

La visibilidad de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín mediante la Estrategia de Comunicación Institucional

Medical Sciences University of Holguin visibility through Institutional Communication Strategy

Dr.C. Andria Torres Guerra¹ *

MSc. Elianis Ocaña Samada¹

MSc. Julio Esteva Paredes¹

MSc. Carmen Lamorú de la Cruz¹

Lic. Amaury Zaldívar Ramírez¹

¹Universidad Ciencias Médicas de Holguín. Holguín, Cuba.

*Autor para la correspondencia. Correo electrónico: andriatorres@infomed.sld.cu

Colaboradores

Pedro Rafael Martínez Lozada. Licenciado en Educación, especialidad Español y Literatura. Máster en Ciencias de la Educación y en Educación Médica superior. Profesor Auxiliar. Director del Centro Provincial de Información de Ciencias Médicas de Holguín. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Natacha Sánchez Manzo. Licenciada en Educación, especialidad Marxismo-Leninismo e Historia. Máster en Ciencias Sociales y Axiología. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Flor Elen González Vera. Especialista de Segundo Grado en Estomatología General Integral. Máster en Salud Bucal Comunitaria. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Iliana Almaguer de la Rosa. Licenciada en Educación, Especialidad Español y Literatura. Máster en Español para no Hispanohablantes. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Bárbara Almarales Pupo. Licenciada en Educación, Especialidad Español y Literatura. Máster en Español para no Hispanohablantes. Diplomada en Bioética. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Ada Iris Cendón González. Licenciada en Educación, Especialidad Español y Literatura. Máster en Estudios Sociales. Profesor Auxiliar. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Liset Rodríguez Machín: Licenciada en Sociología. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Dalvis Machín Batista. Doctora en Medicina. Especialista de Primer Grado en Medicina Integral General. Máster en Urgencias Médicas y Atención Primaria de Salud. Policlínico Pedro del Toro Saad. Holguín, Cuba.

Ana Elena Rodríguez Araújo. Licenciada en Comunicación Social. Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, Cuba.

Katia María Ochoa Aguilera. Especialista de Segundo Grado en Medicina General Integral. Directora Provincial de Salud. Holguín Cuba

RESUMEN

Introducción: nuestro contexto social demanda a las instituciones universitarias nuevas formas de generar, adquirir y socializar conocimientos. En la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín se reconoce la significación de estos aspectos y se trabaja en función de aprovechar sus potencialidades, para desarrollar su misión y fines educativos y sociales. Sin embargo, el diagnóstico aplicado constató que, el conocimiento actual sobre estos temas es aun limitado y, unido a ello persiste la ausencia de un Departamento de Comunicación Institucional, para la gestión y visualización de la producción científica y el quehacer universitario, desde sus procesos sustantivos.

Métodos: en este estudio, se empleó el análisis dialéctico desde una perspectiva crítica, lo que permitió interpretar el problema y enriquecerlo mediante la revisión documental,

entrevistas, observación científica, métodos de análisis, síntesis histórico-lógica y los criterios de especialistas.

Objetivo: evidenciar las acciones realizadas por la institución en función de la producción, gestión, visibilización, socialización de la información científica y el quehacer universitario.

Resultados: en Holguín, el impacto de estos resultados ha sido generalizado en toda la provincia, donde cuenta con reconocimientos social, científico y tecnológico. Su dimensión holística es de alcance internacional; lo que permite el desarrollo de los productos tecnológicos, medios audiovisuales, la difusión de los principales acontecimientos generados por la universidad y el sistema territorial de salud, en materia de Ciencia, Tecnología e Innovación, a través de los procesos de formación y capacitación de pre, postgrado y extensión universitaria, con un ahorro significativo al presupuesto institucional.

Conclusiones: los resultados muestran la visibilidad, socialización de la producción científica, el quehacer de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín y consolida sus procesos universitarios a favor del desarrollo sostenible; con la misión de formar los profesionales de la salud en Cuba y para el mundo, en consonancia con el eje estratégico: potencial humano-ciencia- tecnología e innovación, hecho que la sitúa como la 3^{ra} fortaleza académica de Cuba.

