023



Fuente: Página web Acreditación PUCP

<https://acreditacion.pucp.edu.pe/noticias/reactificacion-2023-participa-en-las-charlas-informativas-y-conoce-mas-sobre-los-avances-del-proceso-y-la-proxima-visita-de-la-agencia-acreditadora>)

Desde el enfoque interno propuesto por Sánchez-Chaparro et al. (2019), los recursos visuales refuerzan la claridad informativa y la participación, al mismo tiempo que promueven valores de transparencia y compromiso colectivo. En términos simbólicos, la calidad educativa se representa bajo tres dimensiones: i) un compromiso de mejora continua sustentado en procesos de autoevaluación, ii) una práctica participativa donde estudiantes, docentes, administrativos y egresados tienen roles activos, y iii) un reconocimiento externo que consolida la legitimidad y el prestigio institucional. La acreditación es proyectada tanto como resultado de excelencia validado internacionalmente, como un camino de corresponsabilidad y aprendizaje colectivo.

### Portales de noticias

En las diez piezas analizadas de PuntoEdu se observa que los recursos visuales acompañan y refuerzan el carácter institucional del discurso. Existe un predominio de fotografías de autoridades, espacios del campus y momentos de participación de la comunidad, que transmiten orden, legitimidad y cercanía. En piezas clave, como PUCP-WN-03, publicación de la ceremonia de reacreditación, se emplean imágenes solemnes que dotan de simbolismo al acto, mientras que en etapas participativas como talleres y encuestas se privilegia una estética dinámica y cercana (figura 15). La coherencia gráfica con la identidad visual PUCP es constante, lo que consolida un marco visual uniforme que refuerza la credibilidad del mensaje.

### Figura 15

Publicación de la PUCP en PuntoEdu del 26 de noviembre de 2024



Fuente: Página web Puntoedu ([https://puntoedu.pucp.edu.pe/vida-universitaria/institucional/ceremonia-de-acreditacion-institucional-2024-2029-celebremos-juntos-este-importante-hito/?utm\\_source=boletin&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=puntoedu&fbclid=IwY2xjawKnGm1leHRuA2FibQlxMABicmlkETFLbjZZejNlaEhpY0IzcUF4AR4rbF--Vjq9w820lpGOsrr\\_7xQC9FPLxQZx2k4K9uz5CzgGEP8Nczja90x3g\\_aem\\_WVKYHSqsQxYmFjV7cymrqQ](https://puntoedu.pucp.edu.pe/vida-universitaria/institucional/ceremonia-de-acreditacion-institucional-2024-2029-celebremos-juntos-este-importante-hito/?utm_source=boletin&utm_medium=email&utm_campaign=puntoedu&fbclid=IwY2xjawKnGm1leHRuA2FibQlxMABicmlkETFLbjZZejNlaEhpY0IzcUF4AR4rbF--Vjq9w820lpGOsrr_7xQC9FPLxQZx2k4K9uz5CzgGEP8Nczja90x3g_aem_WVKYHSqsQxYmFjV7cymrqQ))

En el plano simbólico, la reacreditación se representa como un viaje institucional estructurado en fases claras: inicio, autoevaluación, evaluación externa y logro culminante (figura 16). La calidad educativa se presenta como resultado de la transparencia, la participación colectiva y la validación internacional. Valores como compromiso, comunidad, excelencia y rendición de cuentas se repiten a lo largo de las piezas, consolidando una narrativa en la que el aseguramiento de la calidad es parte constitutiva de la identidad PUCP. Esta representación no solo legitima los logros obtenidos, sino que también los proyecta como aspiración permanente y compartida.

### Figura 16

*Publicaciones de la PUCP en PuntoEdu sobre las fases del proceso*



Fuente: Página web Puntoedu (<https://puntoedu.pucp.edu.pe/>)

Las cuatro piezas del portal de noticias de la UNMSM, en términos visuales, recurren a recursos coherentes con la estética institucional: fotografías formales de autoridades en ceremonias, de los evaluadores internacionales junto a equipos de gestión, así como de los espacios emblemáticos del campus (figura 17). Estas imágenes aportan solemnidad y credibilidad, reforzando la representación de la universidad como una institución histórica y seria. La elección de estos elementos visuales responde a una estrategia de legitimación simbólica, en la que se combinan signos de tradición, autoridad académica y pertenencia comunitaria. El énfasis en los símbolos de institucionalidad como el estandarte o los auditorios oficiales refuerzan la solemnidad y credibilidad de la comunicación, vinculando la acreditación con la larga tradición de la UNMSM.

### Figura 17

*Publicación de la UNMSM en su portal de noticias del 8 de abril de 2025*



Fuente: Página web UNMSM sección noticias (<https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/tras-visita-de-evaluadores-externos-san-marcos-se-aproxima-a-la-acreditacion-internacional-por-la-ceai-udualc>)

La visualidad opera como un dispositivo de legitimación simbólica. La universidad se representa como un referente histórico y cultural que, al alcanzar la acreditación internacional, consolida su prestigio y liderazgo. La presencia reiterada de las autoridades en primer plano y la poca presencia de escenas cotidianas o estudiantes, como en el caso de la pieza

UNMSM-WN-04, refuerzan una visión jerárquica de la comunidad universitaria, centrada en la gestión y el reconocimiento institucional (figura 18). En este sentido, los elementos visuales no solo documentan el proceso, sino que lo convierten en una puesta en escena del poder académico y de la continuidad histórica de la UNMSM.

## Figura 18

### Tres publicaciones del portal web de la UNMSM sobre el proceso de acreditación

#### San Marcos se convertirá en la primera universidad pública del país con acreditación interna

Jueves, 22 de Mayo de 2025

306 vistas

La Universidad Nacional Mayor de San Marcos se convertirá en la primera universidad pública del país en obtener una acreditación internacional, otorgada por el Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional (CEAI), instancia reconocida por la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe (UDUALC).

Este importante reconocimiento es el resultado de un proceso de evaluación que San Marcos inició en 2023, con el respaldo de su alta dirección. En 2025 con un dictamen favorable por parte del CEAI, la acreditación reconoce el



#### San Marcos logra acreditación internacional y se convierte en la primera universidad pública 2031

Viernes, 23 de Mayo de 2025

834 vistas

Este reconocimiento convierte a San Marcos en la primera universidad pública del país en obtener esta distinción hasta el año 2031, validando su compromiso con la calidad académica, la gestión institucional y la proyección internacional.

La decisión fue tomada de forma unánime por el Consejo Directivo del CEAI, tras un proceso riguroso de evaluación que consideró aspectos como la gobernanza universitaria, la formación académica, la investigación, la creación artística, la innovación, la vinculación con la sociedad y la internacionalización.



#### San Marcos rumbo a la acreditación internacional por la UDUALC

Martes, 18 de marzo de 2025

265 vistas

La Universidad Nacional Mayor de San Marcos (UNMSM) se encuentra en proceso de acreditación internacional por el Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional (CEAI) de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe (UDUALC), cuya visita a la Decana de América se llevará a cabo la primera semana de abril. Esta casa de estudios aspira a ser acreditada por seis años.

El Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional (CEAI), creado por la UDUALC, tiene la responsabilidad de desarrollar procesos de evaluación y acreditación desde una perspectiva proactiva de cambio, con el fin de mejorar la calidad de las funciones sustantivas de las instituciones educativas y promover el aseguramiento de la calidad.



Fuente:                      Página                      web                      UNMSM                      sección                      noticias

<https://share.google/CugqNVTsIYUsx3cx1>

### Portales web de órganos líderes del proceso

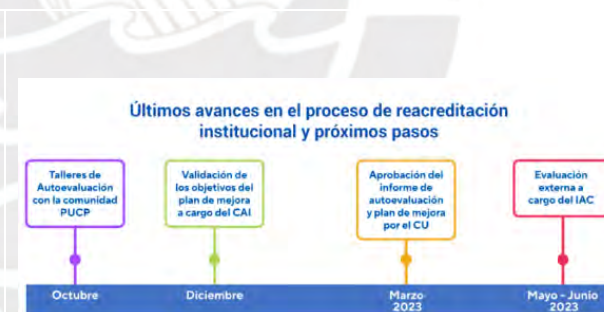
Del portal web del Vicerrectorado Académico de la PUCP se consideraron seis piezas y se determinó que, en materia visual, las piezas mantienen alta coherencia con la identidad institucional, con uso consistente de logotipos, tipografía y colores corporativos (azul y blanco). El diseño sobrio y formal refuerza la idea de institucionalidad y transparencia, mientras que la disposición equilibrada de texto e imagen facilita la lectura y comprensión del contenido.

Las fotografías seleccionadas combinan vistas del campus y retratos de la comunidad universitaria en actividades académicas, lo que transmite simultáneamente pertenencia y dinamismo. A ello se suman otros recursos como líneas de tiempo, tablas, citas de autoridades o cuadros de horarios, que aportan claridad y estructura al mensaje, además, ordenan el discurso visual y otorgan una apariencia de rigurosidad técnica como en el caso de la pieza PUCP-WN-02 (figura 19).

**Figura 19**

*Publicación del Vicerrectorado PUCP en su portal web del 5 de diciembre de 2022*

Reacreditación institucional 2023: los importantes avances realizados en el año



*"En la PUCP, estamos comprometidos con la mejora de nuestra formación, de la gestión institucional y el avance de la investigación. Por ello, el proceso de autoevaluación no termina con una nueva acreditación institucional. Es un proceso permanente que forma parte de nuestra filosofía y de nuestra cultura organizacional. Queremos servir cada vez mejor a nuestros alumnos y a la sociedad. Esa es la tarea de todos los días".*

**Dr. Carlos Garatea**  
Rector de la PUCP

Fuente:                      Página                      web                      Vicerrectorado                      PUCP

<https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/reacreditacion-institucional-2023-los-importantes-avances-realizados-en-el-ano>

En términos de representaciones simbólicas, la calidad educativa aparece concebida como un proceso en construcción, basado en la participación de la comunidad universitaria y en la autoevaluación permanente, más que únicamente en la validación externa. Se enfatiza que la acreditación es tanto un logro institucional como un camino de mejora continua, lo cual permite proyectar simultáneamente un discurso de prestigio y de corresponsabilidad.

Del portal web de la OCCAA se analizaron cuatro piezas y se concluyó que, visualmente, las piezas mantienen un alto grado de coherencia con la identidad institucional. Se recurre de manera consistente a fotografías protocolares de autoridades, comités de trabajo o evaluadores externos, siempre en contextos formales que transmiten solemnidad y legitimidad (figura 20). Los colores institucionales granate, blanco y dorado, junto con las tipografías sobrias y los encuadres centrados refuerzan esta estética de formalidad y jerarquía. Sin embargo, el predominio de imágenes documentales y protocolares genera cierta homogeneidad estética que limita la cercanía con públicos más amplios, en comparación con recursos más dinámicos como videos o infografías.

### Figura 20

*Publicación de la OCCAA en su portal web del 29 de mayo de 2025*



Fuente: Página web OCCAA UNMSM (<https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-unmsm-primera-universidad-publica-peruana-con-acreditacion-internacional>)

En cuanto a las representaciones simbólicas, la calidad educativa se presenta bajo tres dimensiones principales. Primero, como un proceso institucional riguroso y colaborativo en el que distintos estamentos contribuyen a la validación de informes y al cumplimiento de plazos. Segundo, como un compromiso de transparencia y rendición de cuentas al visibilizar etapas técnicas como la visita de pares o la instalación del comité. Tercero, como prestigio competitivo, al enfatizar el carácter pionero de la acreditación obtenida frente a otras universidades públicas del país. En este sentido, la acreditación es concebida tanto como un hito de legitimidad externa como un ejercicio de responsabilidad interna.

### *Redes sociales*

Las quince piezas de la cuenta de Facebook del Vicerrectorado Académico PUCP mantienen una clara coherencia visual con la identidad institucional. Se recurre de forma sistemática al logotipo de Reacreditación PUCP 2023 y, posteriormente, al distintivo 2024-2029, ambos integrados a las paletas cromáticas oficiales. Las publicaciones combinan fotografías del campus y de la comunidad universitaria con gráficos sencillos, como íconos, líneas de tiempo, botones o recuadros, que facilitan la comprensión de pasos, plazos y llamados a la acción. Este uso equilibrado de elementos visuales contribuye a un tono sobrio y ordenado, coherente con la imagen de seriedad técnica que la PUCP busca proyectar en torno al proceso de acreditación.

En las publicaciones celebratorias, la narrativa visual se intensifica mediante símbolos que condensan el significado institucional del logro. Destacan, por ejemplo, en la pieza PUCP-FB-13, la representación de la “combi de la reacreditación” (figura 21), recurso que traduce el proceso en un viaje colectivo y en movimiento, así como las fotografías de las autoridades recibiendo el certificado, que transmiten solemnidad y orgullo institucional. Este contraste entre imágenes dinámicas y protocolares permite equilibrar la emotividad de la celebración con la formalidad del reconocimiento oficial.

### **Figura 21**

*Publicación del Vicerrectorado Académico PUCP en Facebook del 27 de noviembre de 2024*



Fuente: Facebook Vicerrectorado Académico PUCP

(<https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02gfJnahK33xfMJYzd8aWHRp9rp6C2jqSQz7mmRZqg5KeLiokvZFsB3ZiRyeURqNql?rdid=k1BPdxkXOI6tDzpl#>)

En términos de representación simbólica, la calidad educativa se entiende bajo tres dimensiones. Primero, como un compromiso permanente de mejora continua sustentado en procesos de autoevaluación. Segundo, como un esfuerzo colectivo donde cada integrante de la comunidad universitaria tiene un papel decisivo. Tercero, como un reconocimiento externo que legitima y reafirma el prestigio institucional. Estos tres elementos se entrelazan a lo largo de las piezas, proyectando la acreditación no solo como un proceso técnico, sino como un hito identitario y de pertenencia.

En la página de Facebook de la OCCAA se consideraron veintinueve piezas y se determinó que, en lo visual, las publicaciones presentan una alta coherencia con la línea institucional, pero predominan los registros documentales de reuniones, talleres y sesiones técnicas. Las fotografías suelen mostrar a personas en actitud de trabajo, con laptops y documentos, reforzando la idea de rigor técnico. Los banners y proyectores con logos de la

UNMSM y la OCCAA aparecen de manera sistemática, constituyéndose en elementos visuales de legitimidad. Sin embargo, se presentan casos como la pieza UNMSM-FB-27, en donde la reiteración de estas escenas genera cierta homogeneidad que puede limitar el atractivo para audiencias externas (figura 22).

## Figura 22

*Publicación de la OCCAA en Facebook del 1 de abril de 2024*



Fuente: Facebook Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación (<https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/posts/pfbid022znkJEiqZB1vxvwy4Yz99SFwfE7iPdedxszf3L2EZAxGNfDpSzksc1QUaFHSfzj3l?rdid=saR6NdfKEI4axcDg#>)

En cuanto a las representaciones simbólicas, la calidad educativa se asocia principalmente con cuatro aspectos. Primero, el rigor técnico y documental a partir de la revisión de indicadores, matrices y evidencias; segundo, la colaboración institucional con la participación de múltiples oficinas y facultades; tercero, la organización y transparencia con la presentación de cronogramas, actas y reportes; y cuarto, con la internacionalización acompañada de referencias constantes a UDUALC y a su aval por la UNESCO.

En la cuenta de Instagram de la PUCP se consideraron cuatro piezas y se observó que, en el plano visual, las piezas integran recursos propios del lenguaje digital como *reels* con testimonios estudiantiles, emojis, textos superpuestos, preguntas iniciales y carruseles explicativos. Todo ello se articula con elementos de identidad institucional como el logo oficial de reacreditación, colores corporativos y citas de autoridades (figura 23). Esta combinación logra un balance entre cercanía juvenil y formalidad institucional, favoreciendo la identificación de la audiencia y reforzando al mismo tiempo la credibilidad académica. La visualidad se convierte así en un medio de síntesis entre dinamismo y rigor, adaptado al ecosistema de Instagram.

**Figura 23**

*Publicación de la PUCP en Instagram del 16 de octubre de 2023*



Fuente:

Instagram

PUCP

[https://www.instagram.com/p/CyeiE1jPa88/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/p/CyeiE1jPa88/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)

Las representaciones simbólicas de estas piezas conciben la calidad educativa como un esfuerzo compartido, sustentado en la autoevaluación, la participación de los distintos estamentos y la legitimidad otorgada por decisiones institucionales colectivas. La acreditación se comunica como un camino colectivo y transparente, no como meta aislada. Los valores que sobresalen son compromiso, comunidad, transparencia y excelencia. Sin embargo, a

pesar de la riqueza de recursos empleados, se observa un límite: pocas publicaciones desarrollan de manera concreta cómo la reacreditación impactará en la vida cotidiana de estudiantes y docentes, lo que restringe la narrativa a un nivel institucional general.

En la cuenta de Instagram de la UNMSM se revisaron cinco piezas. Visualmente, las publicaciones refuerzan solemnidad y legitimidad mediante símbolos institucionales como el diploma de acreditación, la fachada universitaria, los estandartes y las autoridades portando medallas (figura 24). Estos elementos visuales se combinan con fotografías de estudiantes y escenas de vida universitaria en algunas piezas, lo que introduce un matiz más cercano y dinámico. La coherencia con la línea visual institucional es consistente: las piezas mantienen un estilo formal y serio, aunque en algunos casos se adaptan a formatos más dinámicos propios de redes sociales, como *reels* y testimoniales para acercar el mensaje a públicos jóvenes.

**Figura 24**

*Publicación de la UNMSM en Instagram del 23 de mayo de 2025*



Fuente:

Instagram

UNMSM

[https://www.instagram.com/p/DKAo5GLvOOz/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D](https://www.instagram.com/p/DKAo5GLvOOz/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA%3D%3D)

En términos simbólicos, la calidad educativa se representa como cumplimiento de estándares internacionales reconocida por organismos acreditadores de prestigio como la

UDUALC, lo cual posiciona a la UNMSM como referente académico y líder histórico. El proceso de acreditación se simboliza en distintas etapas: desde la preparación del informe hasta la culminación con la entrega del diploma, configurando una narrativa de camino colectivo que involucra a la comunidad universitaria. Al mismo tiempo, la acreditación se vincula a beneficios concretos como movilidad estudiantil, convenios internacionales y mayor visibilidad en *rankings*, proyectándola como herramienta de posicionamiento estratégico.

En el canal de YouTube de la PUCP se analizó un video, el cual visualmente mantiene una coherencia elevada con la identidad audiovisual de la universidad. Se presentan testimonios de autoridades universitarias y de un representante estudiantil, acompañados por el uso sistemático de los logotipos y colores institucionales (figura 25). La producción audiovisual refuerza la seriedad del proceso, pero a la vez transmite cercanía al mostrar la participación de diferentes actores de la comunidad universitaria. Esta conjunción entre elementos gráficos institucionales y voces representativas contribuye a consolidar la credibilidad y legitimidad del mensaje.

### Figura 25

*Publicación de la PUCP en YouTube del 14 de noviembre de 2023*



([https://www.youtube.com/watch?si=BmEBZMrmCAwG\\_jfv&v=nZ1FkYvU354&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?si=BmEBZMrmCAwG_jfv&v=nZ1FkYvU354&feature=youtu.be))

Desde el punto de vista simbólico, la calidad educativa se representa como un proceso estructurado, fundamentado en la autoevaluación y validado por estándares internacionales. Se asocia no solo a la docencia y a la investigación, sino también a la infraestructura y a los servicios de bienestar estudiantil, construyendo una visión integral de la calidad. El proceso de acreditación se muestra como un ciclo dinámico que va desde la autoevaluación y la identificación de fortalezas hasta la visita de pares y la participación comunitaria, destacando que el valor de la acreditación reside más en el camino de mejora continua que en el resultado final.

En el canal de YouTube de la UNMSM se analizó un video, el cual visualmente recurre a un montaje dinámico de imágenes históricas, fotografías de infraestructura moderna, laboratorios, convenios internacionales y escenas simbólicas del campus. Se incluyen símbolos de identidad institucional como el escudo y referencias al título “Decana de América” (figura 26). La coherencia visual con la identidad de la UNMSM es alta, ya que se integran elementos oficiales, colores y tipografía institucionales, lo que refuerza la solemnidad y el carácter celebratorio del mensaje.

### Figura 26

*Publicación de la UNMSM en YouTube del 23 de mayo de 2025*





Fuente: YouTube UNMSM (<https://www.youtube.com/watch?v=nZ1FkYvU354>)

#### 4.4. Comparación de posicionamientos institucionales

En primer lugar, la función comunicacional dominante en ambas universidades es la rendición de cuentas hacia la comunidad universitaria y la sociedad. Tanto la PUCP como la UNMSM difunden información sobre hitos, actores involucrados y etapas del proceso, aunque con matices en su enfoque. En la PUCP, la rendición de cuentas aparece acompañada de recursos motivacionales, especialmente visible en los *reels* de Instagram y en el video de YouTube, donde estudiantes y docentes se presentan como protagonistas activos. En contraste, la UNMSM prioriza piezas de carácter formal y celebratorio que refuerzan el logro institucional, con escasa presencia de voces comunitarias e interacción. Esta diferencia revela dos modos de interpelar al público: mientras la PUCP busca cercanía y participación, la UNMSM privilegia la solemnidad y legitimación externa.

En cuanto a los estilos discursivos y la construcción de sentido, la PUCP articula una narrativa centrada en el proceso, en la que se enfatizan la autoevaluación, la participación en talleres y la preparación para la visita de pares evaluadores. Este enfoque proyecta a la institución como reflexiva y orientada a la mejora continua. Por el contrario, la UNMSM construye una narrativa orientada al resultado, que presenta la acreditación como un sello distintivo y un logro histórico que confirma su prestigio preexistente. Así, mientras que la PUCP enmarca la acreditación como garantía de mejora continua y sostenibilidad institucional, la UNMSM la concibe como confirmación de liderazgo y tradición académica.

En el plano visual, las diferencias también son significativas. La PUCP adapta su comunicación a los lenguajes propios de las redes sociales, recurriendo a formatos dinámicos como *reels*, emojis, testimonios y gráficos explicativos que promueven cercanía y horizontalidad. La UNMSM, en cambio, utiliza una estética más rígida y protocolar, con imágenes de autoridades, ceremonias y entrega de diplomas, así como fotografías de fachada y vida universitaria con un tono más institucional. Mientras la PUCP privilegia dinamismo, participación y actualidad, la UNMSM sostiene una visualidad formal que refuerza jerarquía, tradición y solemnidad.

Respecto a los valores institucionales, ambas universidades resaltan la excelencia, la calidad y el compromiso. No obstante, su ponderación es distinta. La PUCP enfatiza comunidad, participación y transparencia como ejes de su cultura de calidad, mientras que la UNMSM subraya liderazgo, prestigio histórico y reconocimiento internacional. Estas diferencias se reflejan también en las representaciones simbólicas de la calidad educativa. Para la PUCP, la calidad es un esfuerzo colectivo y un proceso en marcha, mientras que para la UNMSM es un estatus consolidado que se legitima con validaciones externas.

En síntesis, puede afirmarse que la PUCP y la UNMSM construyen posicionamientos diferenciados respecto a la acreditación. Mientras que la PUCP la presenta como una garantía de mejora continua y de fortalecimiento de la cultura institucional, la UNMSM la proyecta como un sello distintivo y un logro histórico que consolida prestigio y liderazgo. En términos narrativos, la PUCP articula un relato procesual y participativo, en el que la comunidad universitaria es parte activa de un camino sostenido hacia la excelencia. La UNMSM, por su parte, desarrolla un relato resultadista y celebratorio, donde la acreditación se concibe como un hito alcanzado y validado externamente, más que como un proceso compartido de autoevaluación. Dicho de otro modo, la PUCP pone el acento en el camino, mientras que la UNMSM lo hace en la meta.

#### **4.5. Interpretación general de los hallazgos**

El análisis comparado evidencia que tanto la PUCP como la UNMSM emplean la acreditación como recurso estratégico para reforzar su legitimidad institucional, pero lo hacen

a través de narrativas divergentes. La primera articula un discurso centrado en la transparencia, la participación comunitaria y la mejora continua, presentando la acreditación como parte de un proceso sostenido que compromete a toda la comunidad universitaria. La segunda, en cambio, privilegia una narrativa celebratoria y competitiva, donde la acreditación se representa como un hito histórico que consolida prestigio y liderazgo en el ámbito nacional e internacional.

Estas diferencias revelan la manera en que cada institución concibe la relación entre calidad y legitimidad. En la PUCP, la acreditación se legitima a través del proceso: cronogramas, talleres, encuestas y llamados a la acción que reflejan un trabajo participativo y ordenado. En la UNMSM, la legitimidad se sostiene principalmente en el resultado: el reconocimiento externo y el estatus de ser la primera universidad pública peruana en alcanzar la acreditación internacional. Sin embargo, es importante señalar que, en Facebook, la UNMSM también comunica extensamente el trabajo interno (talleres, equipos de autoevaluación, reuniones de preparación), aunque estos registros se presentan más como documentación formal que como invitación a la participación activa de la comunidad.

Asimismo, se observan diferencias en la forma de interpelar a la comunidad universitaria. La PUCP enfatiza la rendición de cuentas y la corresponsabilidad, buscando involucrar a estudiantes, docentes y autoridades en un relato compartido de calidad. Sus mensajes se apoyan en un tono pedagógico y relacional que apunta a construir una cultura de calidad desde dentro. La UNMSM, por otro lado, da cuenta de un trabajo colectivo y de la preparación institucional, pero lo hace con menor apelación directa a los estudiantes y docentes como protagonistas de la narrativa. Su comunicación está más orientada hacia la visibilización de la magnitud del proceso y el valor del reconocimiento externo, reforzando la grandeza histórica de la institución.

Los elementos simbólicos también acompañan estos posicionamientos diferenciados. La PUCP proyecta imágenes de trabajo, reuniones y talleres como expresión de corresponsabilidad y proceso compartido. La UNMSM, en contraste, combina la documentación del trabajo interno en Facebook con piezas celebratorias en otros canales

(web, YouTube, Instagram), donde predominan símbolos de reconocimiento como diplomas, ceremonias y autoridades. Estas elecciones visuales configuran relatos coherentes con sus respectivos enfoques: procesual-participativo en la PUCP y resultadista-celebratorio en la UNMSM, aunque matizados por registros formales de trabajo interno.

Finalmente, ambos casos permiten reflexionar sobre el lugar de la acreditación en la comunicación institucional universitaria en el Perú. Ninguna de las dos universidades opta por el silencio comunicativo; sin embargo, sus estrategias dejan ver prioridades distintas. La PUCP busca consolidar una cultura interna de calidad y participación, mientras que la UNMSM procura visibilidad y prestigio internacional. Estos hallazgos muestran que, aunque la acreditación comparte un mismo marco normativo y simbólico, las representaciones comunicacionales de cada institución responden a sus trayectorias, condiciones estructurales, proyectos a futuro y modelos de relación con sus comunidades.

Estos hallazgos se encuentran sistematizados en la matriz comparativa de piezas comunicacionales (anexo 2), que permite observar de manera ordenada las convergencias y divergencias entre ambas universidades en términos de enfoque discursivo, función comunicativa, valores institucionales y representación simbólica de la acreditación.

A partir de lo hallado, el siguiente capítulo discutirá cómo estas estrategias se relacionan con las funciones estratégicas de la comunicación institucional (identidad, legitimidad y reputación), así como con la acreditación entendida como narrativa simbólica de calidad educativa. De este modo, el análisis empírico se enlaza con el marco teórico, lo que permite interpretar cómo los posicionamientos institucionales de la PUCP y UNMSM reflejan, y a la vez configuran, las tensiones entre rendición de cuentas, legitimidad simbólica y competitividad en la educación superior.

## 5. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo discute los principales hallazgos de la investigación a la luz del marco teórico propuesto, desde una perspectiva crítica de la Comunicación para el Desarrollo. Para ello, se articulan los resultados empíricos en torno a tres ejes conceptuales clave: la comunicación institucional y la construcción de una cultura de calidad en la educación superior; la representación discursiva y la dimensión simbólica de la acreditación universitaria; y los enfoques comunicativos predominantes y su contribución a la configuración del sentido institucional y de la relación universidad-sociedad.

A partir de estos ejes, la discusión busca trascender el nivel descriptivo de los hallazgos para interpretar sus implicancias sociales y comunicacionales, analizando de qué manera los estilos comunicacionales identificados promueven o limitan la comprensión pública de la acreditación, la participación de la comunidad universitaria y la concepción de la calidad educativa como bien público. De este modo, el capítulo establece un diálogo entre los resultados y los aportes teóricos, situando a la universidad como actor social y a la comunicación institucional como mediación estratégica en los procesos de legitimación y rendición de cuentas.