Palabras clave: comunicación institucional, gestión del conocimiento, producción científica, visibilidad.

ABSTRACT

Introduction: nowadays, our society demands the academic institutions, new ways of generating, acquiring and socializing knowledge. Their academic potential and its relevance to develop its educational mission and social goals, has been fully recognized. However, diagnosis confirmed that knowledge related to these matters is still limited, together with the lack of an Institutional Communication Department for academic management, scientific production and substantive processes visualization.

Methods: in this study, dialectical analysis from a critical perspective, interpretation and study enrichment, documentary reviews, interviews, scientific observation, methods of analysis, historical-logical synthesis and the criteria of specialists, were applied.

Objective: to demonstrate the actions carried out by the university such as: academic production, management, visibility, socialization and scientific information.

Results: in Holguín, social, scientific and technological influences were introduced and generalized all over the province. Its holistic dimension inside international scope has been recognized, as well as technological products and media development savings for the institutional budget.

Conclusions: results show the visibility scope, scientific production and academic socialization of the Medical Sciences University of Holguín. They also reinforce the processes for the professionals' sustainable development in Cuba and around the world, using the strategic axis human potential- science-technology-innovation. All of this, places the Medical Sciences University of Holguín as the 3rd academic fortrate in Cuba.

Keywords: institutional Communication, knowledge management, scientific production, visibility.

Recibido: 27/04/2018.

Aprobado: 18/07/2018.

Introducción

La Universidad de Ciencias Médicas de Holguín (UCMHo), instituida el 13 de mayo del 2009, según la Resolución Ministerial 218/2009, alcanzó la categoría de Certificada el 10 de marzo del 2016, por la Junta de Acreditación Nacional de la Educación Superior de Cuba. Entre sus funciones se encuentran: el intercambio, la búsqueda, producción, divulgación y socialización de la información, para la formación del capital humano del Sistema de Salud del territorio.

La institución se inserta en un contexto complejo, en el que las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (NTIC) se caracterizan por la globalización e interconexión, a través de las redes de comunicación vía *Internet*.⁽¹⁾ En estos ámbitos novedosos se deben desarrollar su funciones: social, humanista, educativa, y los

compromisos nacionales e internacionales que satisfagan las necesidades de los servicios que brinda.

Para esta labor, se han tenido en cuenta los principios y valores éticos y morales de la Revolución; a partir de la preparación político-ideológica, científico-técnica y humanística sólida del claustro, los estudiantes y profesionales en formación; para fortalecer la imagen de Cuba en el mundo, frente a las campañas mediáticas desarrolladas por Estados Unidos para desacreditar a las Universidades cubanas, en particular al sector de la Salud.

La comunicación es una herramienta de gestión con valor estratégico, que se incorpora a los procesos sustantivos de la institución como requisito.⁽²⁾ Sin embargo, la interacción de la producción de conocimientos en la gestión de búsqueda y socialización es insuficiente; así como la preparación para el uso eficiente de las NTIC en los estudiantes, investigadores, docentes y directivos que conforman los claustros universitarios; cuestión contradictoria para el desarrollo profesional de los pre y postgraduados.

Si la investigación, la innovación, los avances y las nuevas tecnologías generan cambios y necesidades de aprendizaje de forma constante; entonces la comunicación es un aspecto esencial para materializar y perfeccionar estas actividades en el ámbito *trans, intra, y extra* de la comunidad universitaria, en su interrelación con sus clientes y la sociedad en general. ¿Cómo se comunican las personas cuando se produce el conocimiento? Los medios de difusión y la dinámica propia del desarrollo científico convocan al trabajo colaborado, cooperado y en equipo, donde la organización en redes es de gran utilidad. Referente al ámbito académico, las redes suelen ser interpretadas como mecanismos de apoyo e intercambio de información, que atraviesan fronteras y brindan un gran dinamismo, a partir de la conjunción de intereses respecto a una temática o problema.

A nivel gubernamental, se reconocen las ventajas, los peligros y retos de la NTC como herramientas para el desarrollo del conocimiento, la economía y la actividad político-ideológica, para su uso efectivo, pues "...se necesita trabajar con visión de país y la

participación intersectorial, interdisciplinaria y abierta, que permita construir una estrategia nacional que ponga a la tecnología y la infraestructura que debe acompañarle, al servicio de la construcción del Socialismo próspero y sostenible que se pretende”,⁽³⁾ al decir Miguel Díaz-Canel, presidente de los Consejos de Estado y de Ministros.

De manera que, su cumplimiento quedó explícito en los Lineamientos: 69, 70, 102, 103, 108, 111, 113, 114, 115, 117, 119, 123, 124, 125, 129, 130, 133, 134 y 209,⁴ aprobados en el VI Congreso del Partido Comunista de Cuba (PCC); así como los Objetivos: 37, 39, 43, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 53, 59, 60, 61, 62, 65, 66 y 67 reconocidos en la 1ra. Conferencia Nacional del PCC.⁽⁵⁾

En el diagnóstico aplicado se constató que, en la institución la cultura en relación con estos asuntos es aún limitada. Entre las problemáticas fundamentales se logró identificar que, la Comunicación Institucional no se considera una disciplina dentro de las ciencias sociales. A pesar de la presencia de mecanismos de intercambio y trabajo entre las diferentes estructuras, todavía persisten: el poco intercambio de información y conocimiento; la falta de una política de organización, socialización de la información y del conocimiento producido; y una cooperación débil y parcelada.

En el año 2015, debido a la ausencia de un Departamento de Comunicación Institucional, en la UCMHo se designó a una profesora del área de la Vicerrectoría General para el diseño y la concepción de los documentos que instituyen y regulan este proceso como: el Manual de Sistema de Comunicación Institucional, la Estrategia de Comunicación Institucional y el Plan Anual de Comunicación Institucional. Otros profesionales del organismo se insertaron progresivamente y contribuyeron a la emisión de información clave, para lograr la visibilidad y posicionamiento que necesita un centro de altos estudios.

Como sujetos activos, inmersos en el contexto de estudio de la investigación y diagnóstico realizados, propiciamos un análisis dialéctico desde una perspectiva crítica; hecho que nos permitió identificar el problema de: la insuficiente visibilidad de la UCMHo, debido a la ausencia de una Estrategia de Comunicación Institucional.

Este estudio tiene como propósito: evidenciar el sistema de acciones de la Comunicación Institucional, en función de la gestión de la visibilidad de la Universidad de Ciencias Médicas. Sin duda alguna, la Comunicación Institucional constituye un proceso vital para las universidades médicas, ya que incrementa el alcance y las perspectivas de sus procesos sustantivos coherentes, según los requerimientos de la Universidad innovadora actual y el Ministerio de Salud Pública.

Método

Para el desarrollo de la investigación, se tuvo en cuenta la estructuración del campo de la Comunicación Social en Cuba; así como la manera de ejecutar una correcta gestión de la investigación que se genera a partir de: las reflexiones teórico-epistemológicas necesarias, el abordaje de sus prácticas, nivel de reflexividad y los nexos entre sus protagonistas.⁽⁶⁾

De este modo, se procedió a un análisis teórico-conceptual, mediante la revisión bibliográfica sobre una parte de la literatura publicada en: 56 artículos y 13 libros de gestión del conocimiento; 27 artículos y 35 libros de comunicación institucional; 10 artículos y 8 libros de Administración, 2 libros de Sociología, todos en los idiomas: español, inglés y portugués; a partir de 4 dimensiones como: definiciones, tipologías, modelos y procesos en cada área de saberes.

Como métodos teóricos se emplearon: la síntesis y el análisis histórico-lógico, y como métodos empíricos: la revisión documental, observación científica, las entrevistas y el criterio de los especialistas.