### 5.1. Articulación entre hallazgos y marco teórico

Los hallazgos de esta investigación permiten analizar la acreditación universitaria no solo como un procedimiento técnico de aseguramiento de la calidad, sino como una narrativa pública estratégicamente comunicada, a través de la cual las universidades construyen legitimidad, definen su relación con la sociedad y configuran determinados modelos de participación. Desde la perspectiva de la Comunicación para el Desarrollo, la comunicación institucional de la acreditación adquiere una dimensión política y social, en tanto incide en el derecho a la información, en la comprensión pública de la calidad educativa y en la manera en que la universidad se posiciona como actor social.

En este sentido, los resultados evidencian que tanto la PUCP como la UNMSM utilizan la acreditación como recurso simbólico para reforzar su identidad y reputación institucional. Sin embargo, lo hacen a través de enfoques comunicacionales diferenciados que responden

a trayectorias históricas, culturas organizacionales y modelos de relación universidad-sociedad distintos. Mientras la PUCP privilegia una narrativa procesual, participativa y pedagógica, la UNMSM construye un relato celebratorio y resultadista que enfatiza el reconocimiento externo y el prestigio histórico.

Esta articulación entre hallazgos empíricos y marco teórico permite interpretar la acreditación como un dispositivo comunicacional de desarrollo, en la medida en que su comunicación puede ampliar o restringir la participación, la transparencia y la apropiación social del concepto de calidad educativa.

#### 5.1.1. Comunicación institucional y cultura de calidad

Los resultados de la investigación evidencian que tanto la PUCP como la UNMSM conciben la comunicación de la acreditación universitaria como una práctica estratégica vinculada a la construcción de legitimidad institucional y a la rendición de cuentas ante la sociedad. Sin embargo, los estilos comunicacionales identificados revelan diferencias sustantivas en la manera en que cada universidad articula su comunicación institucional con la noción de cultura de calidad y con su rol como actor social, aspecto central para la Comunicación para el Desarrollo.

Desde esta perspectiva, la comunicación no se reduce a la difusión de información ni a la visibilización de logros, sino que constituye un proceso social mediante el cual las instituciones producen sentidos, configuran relaciones y definen modelos de vínculo con la ciudadanía (Servaes, 2020). En ese marco, la acreditación universitaria puede ser entendida como un asunto de interés público, en tanto se vincula directamente con el derecho a la educación superior de calidad y con el derecho a la información de estudiantes, familiares y sociedad en general, tal como lo conciben Moreno (2024) y Kumar (2021).

En el caso de la PUCP, los hallazgos muestran una comunicación institucional orientada a construir una cultura de calidad entendida como proceso permanente y colectivo, en línea con lo planteado por Mínguez y Díaz (2020), quienes señalan que los procesos de evaluación y acreditación deben asumirse no solo como mecanismos de rendición de

cuentas, sino como parte de una cultura de mejora continua y de compromiso con el desarrollo científico, técnico y humano.

La narrativa procesual, que enfatiza la autoevaluación, la participación comunitaria, los talleres, encuestas y llamados a la acción, se alinea con los enfoques de la Comunicación para el Desarrollo que privilegian el diálogo, la apropiación social y la corresponsabilidad antes que la comunicación meramente instrumental (Enz, 2012; Gumucio-Dagron, 2008, 2011). La acreditación no se presenta únicamente como un resultado técnico, sino como un camino compartido que interpela a estudiantes, docentes y personal administrativo como actores activos del proceso.

Este enfoque contribuye a una comprensión más amplia de la cultura de calidad, que deja de ser un atributo exclusivo de la gestión institucional para convertirse en una práctica social internalizada por la comunidad universitaria. Desde los aportes de Capriotti (2013), Villafañe (2006), Suchman (1995) y Villamizar-Loaiza (2022) puede afirmarse que la PUCP articula coherentemente identidad, discurso y visualidad para proyectar una imagen institucional basada en la transparencia, la participación y la mejora continua. Esto refuerza su legitimidad social no solo por el logro obtenido, sino por la forma en que este es comunicado.

En contraste, la UNMSM despliega una comunicación institucional que construye la cultura de calidad principalmente a partir del resultado y del reconocimiento externo. La acreditación es representada como un hito histórico que confirma el prestigio académico y la tradición institucional de la universidad. Esta orientación se vincula con lo planteado por Villanueva (2011), quien señala que el trasfondo de los procesos de evaluación responde al interés de las universidades por ser reconocidas como actores legítimos y responsables en el ecosistema educativo, utilizando la acreditación como un mecanismo de posicionamiento social y de generación de confianza. Si bien los hallazgos evidencian un trabajo interno riguroso y sostenido, especialmente visible en las piezas difundidas por la OCCAA, este se comunica predominantemente desde una lógica documental y protocolar, con menor apelación directa a la participación de la comunidad universitaria como protagonista del relato.

Desde una lectura crítica inspirada por Waisbord (2014), esta estrategia puede entenderse como una forma de comunicación estratégica orientada a la legitimación simbólica y al posicionamiento institucional en la esfera pública. Aquí el énfasis recae en la visibilidad del logro y en la validación internacional como fuentes principales de autoridad. Si bien este enfoque cumple una función de rendición de cuentas y refuerza la imagen de seriedad técnica, también limita las posibilidades de apropiación social del proceso, en tanto la acreditación aparece más como un estatus alcanzado que como una práctica compartida de mejora continua.

Ambas universidades participan de la esfera pública al comunicar sus procesos de acreditación; sin embargo, lo hacen desde lógicas distintas de publicidad institucional (Habermas, 1981; 1998). La PUCP se aproxima a una forma de publicidad orientada a la comprensión y a la deliberación al ofrecer información contextualizada, cronológica y pedagógica sobre el proceso. La UNMSM, por su parte, privilegia una publicidad centrada en el reconocimiento y la solemnidad, que refuerza la autoridad institucional, pero reduce los espacios de interpelación horizontal y de construcción dialógica de sentido.

Desde la Comunicación para el Desarrollo, estas diferencias no son menores. La forma en que se comunica la acreditación incide directamente en cómo se concibe el derecho a la educación de calidad: como un compromiso colectivo en permanente construcción o como un logro certificado que reafirma jerarquías preexistentes. En ese sentido, los estilos comunicacionales identificados no solo informan sobre la acreditación, sino que producen sentidos sociales sobre la relación universidad-sociedad, sobre quiénes participan en la definición de calidad y sobre qué modelos de gobernanza universitaria se legitiman discursivamente.

Así, la discusión de los hallazgos permite afirmar que la comunicación institucional universitaria no es neutra ni meramente técnica. Por el contrario, constituye un espacio de disputa simbólica donde se definen los alcances de la transparencia, la participación y la responsabilidad social. La cultura de calidad, tal como es comunicada por la PUCP y la

UNMSM, refleja no solo sus trayectorias institucionales, sino también sus concepciones sobre el desarrollo, la ciudadanía y el rol público de la universidad en la sociedad peruana.

#### 5.1.2. Representación discursiva y construcción simbólica de la acreditación

Los hallazgos evidencian que la acreditación universitaria es construida discursivamente como un objeto simbólico de alta densidad política e institucional, más allá de su carácter técnico-administrativo. Desde la Comunicación para el Desarrollo, esta dimensión resulta clave, pues la comunicación no se limita a transmitir información, sino que produce sentidos, jerarquías y marco de interpretación social que influyen en la forma en que los sujetos comprenden y se relacionan con las políticas educativas (Servaes, 2020; Gumucio-Dagron, 2008).

Fairclough (1995, 2003) plantea que todo discurso institucional opera como un mecanismo de legitimación, en tanto naturaliza determinadas relaciones de poder y presenta ciertos significados como incuestionables. En ese sentido, las representaciones de la acreditación identificadas en ambas universidades no solo informan sobre el proceso, sino que construyen autoridad institucional y delimitan quiénes aparecen como sujetos activos, quiénes como receptores y quiénes quedan excluidos del relato.

En la PUCP, la acreditación se representa discursivamente como un proceso colectivo, progresivo y perfectible. El uso de recursos lingüísticos asociados a la mejora continua, la participación y el trabajo compartido construye una legitimación basada en la corresponsabilidad y en la idea de comunidad académica. Desde Fairclough (1995, 2003), esta estrategia discursiva puede leerse como una forma de legitimación horizontal, en la que la autoridad institucional no se impone únicamente desde la jerarquía, sino que se construye simbólicamente a través del consenso y la implicación de los actores.

Esta lógica se refuerza desde la dimensión visual. De acuerdo con Kress y van Leeuwen (2006), las imágenes no son neutrales, sino que organizan relaciones sociales mediante encuadres, ángulos, distancias y jerarquías visuales. En las piezas analizadas de la PUCP, la presencia de estudiantes, docentes y espacios cotidianos, así como el uso de planos cercanos y composiciones no jerárquicas contribuye a una representación visual que

favorece la identificación y la participación simbólica del público. La acreditación aparece así como una práctica situada en la vida universitaria diaria y no exclusivamente en la esfera directiva.

Desde la Comunicación para el Desarrollo esta construcción simbólica dialoga con lo que Gumucio-Dagron (2011) denomina comunicación orientada al cambio social, en tanto promueve la apropiación del proceso por parte de la comunidad y refuerza el derecho a la información como condición para una participación significativa. La calidad educativa no se presenta como un logro distante, sino como una práctica social que interpela a los sujetos.

En contraste, en la UNMSM la acreditación se representa discursivamente como un hito histórico y un símbolo de consagración institucional. El discurso enfatiza el logro, la primacía y el reconocimiento externo, construyendo una legitimación basada en la autoridad, el prestigio y la trayectoria histórica. Considerando la propuesta de Fairclough (1995, 2003), este tipo de representación responde a una legitimación vertical, en la que la acreditación funciona como un sello de validación que refuerza jerarquías institucionales ya existentes.

La visualidad cumple un rol central en la construcción de autoridad. De acuerdo con Kress y van Leeuwen (2006), el predominio de imágenes de ceremonias, autoridades universitarias, símbolos institucionales y documentos oficiales establece una relación asimétrica entre la institución y el público. Los planos generales, la centralidad de figuras jerárquicas y la ausencia de actores estudiantiles como sujetos discursivos limitan la posibilidad de identificación y reducen la participación simbólica. La acreditación se presenta como un acto concluido, validado por instancias superiores más que como un proceso abierto al involucramiento colectivo.

La acreditación puede comprenderse no solo como un contenido informativo que circula en la esfera pública, sino como un acto de publicidad institucional performativo en el que la universidad se presenta públicamente como actor legítimo ante la sociedad (Habermas, 1989). En este sentido, la comunicación de la acreditación no se limita a explicar un proceso, sino que escenifica simbólicamente la calidad, la autoridad y el rol social de la institución.

En la PUCP esta publicidad institucional se materializa en discursos y visualidades que buscan traducir la complejidad técnica de la acreditación en narrativas accesibles, pedagógicas y relacionales. La puesta en escena del proceso, a través de cronologías, testimonios y registros del trabajo cotidiano, contribuye a una forma de publicidad que hace visible el “cómo” de la calidad y no solo su resultado, reforzando su comprensión pública. Esta construcción puede leerse desde la noción de representación discursiva propuesta por Adam (2005), en tanto los discursos producidos expresan un punto de vista situado e intencional que organiza el sentido de la acreditación en función de objetivos comunicativos orientados a la mediación y al involucramiento de sus públicos.

En la UNMSM, por su parte, la publicidad institucional adopta una forma más ritualizada y ceremonial, donde la acreditación se comunica principalmente a través de símbolos de consagración: diplomas, actos oficiales y figuras de autoridad. Esta escenificación pública refuerza la legitimidad institucional, pero desplaza la atención del proceso hacia el momento del reconocimiento, consolidando una representación de la calidad como estatus más que como práctica social en desarrollo. Desde una perspectiva simbólico-discursiva, esta construcción puede leerse tanto desde la concepción ritual de la comunicación propuesta por Carey (2009) como desde el enfoque de la representación discursiva de Verón (1993), en la medida en que los dispositivos comunicacionales no solo describen la acreditación, sino que producen activamente sentidos, jerarquías simbólicas y marcos de interpretación que legitiman a la institución en el campo educativo.

Esta distinción es particularmente relevante desde la Comunicación para el Desarrollo ya que la forma en que ejerce esta publicidad institucional incide directamente en el derecho a la información. Cuando la acreditación se comunica como proceso comprensible y participativo, se amplían las posibilidades de apropiación social del sentido de la calidad educativa. En cambio, cuando se presenta como un logro cerrado y altamente institucionalizado, se corre el riesgo de limitar la comprensión pública y reforzar una relación unidireccional entre universidad y sociedad.

En consecuencia, las representaciones discursivas y visuales de la acreditación no solo construyen imagen institucional, sino que producen efectos sociales concretos: definen quiénes son considerados actores legítimos del proceso, qué modelo de universidad se promueve y qué tipo de vínculo se establece con la sociedad. Desde una perspectiva crítica, estos hallazgos muestran que la acreditación, comunicada desde ciertos marcos simbólicos, puede contribuir tanto a la democratización del sentido de la calidad como a su tecnificación y a la consolidación de interpretaciones más cerradas o restrictivas sobre lo que se entiende por calidad universitaria.

Así, la acreditación universitaria se configura como un campo de disputa simbólica donde se enfrentan distintos modelos de relación universidad-sociedad. El análisis de estas representaciones permite comprender que la calidad educativa no es solo un estándar técnico, sino un derecho social cuya legitimación depende, en gran medida, de cómo es comunicada en el espacio público.

### 5.1.3. Enfoques comunicativos predominantes y sentido institucional

De acuerdo con los hallazgos, la PUCP y la UNMSM adoptan enfoques comunicativos diferenciados en la representación de la acreditación universitaria, los cuales responden a concepciones distintas sobre el sentido de la comunicación institucional y su vínculo con el interés público. Estas diferencias pueden ser interpretadas desde los debates de la Comunicación para el Desarrollo en torno a la tensión entre comunicación estratégica, comunicación con valor público y comunicación orientada al empoderamiento social.

Desde los aportes de Waisbord (2014), es posible comprender que ambas universidades utilizan la comunicación de la acreditación como un recurso estratégico de legitimación institucional; sin embargo, divergen en el grado en que dicha estrategia incorpora o no una dimensión de valor público. En el caso de la PUCP, la comunicación no se limita a reforzar reputación o posicionamiento, sino que busca articular la acreditación con procesos de transparencia, rendición de cuentas y corresponsabilidad, acercándose a una lógica de comunicación estratégica con orientación pública. La explicación del proceso, la visibilización del trabajo interno y la apelación a la participación de la comunidad universitaria permiten que

la acreditación sea presentada como un asunto de interés colectivo y no únicamente como un logro organizacional.

Por su parte, la UNMSM privilegia un enfoque comunicacional más alineado con una lógica de comunicación estratégica tradicional, centrada en la visibilidad del logro y el prestigio institucional. Si bien existe un trabajo comunicativo sostenido sobre la acreditación, especialmente en Facebook, este se presenta mayormente como documentación formal del proceso y no como una invitación explícita a la apropiación o participación de la comunidad. Desde esta perspectiva, la acreditación adquiere un sentido institucional asociado a la competencia, el liderazgo histórico y la validación simbólica, más que a la construcción de una cultura compartida de calidad.

Esta diferencia dialoga directamente con las tensiones señaladas por Gumucio-Dagron (2008; 2011) entre modelos de comunicación orientados a informar y modelos orientados a empoderar. Mientras que la PUCP incorpora elementos dialógicos, pedagógicos y relacionales que favorecen la comprensión y apropiación del proceso por parte de la comunidad universitaria, la comunicación de la UNMSM se mantiene mayoritariamente en un registro informativo y celebratorio, donde el énfasis está puesto en el resultado antes que en el proceso, en línea con lo expuesto por Guerrero-Haro et al. (2025). En ese sentido, la comunicación de la acreditación en la PUCP se aproxima más a una lógica de fortalecimiento de actores y construcción colectiva de sentido, mientras que en la UNMSM refuerza una relación más vertical entre institución y públicos.

Desde la perspectiva de Servaes (2020), estas diferencias reflejan concepciones distintas del desarrollo y del cambio institucional. La PUCP presenta la acreditación como parte de un proceso de mejora continua, aprendizaje organizacional y sostenibilidad, coherente con una visión del desarrollo entendida como transformación cultural y relacional. Esta orientación se articula con los desafíos contemporáneos que enfrentan las universidades en materia comunicacional, ya que, como señalan Solórzano y Bravo (2023), las instituciones de educación superior deben comunicar de forma estratégica para sostener su relevancia y reputación en un entorno cambiante. En este contexto, aspectos como la percepción pública,

la confianza de los estudiantes y la colaboración con la comunidad se consolidan como factores determinantes para la sostenibilidad institucional. La UNMSM, en cambio, tiende a representar la acreditación como un hito que confirma una posición ya consolidada, lo que refuerza una noción de desarrollo más asociada al logro institucional y al reconocimiento externo que a la transformación de las relaciones universidad-sociedad.

Asimismo, los hallazgos pueden leerse a la luz de los procesos de mediatización del prestigio y del logro institucional. Siguiendo a Couldry y Hepp (2017), la acreditación se convierte en un evento mediatizado que adquiere valor simbólico en tanto es visible, circula en plataformas digitales y se integra a narrativas públicas de excelencia y liderazgo. En la PUCP, esta mediatización se orienta a visibilizar prácticas, procesos y sujetos, mientras que en la UNMSM se centra en amplificar el carácter excepcional del reconocimiento obtenido. En ambos casos, la mediatización contribuye a construir sentido institucional, pero con efectos distintos sobre la comprensión pública de la calidad educativa.

En suma, los enfoques comunicativos predominantes revelan que, aunque ambas universidades utilizan la acreditación como recurso de legitimación, solo en algunos casos esta comunicación se orienta a ampliar la comprensión pública, fomentar la participación y fortalecer una cultura institucional de calidad. Estas diferencias permiten problematizar el lugar de la comunicación institucional universitaria no solo como herramienta estratégica, sino como práctica social con implicancias éticas, políticas y simbólicas en la construcción de lo público.

## **5.2. Validación de la hipótesis**

La hipótesis de la investigación planteó que las representaciones comunicacionales de la acreditación universitaria en la PUCP y la UNMSM no se limitan a la difusión de información institucional, sino que construyen sentidos comunicacionales y sociales diferenciados en torno a la calidad educativa, la legitimidad y el rol social de la universidad, a partir de estilos discursivos, visuales y narrativos específicos.

A partir del análisis realizado, la hipótesis se confirma, aunque con matices relevantes que enriquecen su alcance interpretativo. En ambos casos, la acreditación opera como un

recurso simbólico de legitimación institucional; sin embargo, las formas en que comunica y los sentidos que se construyen discursivamente responden a modelos distintos de relación entre universidad, comunidad y sociedad.

En el caso de la PUCP, los hallazgos evidencian que la acreditación es representada como un proceso social en construcción, sustentado en la participación, la autoevaluación y la mejora continua. Esta representación se articula mediante estrategias comunicacionales que privilegian la explicación pedagógica del proceso, la visibilización de actores diversos y la apelación a la corresponsabilidad comunitaria. Este enfoque se aproxima a una comunicación con valor público en la medida en que promueve la comprensión social de la calidad educativa y refuerza el derecho a la información como condición para la participación simbólica de la comunidad universitaria.

Por su parte, la UNMSM construye una representación de la acreditación centrada principalmente en el resultado y el reconocimiento externo, destacando el carácter histórico y el prestigio institucional. Si bien la universidad comunica extensamente el trabajo interno realizado, especialmente a través de registros documentales en redes sociales, la narrativa predominante enfatiza la acreditación como un hito institucional más que como un proceso compartido. En ese sentido, la comunicación cumple una función estratégica de legitimación y posicionamiento, reforzando la autoridad académica y la continuidad histórica de la institución, pero con menor apelación a la apropiación social del proceso por parte de estudiantes y docentes.

Estos resultados permiten afirmar que las representaciones comunicacionales de la acreditación no son neutrales ni homogéneas, sino que expresan concepciones distintas sobre la calidad educativa y sobre el papel de la universidad como actor social. En este marco, la acreditación comunicada desde un enfoque procesual y participativo favorece la construcción de una cultura de calidad entendida como derecho colectivo, mientras que una comunicación centrada en el logro tiende a consolidar la legitimidad institucional desde una lógica más vertical y resultadista.

En consecuencia, la hipótesis se valida al demostrarse que las piezas comunicacionales digitales analizadas no solo informan sobre los procesos de acreditación, sino que construyen sentidos sociales diferenciados en torno a la legitimidad, la transparencia y el rol social de la universidad. Estos sentidos se encuentran estrechamente vinculados a los estilos comunicacionales adoptados por cada institución y a sus modelos de relación con la comunidad universitaria y la sociedad en general.

### **5.3. Respuesta a la pregunta de investigación**

A partir del análisis comparado de las piezas comunicacionales digitales de la PUCP y la UNMSM, esta investigación permite responder que la acreditación internacional es comunicada por ambas universidades como un recurso estratégico de legitimación institucional, pero que las representaciones comunicacionales que construyen responden a modelos distintos de relación entre universidad, comunidad y sociedad.

Los hallazgos permiten afirmar que la forma en que las universidades comunican sus procesos de acreditación tiene implicancias sociales y políticas relevantes. No se trata únicamente de informar sobre un procedimiento técnico, sino de definir quiénes son considerados sujetos del proceso, qué tipo de participación se promueve y qué modelo de relación universidad-sociedad se consolida. La acreditación, comunicada de manera abierta y comprensible, puede fortalecer el derecho a la educación de calidad y el derecho a la información; comunicada de manera cerrada o excesivamente protocolar, corre el riesgo de convertirse en un símbolo distante, apropiado solo por las élites institucionales.

En conclusión, esta investigación muestra que, aunque ambas universidades comparten un mismo marco normativo de acreditación, sus representaciones comunicacionales reflejan proyectos institucionales distintos. La PUCP apuesta por una comunicación que busca fomentar la cultura de calidad desde dentro, promoviendo participación y corresponsabilidad. La UNMSM, por su parte, prioriza la visibilidad del logro y la consolidación del prestigio institucional. Estas diferencias no solo responden a estilos comunicacionales, sino a concepciones divergentes sobre el rol social de la universidad y

sobre el lugar que la comunicación ocupa en la construcción de legitimidad, ciudadanía y desarrollo.



## 6. CONCLUSIONES

### 6.1. Conclusiones generales

En relación con el primer objetivo específico, orientado a caracterizar las piezas comunicacionales digitales, la investigación demuestra que la acreditación universitaria no es comunicada únicamente como un procedimiento técnico de aseguramiento de la calidad, sino como una narrativa institucional con una fuerte carga simbólica y social. En ambas universidades, las piezas digitales articulan rasgos formales, discursivos y narrativos que construyen sentidos sobre calidad educativa, excelencia académica e identidad institucional, evidenciando que la comunicación cumple un rol central en la configuración pública de la acreditación.

Respecto al segundo objetivo específico, referido a la identificación de los enfoques o estilos comunicacionales predominantes, los hallazgos muestran diferencias claras entre ambas instituciones. La PUCP desarrolla un estilo comunicacional predominantemente procesual, pedagógico y participativo, que presenta la acreditación como un camino de mejora continua que requiere la implicación activa de la comunidad universitaria. La UNMSM privilegia un estilo más solemne y celebratorio, donde la acreditación se comunica principalmente como un hito histórico que reafirma su prestigio, liderazgo y trayectoria institucional.

En cuanto al tercer objetivo específico, centrado en la comparación de las representaciones comunicacionales de la acreditación, se concluye que, si bien ambas universidades comparten la función de rendición de cuentas hacia la sociedad, lo hacen desde estrategias discursivas diferenciadas. La PUCP prioriza la cercanía, la participación y la transparencia como ejes de su narrativa institucional, la UNMSM enfatiza el reconocimiento externo, la autoridad académica y la legitimación simbólica del logro. Estas diferencias reflejan no solo estilos comunicacionales distintos, sino también modos divergentes de concebir la relación entre acreditación, comunidad universitaria y sociedad.

En relación con el cuarto objetivo específico, orientado a interpretar los sentidos sociales y comunicacionales construidos en torno a la acreditación, el estudio evidencia que

la comunicación institucional no solo informa, sino que habilita o limita formas de comprensión pública del proceso. En el caso de la PUCP, el uso de recursos pedagógicos, llamados a la acción, testimonios y formatos digitales cercanos favorece la apropiación social de la acreditación como un proceso colectivo, transparente y significativo. En la UNMSM, una comunicación predominantemente jerárquica y celebratoria refuerza la autoridad institucional y la legitimidad externa, pero reduce los espacios para el diálogo horizontal y la participación activa de sus públicos.

Desde una perspectiva de Comunicación para el Desarrollo, estas conclusiones permiten afirmar que la acreditación funciona, en ambos casos, como un dispositivo de legitimación institucional que articula dimensiones técnicas, simbólicas y políticas. No obstante, su potencial como herramienta para el desarrollo y la construcción de valor público depende de cómo es comunicada. Cuando la acreditación se presenta únicamente como logro y prestigio, corre el riesgo de ser percibida como un fin en sí mismo; en cambio, cuando se comunica como proceso transparente y participativo, puede contribuir al fortalecimiento del derecho a una educación superior de calidad entendida como bien público y compromiso social sostenido.

Finalmente, el estudio aporta al campo de la Comunicación para el Desarrollo al evidenciar que la comunicación de los procesos de acreditación universitaria constituye un espacio estratégico para la construcción de legitimidad social, cultura de calidad y responsabilidad institucional. Los resultados confirman que las universidades, en tanto actores sociales relevantes, no solo mantienen vínculos con los organismos acreditadores, sino también con sus comunidades y con la sociedad en su conjunto.

En ese sentido, la comunicación institucional se configura como una mediación clave para traducir procesos técnicos en significados socialmente accesibles, participativos y orientados al desarrollo.

## **6.2. Limitaciones del estudio**

El estudio presenta algunas limitaciones que deben considerarse al interpretar sus resultados. Primero, el estudio se centró en el análisis de piezas comunicacionales digitales

producidas y difundidas por la PUCP y la UNMSM durante sus procesos de acreditación universitaria. En ese sentido, los resultados se basan exclusivamente en los discursos institucionales emitidos por las universidades, sin incorporar la percepción, interpretación o apropiación de dichos mensajes por parte de los públicos a los que están dirigidos.

Segundo, el análisis se realizó sobre un conjunto específico de piezas comunicacionales y en un período determinado de los procesos de acreditación, lo que implica que los hallazgos no pueden generalizarse a la totalidad de las estrategias comunicacionales de ambas universidades ni a otros momentos de sus procesos institucionales.

Tercero, los resultados y conclusiones deben ser comprendidos en el marco del contexto específico de la educación superior peruana y de los procesos de aseguramiento de la calidad vigentes. Por ello, las interpretaciones desarrolladas no pretenden establecer modelos universales, sino aportar una lectura situada que dialogue con realidades institucionales y comunicacionales similares.

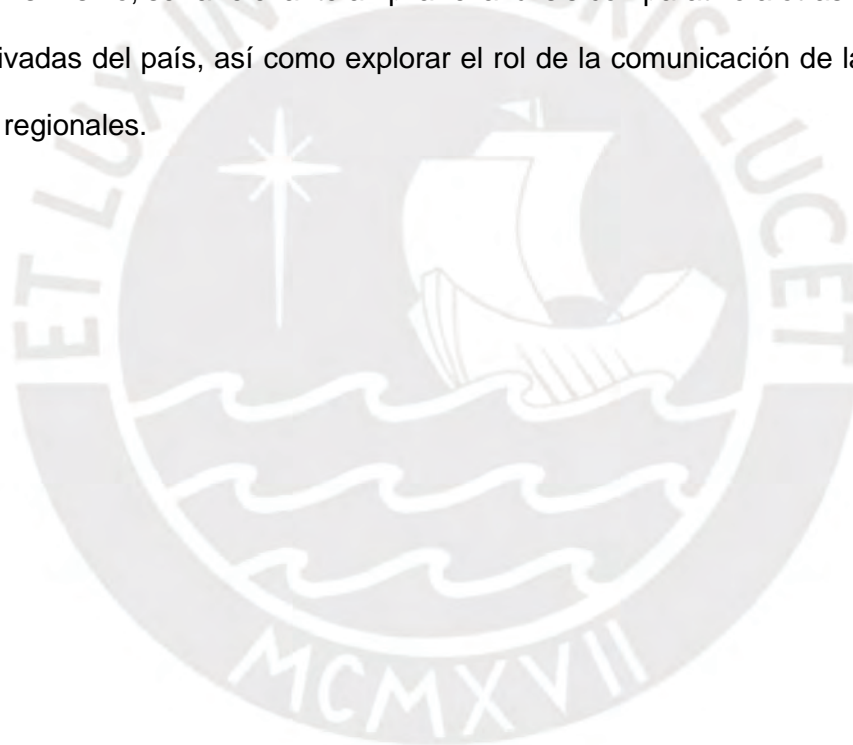
### **6.3. Recomendaciones**

Primero, se recomienda que las universidades fortalezcan estrategias de comunicación de la acreditación que promuevan una comprensión pública clara y accesible del proceso, incorporando lenguajes pedagógicos, formatos explicativos y narrativas que permitan a estudiantes, docentes y trabajadores comprender qué implica la acreditación, por qué es relevante y cómo se vincula con su experiencia cotidiana en la vida universitaria. Esto contribuiría a posicionar la calidad educativa como un bien público y no únicamente como un sello de prestigio institucional.

Segundo, resulta pertinente fomentar prácticas comunicacionales más participativas durante los procesos de acreditación, que no se limiten a la difusión de información o a la celebración de resultados. La incorporación de testimonios diversos, espacios de interacción, convocatorias abiertas y mecanismos de retroalimentación permitiría reconocer a la comunidad universitaria como actor activo en la construcción de la calidad, en coherencia con los principios de corresponsabilidad y participación.

Tercero, las universidades podrían reflexionar de manera crítica sobre el equilibrio entre comunicación estratégica orientada al prestigio y comunicación con valor público. Si bien la visibilidad y el reconocimiento son objetivos legítimos, una comunicación alineada con la responsabilidad social universitaria debería priorizar el impacto social de la acreditación, su contribución al fortalecimiento del sistema educativo y su relevancia para el desarrollo del país.

Finalmente, como líneas futuras de investigación, se recomienda complementar este estudio con investigaciones cualitativas centradas en los públicos universitarios y en la ciudadanía, que permitan analizar cómo se interpretan, valoran y apropian los mensajes sobre acreditación. Asimismo, sería relevante ampliar el análisis comparativo a otras universidades públicas y privadas del país, así como explorar el rol de la comunicación de la acreditación en contextos regionales.



## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Adam, J. (2005). *La linguistique textuelle. Introduction à l'analyse textuelle des discours*. Armand Colin.
- Álvarez, A. M. (2021). La identidad corporativa, cultura y comunicación institucional universitaria. *A3Manos*, 8(5).  
<https://portal.amelica.org/ameli/journal/784/7843890004/7843890004.pdf>
- Álvarez, A. M. (2022). La comunicación institucional universitaria y los activos intangibles imagen y reputación corporativa. *Yachana Revista Científica*, 11(2), 15–28.  
<https://doi.org/10.62325/10.62325/yachana.v11.n2.2022.786>
- Argüello - Castillo, R., Barquero - Jenkins, M., Carmiol - Rodríguez, P., & Villarreal - Granados, I. (2023). Comunicación y Gestión de Calidad: Experiencia de la Escuela de Enfermería de la Universidad de Costa Rica. *Revista Electrónica Calidad En La Educación Superior*, 14(1), 104–135. <https://doi.org/10.22458/caes.v14i1.4694>
- Brankovic, J., Ringel, L., y Werron, T. (2022). Spreading the gospel: Legitimizing university rankings as boundary work. *Research Evaluation*, 31, 463-474.  
<https://doi.org/10.1093/reseval/rvac035>
- Burke, K. (1966). *Language as symbolic action: Essays on life, literature, and method*. University of California Press
- Capriotti, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Ariel.
- Capriotti, P., Losada-Díaz, J.C., y Martínez-Gras, R. (2023). Evaluating the content strategy developed by universities on social media. *Profesional de la información*, 32(2), e320210. <https://doi.org/10.3145/epi.2023.mar.10>
- Capriotti, P., Carretón, C., & Zeler, I. (2024). *Exploring Interactivity Strategies in Social Media Communications of Leading Universities: A Cross-Continental Study*. SAGE Open, 14(2). <https://doi.org/10.1177/21582440241259399>
- Carey, J. W. (2009). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. Routledge.
- Couldry, N. y Hepp, A. (2017). *The mediated Construction of Reality*. Polity Press.

- Enz, A. (2012). Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa. Asociación Civil Comunia.
- Fairclough, N. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Longman.
- Fernández, L., Robles, F., y Tostes, M. (2018). Rol de la gestión de las comunicaciones para la acreditación universitaria peruana: El caso de la UNSM. *Revista Fórum Identidades*, 27, 31-45. <https://ufs.emnuvens.com.br/forumidentidades/article/view/10360/7971>
- Flick, U. (2015). *Introducción a la investigación cualitativa* (5.ª ed.). Morata.
- Foio, M. del S. (2020). Prácticas Comunicativas en los Procesos de Autoevaluación Institucional Universitaria. *Revista Central De Sociología*, 10(10), 7-33. <https://www.centraledesociologia.cl/index.php/rcs/article/view/86>
- Galioto, C. (2022). El uso de indicadores de la calidad educativa: una discusión crítica a partir del caso chileno. *Revista Electrónica Educare*, 26(3), 588-602. <http://dx.doi.org/10.15359/ree.26-3.32>.
- Galioto, C. y Flores, L. (2021). Dimensiones epistemológicas del accountability de la calidad educativa: Elementos para una interrogación crítica. *Revista Brasileira de Educação*, 26, 1-22. <https://doi.org/10.1590/S1413-24782021260079>
- Galioto, M., Pedone, F., Vantarakis, A., Tavares, P., & Bianco, A. (2025). The use of social networks in institutional communication at university: a prospective pattern for enhancing the sense of belonging among students. *Frontiers in Communication*, 10. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2025.1523295>
- García, V. M., Orrala, L. A., & Pacheco, I. S. (2022). La comunicación institucional dentro de la gestión universitaria. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 5(S1), 186-192. <https://doi.org/10.62452/b40mp657>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Guerrero-Haro, E. S., Rios-Gaibor, C. G., Macías-García, F. A., & López-Jerez, M. I. (2025). Relación entre comunicación e identidad corporativa: Un enfoque descriptivo desde la revisión de la literatura académica. *Journal of Economic and Social Science Research*, 5(1), 360-372. <https://doi.org/10.55813/gaea/jessr/v5/n1/181>

- Gumucio-Dagron, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y Pensamiento*, 30(58), 26-39.  
[http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-48232011000100002](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232011000100002)
- Gumucio-Dagron, A. (24 de julio de 2008). Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas, Entrevista a Alfonso Gumucio-Dagron/Entrevistado por Hugo Aguirre. Revista Canalé.  
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/canale/article/view/1147/1108>
- Gumucio-Dagron, A. y Tufte, T. (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. Plural editores.
- Habermas, J. (1998). *Facticidad y validez*. Trotta.
- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili.
- Hazelkorn, E. (2015). *Rankings and the Reshaping of Higher Education. The Battle for World-Class Excellence*. Palgrave Macmillan London.  
<https://doi.org/10.1057/9781137446671>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education.
- Honório, A., Ottati, F. & Cunha, F. (2019). Avaliação da adaptação ao ensino superior. *Psicologia para América Latina*, (32), 97-105.  
[https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-350X2019000200002](https://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-350X2019000200002)
- IAC-CINDA. (2024). Modelo de aseguramiento de la calidad IAC-CINDA.  
<https://iac.cinda.cl/wp-content/uploads/2024/06/Modelo-de-aseguramiento-de-la-calidad-IAC-CINDA-v.24.06.pdf>
- Jenkins, H. (2008). *Converge Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.

- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2nd ed.). Routledge.
- Krippendorff, K. (2022). *Content analysis: An introduction to its methodology* (4.<sup>a</sup> ed.). Sage.
- Kumar, P., Shukla B.& Passey D. (2021). Impact of Accreditation on Quality and Excellence of Higher Education Institutions. *Revista de Investigación Operacional*, 41(2):151-167. <https://revistas.uh.cu/invoperacional/article/view/9120>
- León, F., Saladrigas, H., y León, F.E. (2023). El proceso de evaluación y acreditación institucional. Visto desde la comunicación interna. *ProHominun Revista de Ciencias Sociales y Humanas*, 5(4), 210-232. <https://doi.org/10.47606/acven/ph0218>
- Ley N.º 30220. Ley universitaria (08 de julio de 2014). [https://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley\\_universitaria\\_04\\_02\\_2022.pdf](https://www.minedu.gob.pe/reforma-universitaria/pdf/ley_universitaria_04_02_2022.pdf)
- Martín-Barbero, J. y Rey, G. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Gedisa.
- Medina-Manrique, R., Carcausto Calla, W. H., & Guzmán Shigetomi, E. E. (2022). Aseguramiento de la calidad educativa universitaria en Iberoamérica: tendencias, ausencias y desafíos. *Revista Iberoamericana De Educación*, 88(1), 33–47. <https://doi.org/10.35362/rie8714774>
- Meyer, J. W. y Rowan, B. (1977). Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340-363. <https://doi.org/10.1086/226550>
- Mínguez, R., & Díaz, A. (2020). Repercusión de la acreditación institucional sobre la calidad de la universidad. Un estudio exploratorio. *Revista de estudios y experiencias en educación*, 19(41), 107-123. <https://doi.org/10.21703/rexe.20201941minguez7>
- Miotto, G., Del Castillo-Feito, C., y Blanco-González, A. (2020). Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions sustained competitive advantage. *Journal of Business Research*, 112, 342-353. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.11.076>

- Moreno, K. G. (2024). Gestión de la calidad en el proceso de evaluación y acreditación institucional, Riobamba – Ecuador. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(2), 1382 – 1393. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i2.1957>
- Oliveira, A., Capriotti, P., & Zeler, I. (2022). El estado de la cuestión de la investigación sobre la comunicación digital de las universidades, *Redmarka. Revista de Marketing Aplicado*, 26(2), 1- 18. <https://doi.org/10.17979/redma.2022.26.2.924>
- Oltarzhevskiy, D.O. (2019). Typology of contemporary corporate communication channels. *Corporate Communications: An International Journal*, 24(4), 608-622. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-04-2019-0046>
- Ordorika, I. y Lloyd, M. (2014). International rankings and the contest for university hegemony. *Journal of Education Policy*. <http://dx.doi.org/10.1080/02680939.2014.979247>
- Ortiz-Pérez, A., Funzy-Chimpolo, J., Pérez-Campaña, M., & Velázquez-Zaldívar, R. (2015). La gestión integrada de los procesos en universidades. Procedimiento para su evaluación. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 91-103. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362015000100010&lng=es&tlng=es](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100010&lng=es&tlng=es).
- Pareja, M. (2020). La gestión pedagógica en la mejora del desempeño docente. *Investigación valdizana*, 14(1), 7-14. <https://doi.org/10.33554/riv.14.1.601>
- Pauwels, L. (2012). A multimodal framework for analyzing websites as cultural expressions. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 247–265. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2012.01572.x>
- Pérez, J. (2022). Correlación entre la calidad educativa y desempeño docente, una mirada al caso panameño. *Acción Y Reflexión Educativa*, (47), 83–106. <https://doi.org/10.48204/j.are.n47.a2584>
- QS Top Universities. (2025). QS World University Rankings 2026: Top global universities. <https://www.topuniversities.com/world-university-rankings>
- Ragin, C. C. (2014). *The comparative method: Moving beyond qualitative and quantitative strategies*. University of California Press.

- Raza, D. (2020). Mejorando la comunicación en los procesos de autoevaluación de la calidad en universidades. *Chakiñan Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 10, 144-156. <https://doi.org/10.37135/chk.002.10.10>
- Remigio, R. (2016). *Estrategias de comunicación durante el proceso de acreditación de la Facultad de Medicina Humana de la Universidad Ricardo Palma* [Informe profesional, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio UNMSM. <https://hdl.handle.net/20.500.12672/5573>
- Rodríguez, C., Padilla, G. y Gallegos, M. (2020). Calidad educativa, apoyo docente y familiar percibido: la tridimensionalidad de la satisfacción escolar en niños y adolescentes. *Cuadernos de Investigación Educativa*, 11(2), 157-173. <https://doi.org/10.18861/cied.2020.11.2.2995>
- Romanowski, M. (2021). The idolatry of accreditation in higher education: enhancing our understanding. *Quality in Higher Education*, 28(2), 153-167. <https://doi.org/10.1080/13538322.2021.1948460>
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Universidad de Deusto. <https://q.co/kqs/fGL1foh>
- Sánchez-Chaparro, T., Gómez-Frías, V., & González-Benito, Ó. (2019). Competitive implications of quality assurance processes in higher education. The case of higher education in engineering in France. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 2825–2843. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1697329>
- Servaes, J. (2020). *Handbook of Communication for Development and Social Change*. Springer.
- Silas, J. C. (2014). Calidad y acreditación en la educación superior: Realidades y retos para América Latina. *Páginas de Educación*, 7(2), 104-123. <https://doi.org/10.22235/pe.v7i2.508>
- Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa [SINEACE]. (2017). Modelo de acreditación para programas de estudios de educación superior universitaria. <https://hdl.handle.net/20.500.12982/4086>

Sistema Nacional de Evaluación, Acreditación y Certificación de la Calidad Educativa [SINEACE]. (s.f.). Preguntas frecuentes sobre acreditación y certificación de competencias.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2918539/Preguntas%20frecuentes%20sobre%20Acreditaci%C3%B3n%20y%20Certificaci%C3%B3n.pdf.pdf>

Sito-Justiniano, L. M., & Vargas-Quispe, G. (2025). Acreditación universitaria y responsabilidad social en una universidad peruana. *European Public & Social Innovation Review*, 10, 1–17. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1442>

Solórzano, R. M., & Bravo, I. (2023). Comunicación universitaria en la era de la globalización: estrategias para el posicionamiento internacional. *Revista Uniandes Episteme*, 10(4), 564–584. <https://doi.org/10.61154/rue.v10i4.3278>

Suchman, M. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of management review*, 20(3), 571-610. <https://doi.org/10.2307/258788>

Tipacti, P., & Ramírez, A. (2024). Hacia una Educación Superior de Calidad en el Perú: Evaluación y Acreditación. *LATAM Revista Latinoamericana De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 5(5), 3663 – 3681. <https://doi.org/10.56712/latam.v5i5.2886>

Tufa, A. y Cela, E. (2023). Defining multimedia journalism: A systematic literature review. *Beder Journal of Humanities*, 18, 39-60. <https://bjh.beder.edu.al/uploads/bjh-18.pdf>

Vaughan, T. (2008). *Multimedia: Making it Work* (7.ª ed.). McGraw-Hill Education.

Verón, E. (2011). *La semiosis social. Fragmento de una teoría de la discursividad*. Gedisa.

Vilca, M., Saavedra, P., Huaman, R., & Rojas, E. (2024). Políticas de aseguramiento de la calidad de la educación superior: Una revisión sistemática. *Comuni@cción*, 15(1), 105-116. <https://doi.org/10.33595/2226-1478.15.1.964>

Villafañe, J. (1999). *La gestión profesional de la imagen corporativa*. Pirámide.

Villamizar-Loaiza, C. (2021). La legitimidad institucional como fuente de reputación corporativa. *Investigación y Desarrollo*, 29(2), 196-222. <https://doi.org/10.14482/indes.29.2.320>

- Villanueva, E. F. (2011). Acreditación universitaria: confianza y legitimidad. *Revista Iberoamericana De Educación*, 57, 53–70. <https://doi.org/10.35362/rie570486>
- Waisbord, S. (2014). The Strategic Politics of Participatory Communication. En Wilkins, K., Tufte, T., y Obregon, R. (Eds.), *The Handbook of Development Communication and Social Change* (pp.147-167). Wiley Blackwell.
- Wu, Y., y Mo, J. (2025). Visual branding of higher education institutions in web-mediated communication: a hypermodal analysis of an elite Chinese university. *Language and Semiotic Studies*, 11(3), 466-491. <https://doi.org/10.1515/lass-2025-0004>
- Wu, Y., y Mei, C. (2022). Academic Visual Identity of Higher Education Institutions: A Multimodal Communication through Pictorial Representations. *Journal of Language Studies*, 22(2), 236-260. <http://doi.org/10.17576/gema-2022-2202-13>
- Zúñiga, M. A. (2016). *Estrategia de comunicación para apoyar el proceso de acreditación para la carrera de Derecho: Sede Central, Universidad de San José - San Carlos* [Tesis de maestría, Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica]. Repositorio UNED. <https://repositorio.uned.ac.cr/reuned/handle/120809/1535>

## ANEXOS

### Anexo 1. Ficha de análisis de pieza comunicacional digital

#### 1. Datos generales de la pieza

Código de la pieza:

Universidad: [PUCP / UNMSM]

Título o encabezado:

Tipo de pieza: [Nota de prensa, post en redes, videos]

Fecha de publicación:

Canal de publicación: [Página web, Facebook, Instagram, YouTube]

Formato visual: [Textual, visual estático, audiovisual, interactivo]

Enlace o archive Fuente:

#### 2. Aspectos discursivos

Estilo de lenguaje predominante: [ Interno  Persuasivo  Emocional  Informativo

Mixto (especificar)]

Justificación breve:

Enfoque comunicativo según Sánchez-Chaparro et al. (2019): [ Interno  Relacional

Competitivo  Ausencia de comunicación]

Justificación breve:

Lugar que ocupa la acreditación en la narrativa institucional: [ Eje central  Tema complementario  Mención secundaria]

Explicación breve:

Narrativa institucional proyectada: [Compromiso con la calidad, excelencia, tradición, mejora continua, servicio a la sociedad, etc.]

Presencia de llamados a la acción o a la rendición de cuentas: [ Sí  No] (Si la respuesta es afirmativa, indicar cómo se presenta (ej. convocatorias, invitaciones, resultados publicados, etc.)

Explicación si aplica:

### **3. Aspectos visuales**

Elementos visuales relevantes (describir): (Uso de colores institucionales, logotipo, tipografía, personajes, íconos, etc.)

Coherencia con la línea visual institucional: [ Alta  Media  Baja]

Justificación breve:

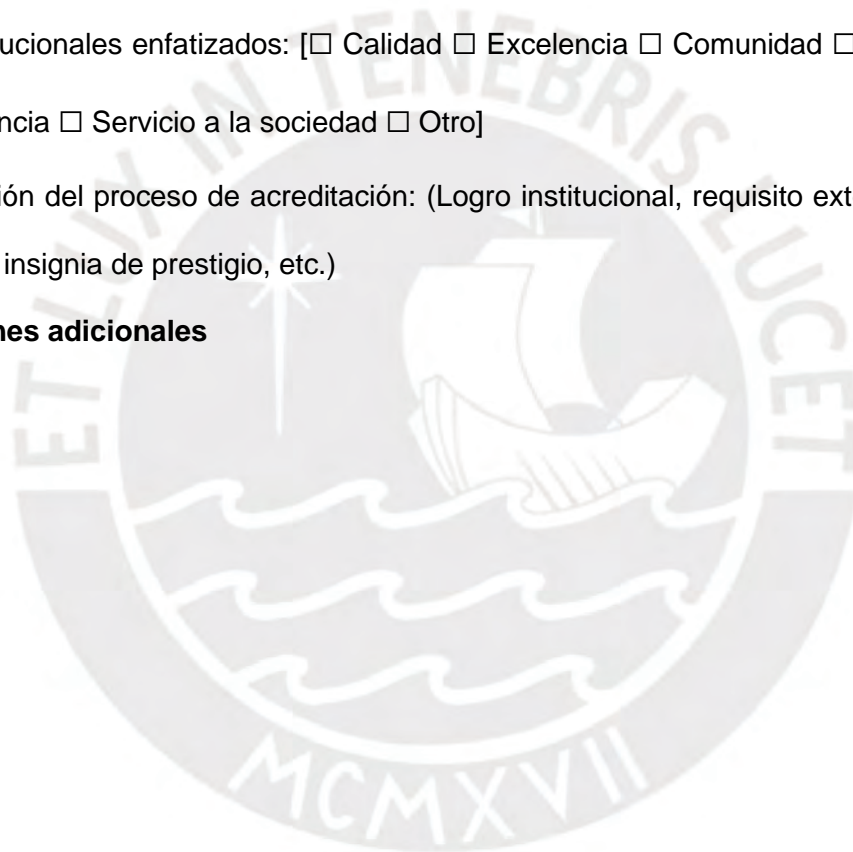
### **4. Representaciones simbólicas**

Representación de la calidad educativa (descripción): (Como excelencia académica, rendición de cuentas, innovación, responsabilidad social, etc.)

Valores institucionales enfatizados: [ Calidad  Excelencia  Comunidad  Compromiso  
 Transparencia  Servicio a la sociedad  Otro]

Representación del proceso de acreditación: (Logro institucional, requisito externo, proceso colaborativo, insignia de prestigio, etc.)

### **Observaciones adicionales**



## Anexo 2. Matriz comparativa de piezas

Categoría	PUCP	UNMSM	Observaciones comparativas
<i>Tipo de pieza digital</i>	Diversidad de soportes: Notas web explicativas, videos institucionales breves, publicaciones en Facebook e Instagram con foco en sensibilización, reels motivacionales, secciones institucionales de acreditación.	Predominio de posts en Facebook (29/43) con fotos de equipos en talleres y reuniones, más notas web y videos de ceremonias; Instagram usado de forma celebratoria	PUCP diversifica y prioriza piezas explicativas y pedagógicas, diversifica y adapta mensajes según canal; UNMSM concentra la estrategia en Facebook y en mostrar equipos y logros, foco en medios oficiales y redes con menor innovación formal.
<i>Enfoque discursivo (Sánchez-Chaparro et al. (2019))</i>	Principalmente relacional (fortalecer comunidad) e interno (para informar sobre estándares y procesos)	Predominio competitivo (mostrar logros, reconocimiento, internacionalización), con matices relacionales al mostrar equipos.	PUCP busca cohesión y comprensión interna; UNMSM proyecta visibilidad y validación externa.
<i>Estilo comunicativo</i>	Procesual y participativo: resalta la construcción colectiva, la autoevaluación y la cultura de calidad.	Resultadista y celebratorio: énfasis en logros, hitos y prestigio internacional alcanzado.	PUCP se centra en el "camino" (el proceso), UNMSM en la "meta" (los resultados).
<i>Valores proyectados</i>	Participación, compromiso, transparencia, mejora continua, identidad institucional, comunidad, excelencia.	Prestigio, reconocimiento internacional, orgullo institucional, competitividad, excelencia.	Ambos buscan reforzar legitimidad, pero PUCP desde la cultura de calidad y UNMSM desde el prestigio social. Coinciden en la excelencia como valor central, pero difieren en el énfasis: lo

Categoría	PUCP	UNMSM	Observaciones comparativas
			colectivo (PUCP) vs. lo competitivo (UNMSM).
<i>Función simbólica</i>	Identitaria (cultura de calidad como rasgos institucionales) y legitimadora (responder a exigencias externas)	Reputacional (prestigio y visibilidad) y también legitimadora	Amabas legitiman, pero PUCP enfatiza identidad y UNMSM reputación. La PUCP interpreta la acreditación como proceso de identidad interna; la UNMSM como validación externa.
<i>Representación del proceso de acreditación</i>	Un proceso en construcción colectiva, pedagógico, orientado a generar cultura de calidad	Un logro alcanzado, celebrado públicamente como hito institucional.	PUCP comunica la acreditación como camino; UNMSM como meta.
<i>Visibilidad de actores</i>	Comunidad universitaria diversa: estudiantes, docentes, administrativos, autoridades; se promueve la participación de todos.	Alta presencia de equipos de trabajo en talleres y reuniones, autoridades y pares evaluadores	PUCP muestra diversidad de actores; UNMSM de protagonismo a equipos técnicos y a la validación de pares externos.
Recursos visuales y estéticos	Gráficos, reels, testimonios, fotografías con estudiantes, docentes y actividades internas.	Fotografías de talleres de equipos técnicos, reuniones, ceremonias, pares evaluadores y diplomas.	PUCP explora recursos dinámicos y cercanos; UNMSM privilegia imágenes formales de trabajo y actos oficiales.
Temporalidad de la narrativa	Relato continuo: procesos encadenados, acreditación como parte de una trayectoria de mejora permanente.	Relato puntual: acreditación como hito único y culminante, centrado en la obtención y entrega del reconocimiento.	PUCP proyecta sostenibilidad y continuidad, UNMSM focaliza en la excepcionalidad del logro.

### Anexo 3. Listado de piezas codificadas

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
Sitio web institucional de Acreditación Institucional PUCP <a href="#">Acreditación Institucional PUCP</a>	Reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia: la PUCP recibe reacreditación institucional hasta el 2029	3/12/2024	<a href="#">Reafirmamos nuestro compromiso con la excelencia: la PUCP recibe reacreditación institucional hasta el 2029</a>	PUCP-WA-01
	Conoce el Comité de Pares Evaluadores Internacionales que visitará la PUCP	15/11/2023	<a href="#">Conoce el Comité de Pares Evaluadores Internacionales que visitará la PUCP</a>	PUCP-WA-02
	Reacreditación Institucional 2023: conoce el camino recorrido y la autoevaluación realizada	15/11/2023	<a href="#">Reacreditación Institucional 2023: conoce el camino recorrido y la autoevaluación realizada</a>	PUCP-WA-03
	Evaluación externa: el último paso en el proceso de conseguir la reacreditación institucional	15/11/2023	<a href="#">Evaluación externa: el último paso en el proceso de conseguir la reacreditación institucional</a>	PUCP-WA-04
	Reacreditación 2023: Sé parte de la visita de los pares internacionales del IAC-CINDA. Conoce la agenda y cómo puedes participar en esta nota	s.f	<a href="#">Reacreditación 2023: Sé parte de la visita de los pares internacionales del IAC-CINDA. Conoce la agenda y cómo puedes participar en esta nota</a>	PUCP-WA-05
	Reacreditación 2023: participa en las charlas informativas y conoce más sobre los avances del proceso y la próxima visita de la agencia acreditadora	17/10/2023	<a href="#">Reacreditación 2023: participa en las charlas informativas y conoce más sobre los avances del proceso y la próxima visita de la agencia acreditadora</a>	PUCP-WA-06
	La participación de los estudiantes es importante en el proceso de reacreditación 2023	20/10/2022	<a href="#">La participación de los estudiantes es importante en el proceso de reacreditación 2023</a>	PUCP-WA-07
Noticias	Reacreditación institucional: los hitos	02/02/2024	<a href="#">Reacreditación institucional: los hitos</a>	PUCP-WN-01

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
Puntoedu	importantes logrados en el 2023 y lo que viene este año		<a href="#">importantes logrados en el 2023</a>	
	Logramos la reacreditación internacional institucional 2024-2029 en Pregrado, Posgrado, Investigación y Gestión Institucional	15/04/2024	<a href="#">Logramos la reacreditación internacional institucional 2024-2029 en Pregrado, Posgrado, Investigación y Gestión Institucional - PuntoEdu PUCP</a>	PUCP-WN-02
	Ceremonia de Acreditación Institucional 2024-2029: celebremos juntos este importante hito	26/11/2024	<a href="#">Ceremonia de Acreditación Institucional 2024-2029</a>	PUCP-WN-03
	Acreditación institucional 2024-2029: excelencia académica y proyección internacional	04/12/2024	<a href="#">Acreditación institucional 2024-2029: excelencia académica y proyección internacional - PuntoEdu PUCP</a>	PUCP-WN-04
	Se realizó, de manera exitosa, la visita de evaluación externa del proceso de reacreditación institucional	14/12/2023	<a href="#">Visita de evaluación externa del proceso de reacreditación institucional</a>	PUCP-WN-05
	Participa en las charlas informativas sobre el proceso de Reacreditación PUCP 2023	24/10/2023	<a href="#">Participa en las charlas informativas sobre el proceso de Reacreditación PUCP 2023</a>	PUCP-WN-06
	Reacreditación PUCP 2023: culminamos la autoevaluación y continuamos con éxito este proceso institucional	20/08/2023	<a href="#">Reacreditación PUCP 2023: culminamos la autoevaluación y continuamos con éxito este proceso institucional</a>	PUCP-WN-07
	Reacreditación 2023: la PUCP realizó talleres de autoevaluación con participación	08/11/2022	<a href="#">Reacreditación 2023: la PUCP realizó talleres de autoevaluación con participación de estudiantes</a>	PUCP-WN-08

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	de estudiantes			
	Responde la encuesta digital para participar en el proceso de reacreditación internacional PUCP	10/05/2022	<a href="#">Responde la encuesta digital para participar en el proceso de reacreditación internacional PUCP</a>	PUCP-WN-09
	La PUCP inicia el proceso de reacreditación internacional	24/04/2022	<a href="#">La PUCP inicia el proceso de reacreditación internacional</a>	PUCP-WN-10
Web Vicerrectorado Académico	Reacreditación Institucional 2024	s/f	<a href="#">Reacreditación Institucional 2024</a>	PUCP-WV-01
	Reacreditación institucional 2023: los importantes avances realizados en el año	05/12/2022	<a href="#">Reacreditación institucional 2023: los importantes avances realizados en el año   VRAC</a>	PUCP-WV-02
	Reacreditación institucional PUCP: avances y próximos pasos en el 2022	14/09/2022	<a href="https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/reacreditacion-institucional-pucp-avances-y-proximos-pasos-en-el-2022?fbclid=IwY2xjawKnHoVleHRuA2FibQIxMQBicmlkETFPamhOeE1VMEpoUmFJcVVtAR7GilokQSfwipeRZ9kiPYQqgnmLqREkoM1BalZUwky8GP9qN0pQMZIXT864KQ_aem_OT4sPTENfPAVZNCyFIKy_A">https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/reacreditacion-institucional-pucp-avances-y-proximos-pasos-en-el-2022?fbclid=IwY2xjawKnHoVleHRuA2FibQIxMQBicmlkETFPamhOeE1VMEpoUmFJcVVtAR7GilokQSfwipeRZ9kiPYQqgnmLqREkoM1BalZUwky8GP9qN0pQMZIXT864KQ_aem_OT4sPTENfPAVZNCyFIKy_A</a>	PUCP-WV-03
	Responde la encuesta digital para participar en el proceso de reacreditación internacional PUCP	11/05/2022	<a href="#">Responde la encuesta digital para participar en el proceso de reacreditación internacional PUCP   VRAC</a>	PUCP-WV-04
	La PUCP inicia el proceso de reacreditación internacional	25/04/2022	<a href="https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/la-pucp-inicia-el-proceso-de-">https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/la-pucp-inicia-el-proceso-de-</a>	PUCP-WV-05

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
			<a href="#">reacreditacion-internacional</a>	
	Reacreditación PUCP 2023: participa en estos talleres y sé parte de la mejora continua de nuestra universidad	10/10/2022	<a href="https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/reacreditacion-pucp-2023-participa-en-estos-talleres-y-se-parte-de-la-mejora-continua-de-nuestra-universidad?fbclid=IwY2xjawKnH8dleHRuA2FlbQlxMABicmlkETFLbjZZejNlaEhpY0IzcUF4AR5dtVonSQsME8LjdIEAZGv_1FQ0abBa6fSznjQ7ZFfPdSCQyVcUKFW8ECx6hQ_aem_XmQStONuoVQxNNfLfdT0Fg">https://vicerrectorado.academico.pucp.edu.pe/news/reacreditacion-pucp-2023-participa-en-estos-talleres-y-se-parte-de-la-mejora-continua-de-nuestra-universidad?fbclid=IwY2xjawKnH8dleHRuA2FlbQlxMABicmlkETFLbjZZejNlaEhpY0IzcUF4AR5dtVonSQsME8LjdIEAZGv_1FQ0abBa6fSznjQ7ZFfPdSCQyVcUKFW8ECx6hQ_aem_XmQStONuoVQxNNfLfdT0Fg</a>	PUCP-WV-06
Facebook Vicerrectorado Académico PUCP	Conoce los retos de este año en el proceso de <b>#Acreditación</b> institucional de nuestra universidad	25/01/2023	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1ATumWrrLL/">https://www.facebook.com/share/p/1ATumWrrLL/</a>	PUCP-FB-01
	💡 En la #PUCP hemos comenzado a trabajar para nuestra #Reacreditación institucional 2023, una oportunidad y un medio para seguir mejorando nuestra calidad educativa con la participación de todos los miembros de la #ComunidadPUCP	04/03/2022	<a href="https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02bhYtrAxZUZS2gKXXcdksYCGtGSt9hjCufLiNgjdVFoPJn2djieW2Hs2xdTjaEsW9l">https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02bhYtrAxZUZS2gKXXcdksYCGtGSt9hjCufLiNgjdVFoPJn2djieW2Hs2xdTjaEsW9l</a>	PUCP-FB-02
	En la PUCP tenemos el compromiso de brindar una educación que cumpla con los más altos estándares de calidad educativa y este año empezaremos un nuevo proceso de autoevaluación institucional para lograr la #ReacreditaciónInternacional con el IAC - CINDA para el 2023.	26/04/2022	<a href="https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02S7LrnkTHT7tNWoXcagApnvmiNdQcXiPPLk5YprLHTceS27tdsb5hN1XD49GF9LwSl">https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02S7LrnkTHT7tNWoXcagApnvmiNdQcXiPPLk5YprLHTceS27tdsb5hN1XD49GF9LwSl</a>	PUCP-FB-03

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	<p>➡ La #Reacreditación es una oportunidad para mejorar la calidad de nuestra universidad, por eso, si eres parte de nuestra #ComunidadPUCP y recibes una invitación en tu correo no dejes de participar en la encuesta y contribuir con este importante proceso.</p>	11/05/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16QN4v78sH/">https://www.facebook.com/share/p/16QN4v78sH/</a>	PUCP-FB-04
	<p>#DocentePUCP no te olvides de participar en la encuesta de autoevaluación institucional que fue enviada a tu correo por #PulsoPUCP.</p>	13/05/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1Aa2sZfaYN/">https://www.facebook.com/share/p/1Aa2sZfaYN/</a>	PUCP-FB-05
	<p>🔗 #ComunidadPUCP no te olvides de participar en la encuesta de autoevaluación institucional que fue enviada a tu correo por #PulsoPUCP.</p>	24/05/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1FA2g3n2Go/">https://www.facebook.com/share/p/1FA2g3n2Go/</a>	PUCP-FB-06
	<p>A todos los que forman parte de nuestra #ComunidadPUCP les recordamos que quedan pocos días para participar en la encuesta de autoevaluación institucional que es el primer paso para lograr la reacreditación de nuestra universidad.</p>	03/06/2022	<a href="https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid0NfVMj6Bsy4Qw5Pi9JLMucado3EtdqvQw4hWRgdxjBiP78cFxnPNAiVNzf1Hykk9E!">https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid0NfVMj6Bsy4Qw5Pi9JLMucado3EtdqvQw4hWRgdxjBiP78cFxnPNAiVNzf1Hykk9E!</a>	PUCP-FB-07
	<p>#ComunidadPUCP 🔗 No olvides que solo tienes hasta este 12 de junio para participar en la encuesta de autoevaluación institucional. Recuerda que tu participación es importante para seguir asegurando nuestra calidad educativa.</p>	10/06/2022	<a href="https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02Chsp3C8pE6fJyTRGGHLwDNGXwWLXEyv1z3NUJ9TkKwHL24cZ6mANnPTj2ZK6qqpZ!">https://www.facebook.com/vracpucp/posts/pfbid02Chsp3C8pE6fJyTRGGHLwDNGXwWLXEyv1z3NUJ9TkKwHL24cZ6mANnPTj2ZK6qqpZ!</a>	PUCP-FB-08

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	📌 En la #PUCP tenemos el compromiso de brindar una educación de calidad, por eso, hemos iniciado un nuevo proceso de autoevaluación institucional con miras a la acreditación institucional 2023 – 2028 de IAC- CINDA.	14/09/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/19Fgvz13bj/">https://www.facebook.com/share/p/19Fgvz13bj/</a>	PUCP-FB-09
	Sé parte de la mejora continua de nuestra universidad. La autoevaluación institucional es una oportunidad para que todos los miembros de nuestra #ComunidadPUCP puedan dar opinión, analizar y reflexionar sobre los avances, retos y oportunidades de distintos aspectos de nuestra institución.	10/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1Bs3SAjxW2/">https://www.facebook.com/share/p/1Bs3SAjxW2/</a>	PUCP-FB-10
	📌 #DocentePUCP te invitamos a participar en los próximos talleres de autoevaluación, una oportunidad muy importante para seguir contribuyendo a la mejora continua de nuestra universidad.	18/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/19BYD9TFYm/">https://www.facebook.com/share/p/19BYD9TFYm/</a>	PUCP-FB-11
	#DocentePUCP participa en el proceso de mejora continua de nuestra universidad y participa en los talleres de autoevaluación para la Reacreditación Institucional 2023.	20/10/2022	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16aqXNESJs/">https://www.facebook.com/share/p/16aqXNESJs/</a>	PUCP-FB-12
	¡Un logro que celebramos juntos!	27/11/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/15uHJnKuXP/">https://www.facebook.com/share/p/15uHJnKuXP/</a>	PUCP-FB-13
	📌 ¡La PUCP reafirma su compromiso con la excelencia académica!	03/12/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1Ar7WSrHM6/">https://www.facebook.com/share/p/1Ar7WSrHM6/</a>	PUCP-FB-14

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	Acreditación Institucional 2024-2029 (IAC-CINDA)	29/11/2024	<a href="#">¡Bienvenidos a la ceremonia de Acreditación Institucional de la PUCP! Hoy celebramos un hito importante</a>	PUCP-FB-15
	Desde el Vicerrectorado Académico, queremos agradecer a toda la Comunidad PUCP que estuvo involucrada en el proceso de Reacreditación institucional 2023- 2028, que otorga el Instituto Internacional para el Aseguramiento de la Calidad (IAC-CINDA).	13/02/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1Z8zw8b5Zz/">https://www.facebook.com/share/p/1Z8zw8b5Zz/</a>	PUCP-FB-16
Instagram PUCP	¡Rumbo a la #ReacreditaciónPUCP2023! 🎯	23/11/2023	<a href="https://www.instagram.com/reel/C0ASkTJvbsD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/C0ASkTJvbsD/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	PUCP-IG-01
	¡Rumbo a la #ReacreditaciónPUCP2023! 🎯	30/10/2023	<a href="https://www.instagram.com/reel/CzCRgTGP4_r/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/CzCRgTGP4_r/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	PUCP-IG-02
	¡La comunidad PUCP ya está participando en el proceso de reacreditación institucional! 🙌	16/10/2023	<a href="https://www.instagram.com/p/CyeiE1jPa88/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/CyeiE1jPa88/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	PUPC-IG-03
	¿Por qué es importante obtener la reacreditación internacional de la PUCP?	29/09/2023	<a href="https://www.instagram.com/p/Cxy_cE2t_uX/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/Cxy_cE2t_uX/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	PUCP-IG-04
Youtube canal PUCP	Reacreditación Institucional	14/11/2023	<a href="#">Reacreditación Institucional</a>	PUCP-YB-01
Web Oficina	UNMSM primera universidad pública	29/05/2025	<a href="https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-unmsm-">https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-unmsm-</a>	UNMSM-WV-01

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
Central de Calidad Académica y Acreditación UNMSM	peruana con Acreditación Internacional		<a href="#">primera-universidad-publica-peruana-con-acreditacion-internacional</a>	
	Culmina visita de pares evaluadores del CEAI-UDUALC	07/04/2025	<a href="https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-culmina-visita-de-pares-evaluadores-del-ceai-udualc">https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-culmina-visita-de-pares-evaluadores-del-ceai-udualc</a>	UNMSM-WV-02
	Evaluación y Validación de Informe con fines de Acreditación con UDUALC	16/10/2024	<a href="https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-evaluacion-y-validacion-de-informe-con-fines-de-acreditacion-con-udualc">https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-evaluacion-y-validacion-de-informe-con-fines-de-acreditacion-con-udualc</a>	UNMSM-WV-03
	Decana de América instala el Comité para la Acreditación con UDUALC	25/06/2024	<a href="https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-decana-de-america-instala-el-comite-para-la-acreditacion-con-udualc">https://occaa.unmsm.edu.pe/gestion-decana-de-america-instala-el-comite-para-la-acreditacion-con-udualc</a>	UNMSM-WV-04
Facebook OCCAA	UNMSM, UNIVERSIDAD ACREDITADA INTERNACIONALMENTE POR CEAI-Udualc	29/05/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/19FVUJLCQo/">https://www.facebook.com/share/p/19FVUJLCQo/</a>	UNMSM-FB-01
	Tras una semana de intenso trabajo y evaluación, culminó la visita de los pares evaluadores del CEAI-UDUALC a la UNMSM.	07/04/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16RnpPScB/">https://www.facebook.com/share/p/16RnpPScB/</a>	UNMSM-FB-02
	UNMSM Inicia proceso de Evaluación Institucional Internacional con el Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional de la Unión de Universidades de América Latina y El Caribe - UDUALC	02/04/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1Yo8rKmkp2/">https://www.facebook.com/share/p/1Yo8rKmkp2/</a>	UNMSM-FB-03
	La OCCAA en permanente coordinación con vicerrectorado y direcciones generales, previa a la evaluación internacional.	13/03/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16HMaRj5Ug/">https://www.facebook.com/share/p/16HMaRj5Ug/</a>	UNMSM-FB-04






Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	Trabajando por la Acreditación Institucional Internacional, dirección de la OCCAA en reuniones con los jefes de oficinas involucradas, para revisar evidencias y documentos sustentatorios.	04/02/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/18tCbnWQDe/">https://www.facebook.com/share/p/18tCbnWQDe/</a>	UNMSM-FB-05
	Nuevo Jefe OCCAA Mg. Julio César Sandoval Inchaustegui, se reúne con Directivos de OGPL para revisar informes de autoevaluación presentados a UDUAL	03/02/2025	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1BsiPatzGk/">https://www.facebook.com/share/p/1BsiPatzGk/</a>	UNMSM-FB-06
	Informe listo para entregar a UDUAL	15/11/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1AzJgbKkH6/">https://www.facebook.com/share/p/1AzJgbKkH6/</a>	UNMSM-FB-07
	Reunión híbrida de la OGPL y OCCAA: Revisión de los indicadores de su informe final para la acreditación institucional internacional. ¡Asegurando la calidad y el compromiso con la excelencia!	02/10/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/18yShmkwbP/">https://www.facebook.com/share/p/18yShmkwbP/</a>	UNMSM-FB-08
	La acreditación en la UNMSM es un sello de calidad que respalda nuestros programas de estudio	24/09/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/r/19XisqaUK4/">https://www.facebook.com/share/r/19XisqaUK4/</a>	UNMSM-FB-09
	<b>Consultas sobre procesos para Acreditación Internacional</b> , fueron los temas tratados por la Dra. Miriam Solis Directora de la Escuela Profesional de Obstetricia y Directora de Dpto. Académico	20/08/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16hWPhrgSH/">https://www.facebook.com/share/p/16hWPhrgSH/</a>	UNMSM-FB-10
	<b>Retroalimentación en camino a la Acreditación Institucional Internacional</b>	08/08/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16TeN897ZR/">https://www.facebook.com/share/p/16TeN897ZR/</a>	UNMSM-FB-11

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	con UDUALC, reunión con el Vicerrectorado Académico de Pregrado - VRAP UNMSM			
	<b>Retroalimentación en camino a la Acreditación Institucional Internacional con UDUALC, hoy con la Oficina de Secretaría General</b>	07/08/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1BrZBQCUD/">https://www.facebook.com/share/p/1BrZBQCUD/</a>	UNMSM-FB-12
	Oficinas de Calidad Académica y Acreditación de las veinte facultades de la UNMSM	02/08/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1CHJKwPDik/">https://www.facebook.com/share/p/1CHJKwPDik/</a>	UNMSM-FB-13
	<b>La Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación en su camino hacia la Acreditación Institucional Internacional con UDUALC, continua su Plan de Asesorías para el cumplimiento de la matriz; en esta oportunidad con el Vicerrectorado Académico de Pregrado - VRAP UNMSM</b>	04/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1BvMBfoDvZ/">https://www.facebook.com/share/p/1BvMBfoDvZ/</a>	UNMSM-FB-14
	<b>Asesorías para el llenado de la matriz del desarrollo de indicadores para la acreditación con UDUALC, Hoy se trabajó con la Oficina General de Bienestar Universitario.</b>	04/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1AKRjjQ1k1/">https://www.facebook.com/share/p/1AKRjjQ1k1/</a>	UNMSM-FB-15
	<b>Asesoría para el llenado de la matriz del desarrollo de indicadores para la acreditación con UDUALC a Dirección General de Administración UNMSM.</b>	03/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16QodnixCL/">https://www.facebook.com/share/p/16QodnixCL/</a>	UNMSM-FB-16

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	<b>Asesoría para el llenado de la matriz del desarrollo de indicadores para la acreditación con UDUALC</b> en reunión con el personal de Secretaría General, Comisiones, Archivo	03/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/posts/pfbid036wFnDm66RvJV7E77vpvrv9Jcnp8SkvYi3S3X2VrMPeehixEzXg2ArRRiUBbLZR81l">https://www.facebook.com/CalidadSanMarcos/posts/pfbid036wFnDm66RvJV7E77vpvrv9Jcnp8SkvYi3S3X2VrMPeehixEzXg2ArRRiUBbLZR81l</a>	UNMSM-FB-17
	<b>Asesoría para el llenado de la matriz del desarrollo de indicadores para la acreditación con UDUALC</b> con las Oficinas de Secretaría General, Planificación, Of. General de Imagen Institucional y Of. de Infraestructura	02/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1BzY3Yphci/">https://www.facebook.com/share/p/1BzY3Yphci/</a>	UNMSM-FB-18
	<b>Asesoría para el llenado de la matriz del desarrollo de indicadores para la acreditación con UDUALC</b>	01/07/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1AkULUyvZ3/">https://www.facebook.com/share/p/1AkULUyvZ3/</a>	UNMSM-FB-19
	<b>Acreditación Internacional en marcha</b> , continúan las capacitaciones en el desarrollo del Modelo CEAI-UDUALC. Hoy con el tema: Estructura del Informe	26/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1XZCATKmri/">https://www.facebook.com/share/p/1XZCATKmri/</a>	UNMSM-FB-20
	<b>Acreditación Internacional en marcha</b>	25/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/19bAQmxNVi/">https://www.facebook.com/share/p/19bAQmxNVi/</a>	UNMSM-FB-21
	<b>Este lunes 24, se realizó la Sesión de Instalación del Comité de Acreditación Institucional Internacional de la UNMSM, integrado por nuestra Rectora, Vicerrectores, Comité Ejecutivo y Comité Técnico de la Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación.</b>	25/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/15pxsdPvz8/">https://www.facebook.com/share/p/15pxsdPvz8/</a>	UNMSM-FB-22

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	<b>Reportes de Avance del Proceso de Autoevaluación</b>	24/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/12HnJjD3nTe/">https://www.facebook.com/share/p/12HnJjD3nTe/</a>	UNMSM-FB-23
	<b>Acreditación Internacional en marcha.</b> Se dio inicio a las capacitaciones hacia la Acreditación Institucional Internacional con la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe-UDUALC.	20/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1AetSsLhz9/">https://www.facebook.com/share/p/1AetSsLhz9/</a>	UNMSM-FB-24
	<b>Acreditación Internacional en marcha.</b> La Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación-OCCAA, y la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe-UDUALC, se reunieron para elaborar el Cronograma y Plan de Trabajo dirigido a la alcanzar la Acreditación Internacional de la UNMSM.	20/06/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16P7dnbmXn/">https://www.facebook.com/share/p/16P7dnbmXn/</a>	UNMSM-FB-25
	<b>Continuando con el trabajo conjunto que se viene realizando con las Direcciones Generales : "Levantamiento de información para el diagnóstico de la implementación del modelo UDUAL para la Acreditación Institucional Internacional de la UNMSM"</b>	02/04/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1C77Pbkuxq/">https://www.facebook.com/share/p/1C77Pbkuxq/</a>	UNMSM-FB-26
	<b>Levantamiento de información para el diagnóstico de la implementación del modelo UDUAL para la Acreditación Institucional Internacional de la UNMSM"</b>	01/04/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/16pu5uetEG/">https://www.facebook.com/share/p/16pu5uetEG/</a>	UNMSM-FB-27

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	n la búsqueda de la excelencia e internacionalización, la Oficina Central de Calidad Académica y Acreditación se reúne con la Oficina General de Planificación de la UNMSM para aunar criterios a fin de contar con la Certificación Institucional Internacional de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe - UDUAL	25/03/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/15s5CZBfxE/">https://www.facebook.com/share/p/15s5CZBfxE/</a>	UNMSM-FB-28
	Siguiendo con las coordinaciones para la Acreditación Institucional Internacional, la OCCAA se reunió en forma virtual con el Director ejecutivo de UDUAL y asesor del Rectorado para validar documentos y términos.	19/01/2024	<a href="https://www.facebook.com/share/p/1AfBsLh7sc/">https://www.facebook.com/share/p/1AfBsLh7sc/</a>	UNMSM-FB-29
YouTube RTV San Marcos	Ceremonia: UNMSM recibe diploma de acreditación institucional internacional de la Udualc	23/05/2025	<a href="https://youtu.be/ku7raQNNTYs?si=oPN69MdWYeU7vAo">https://youtu.be/ku7raQNNTYs?si=oPN69MdWYeU7vAo</a>	UNMSM-YT-01
Web UNMSM sección noticias	San Marcos logra acreditación internacional y se convierte en la primera universidad pública peruana reconocida hasta el 2031	23/05/2025	<a href="https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-logra-acreditacion-internacional-y-se-convierte-en-la-primera-universidad-publica-peruana-reconocida-hasta-el-2031">https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-logra-acreditacion-internacional-y-se-convierte-en-la-primera-universidad-publica-peruana-reconocida-hasta-el-2031</a>	UNMSM-WN-01
	San Marcos se convertirá en la primera universidad pública del país con acreditación internacional	22/05/2025	<a href="https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-se-convertira-en-la-primera-universidad-publica-del-pais-con-acreditacion-internacional">https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-se-convertira-en-la-primera-universidad-publica-del-pais-con-acreditacion-internacional</a>	UNMSM-WN-02

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	Tras visita de evaluadores externos, San Marcos se aproxima a la acreditación internacional por la CEAI-UDUALC	08/04/2024	<a href="https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/tras-visita-de-evaluadores-externos-san-marcos-se-aproxima-a-la-acreditacion-internacional-por-la-ceai-udualc">https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/tras-visita-de-evaluadores-externos-san-marcos-se-aproxima-a-la-acreditacion-internacional-por-la-ceai-udualc</a>	UNMSM-WN-03
	San Marcos rumbo a la acreditación internacional por la UDUALC	18/03/2025	<a href="https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-rumbo-a-la-acreditacion-internacional-por-la-udualc?fbclid=IwY2xjawKnP0hleHRuA2FbQlXMQBicmlkETF4djRnNkV4d25qREU0dXNwAR6xanO_p3Nt-loWIXKdGp34bilpA4SUf3sf7m08u2AZcB40nTq4_aCgpvaTPw_aem_hTJBq2FrC9oJyBw6PGoULA">https://unmsm.edu.pe/noticias-y-eventos/noticias/noticia-detalle/san-marcos-rumbo-a-la-acreditacion-internacional-por-la-udualc?fbclid=IwY2xjawKnP0hleHRuA2FbQlXMQBicmlkETF4djRnNkV4d25qREU0dXNwAR6xanO_p3Nt-loWIXKdGp34bilpA4SUf3sf7m08u2AZcB40nTq4_aCgpvaTPw_aem_hTJBq2FrC9oJyBw6PGoULA</a>	UNMSM-WN-04
Instagram UNMSM	 La UNMSM es la primera universidad pública del Perú acreditada internacionalmente por la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe hasta 2031.	27/05/2025	<a href="https://www.instagram.com/reel/DKKc7BwiJUK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/reel/DKKc7BwiJUK/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	UNMSM-IG-01
	 La Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Decana de América, ha sido acreditada internacionalmente por seis años por el Consejo de Evaluación y Acreditación Internacional (CEAI) de la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe (UDUALC).  	23/05/2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DKAo5GLvOOz/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/DKAo5GLvOOz/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	UNMSM-IG-02
	 ¡San Marcos está cerca de lograr la	08/04/2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DIMwg3HPeIS/?">https://www.instagram.com/p/DIMwg3HPeIS/?</a>	UNMSM-IG-03

Tipo material	Título	Fecha	Link	Código
	acreditación internacional por la CEAI-UDUALC! 🎓		<a href="#">utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	
	🇵🇪 #SanMarcosInforma   La #UNMSM avanza hacia la acreditación internacional con la Unión de Universidades de América Latina y el Caribe (UDUALC), en un proceso que involucra a la alta dirección, docentes, administrativos, estudiantes y otros grupos de interés.	18/03/2025	<a href="https://www.instagram.com/p/DHWe-ezvHti/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==">https://www.instagram.com/p/DHWe-ezvHti/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA==</a>	UNMSM-IG-04
	✅ Informe listo para entregar a UDUAL 🌐 Transformemos a San Marcos en la universidad global que todos soñamos. ☀️ 🎓	15/11/2024	<a href="https://www.instagram.com/reel/DCacwOrvLRY/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA=">https://www.instagram.com/reel/DCacwOrvLRY/?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRIODBiNWFIZA=</a>	UNMSM-IG-05

#### Anexo 4. Matriz de consistencia

Objetivo general/específicos	Preguntas de investigación	Categorías/Variables	Técnicas de recolección	Técnicas de análisis	Instrumentos
<p>Analizar cómo la PUCP y la UNMSM representan sus procesos de acreditación universitaria a través de piezas comunicacionales digitales públicas, con el fin de comprender los sentidos comunicacionales y sociales que se construyen discursivamente en torno a la acreditación, dirigidos al público externo.</p>	<p>¿Cómo representan la acreditación universitaria la PUCP y la UNMSM a través de sus piezas comunicacionales digitales dirigidas al público externo?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Representaciones discursivas</li> <li>- Enfoques comunicacionales</li> <li>- Estrategias visuales</li> <li>- Sentidos simbólicos proyectados</li> </ul>	<p>Recolección documental</p>	<p>Análisis cualitativo de contenido</p> <p>Análisis de discurso</p>	<p>Ficha de análisis de pieza de comunicación digital</p> <p>Matriz comparativa de sistematización cualitativa</p>
<p>Caracterizar las piezas comunicacionales digitales difundidas por la PUCP y la UNMSM durante sus procesos de acreditación universitaria, según sus rasgos formales, discursivos y narrativos.</p>	<p>¿Qué características formales, discursivas y narrativas presentan las piezas comunicacionales digitales difundidas por la PUCP y la UNMSM durante sus procesos de</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tipo de pieza</li> <li>- Fecha y canal de publicación</li> <li>- Formato visual</li> </ul>	<p>Recolección documental</p>	<p>Análisis cualitativo de contenido</p>	<p>Ficha de análisis de pieza de comunicación digital</p>

Objetivo general/específicos	Preguntas de investigación	Categorías/Variables	Técnicas de recolección	Técnicas de análisis	Instrumentos
	acreditación universitaria?				
Identificar los enfoques o estilos comunicacionales predominantes en la representación de la acreditación en cada universidad.	¿Qué enfoques o estilos comunicacionales predominan en la representación de la acreditación en cada universidad?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Estilo discursivo</li> <li>- Enfoque comunicativo</li> <li>- Recursos visuales</li> <li>- Llamados a la acción</li> </ul>	Recolección documental	<p>Análisis cualitativo de contenido</p> <p>Análisis del discurso</p>	Ficha de análisis de pieza de comunicación digital
Comparar las representaciones comunicacionales de la acreditación entre ambas instituciones, identificando similitudes y diferencias en sus estrategias discursivas.	¿Qué diferencias y similitudes se observan entre ambas instituciones en la construcción comunicacional de la acreditación universitaria?	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Narrativa institucional</li> <li>- Lugar de la acreditación</li> <li>- Representación simbólica</li> </ul>	Recolección documental	Análisis comparativo e interpretativo	Ficha de análisis de pieza de comunicación digital
Interpretar los sentidos sociales y comunicacionales que se construyen discursivamente en torno a la acreditación universitaria (por ejemplo: legitimidad,	¿Qué sentidos sociales y comunicacionales se construyen discursivamente en torno a la acreditación universitaria (por	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Valores institucionales proyectados</li> <li>- Sentidos estratégicos</li> </ul>	Sistematización de resultados	Interpretación reflexiva	Ficha de análisis de pieza de comunicación digital

<b>Objetivo general/específicos</b>	<b>Preguntas de investigación</b>	<b>Categorías/Variables</b>	<b>Técnicas de recolección</b>	<b>Técnicas de análisis</b>	<b>Instrumentos</b>
transparencia y rol social de la universidad), a partir de las piezas comunicacionales analizadas.	ejemplo: legitimidad, transparencia y rol social de la universidad) a partir de estas representaciones?	- Coherencia visual y simbólica			Matriz comparativa de piezas