Resultados

La gestión de la Comunicación Institucional (GCI) de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, proyecta como objetivo esencial: la organización de los procesos de construcción, distribución y retroalimentación de significados y mensajes; lo que requiere de un sistema que integre la planificación, organización, ejecución y evaluación, en función de la imagen global de la entidad.⁽⁷⁾

El proceso de mejora continua de la comunicación ⁽⁸⁾ tiene que ver con el manejo de información y el trabajo intenso, a partir de la formulación de competencias digitales; ambos esenciales para cualquier iniciativa relacionada con la integración educativa de las NTIC, para su desarrollo adecuado y la obtención de los resultados esperados.⁽⁹⁾

Unido a ello, se necesitan contenidos educativos digitales, diseñados y elaborados, que respondan adecuadamente a los retos tecnológicos, comunicativos y pedagógicos; procesos que ocurren simultáneamente con la actualización de la temática demandada por la educación dentro de la sociedad del conocimiento.⁽¹⁰⁾

Desde el año 2013, la UCMHo trabaja en el diseño e implementación de la Estrategia de Comunicación Institucional, que parte de las necesidades de mejora de su efectividad en la gestión y proyecciones de la demanda social de bienes y servicios; así como de sus políticas para la producción, formación, difusión del conocimiento y modulación de las singularidades de la comunicación, en cada proceso específico. Con este fin, se concibió el Plan Anual de

Comunicación Institucional, aprobado en el Consejo de Dirección de la Universidad. Su salida se adecuó a las especificidades de las sedes universitarias, a la Filial de Ciencias Médicas “Aridez Esteves” y a la Facultad de Ciencias Médicas y Estomatológicas “Mariana Grajales Coello”, las que chequean su cumplimiento cada 2 meses en sus niveles, cada 3 en el nivel de la institución, y se presenta 2 veces al año en el Comité Primario del Partido; proceso que contribuye a su perfeccionamiento sistemático.

Por la complejidad de la tarea, la condición de pionera de la UCMHo dentro del sector de la salud, y por no contar con un Departamento de Comunicación Institucional, se buscó como alternativa: un equipo multidisciplinario de activistas con funciones específicas de acuerdo a su perfil ocupacional, liderados por una profesora responsable de esta tarea.

Los especialistas designados representan a las esferas decisivas que facilitan la inmediatez de la información para: evaluar, canalizar, diseñar, elaborar, divulgar y visibilizar con

credibilidad el quehacer universitario; a través de los canales comunicativos instituidos, frente a las campañas subversivas que pretenden establecer una plataforma de restauración capitalista, neocolonial y neoliberal; orientada a fomentar la desideologización y desmovilización revolucionaria de la juventud como la cantera principal de formación de profesionales; los cuales se integran libremente en un espacio interactivo y de cooperación, sin fines de lucro e interesados en contribuir a la formación integral del profesional del sector.

Objetivo General de la Estrategia: consolidar la implementación del Sistema de Comunicación de la UCMHo, para facilitar el logro de los objetivos estratégicos institucionales y el desarrollo de sus procesos sustantivos, vinculados de forma permanente con el proceso de integración, en los centros de Educación Superior del territorio.

Objetivos específicos:

1. Fortalecer el trabajo del equipo con funciones específicas dentro de su perfil ocupacional, para alcanzar las metas iniciales propuestas; a partir del dominio adecuado de sus funciones principales, durante el cumplimiento de los objetivos estratégicos institucionales y el desarrollo de los procesos sustantivos.
2. Potenciar el funcionamiento de los canales de comunicación formales de la institución, que contribuyan a la construcción de significados compartidos con respecto a sus procesos fundamentales, para la transmisión de mensajes oportunos y pertinentes a los diferentes públicos.
3. Identificar los rasgos distintivos de la universidad, los públicos internos y externos, con una actitud favorable de la institución hacia ambos.
4. Evidenciar la contribución de la universidad al desarrollo de la sociedad, a través de los resultados de los procesos sustantivos que la fortalecen, ante un público diverso.

El Grupo de Comunicación Institucional tienen como misión: el posicionamiento de una identidad institucional de forma consciente y planificada, para consolidar una imagen única y alcanzar un mayor reconocimiento social, en el entorno con el que interactúa permanentemente; además de promover organizar y multiplicar dicha imagen, dentro de las redes y plataformas virtuales.

- Propiciar la información oportuna a los públicos internos y externos, a partir de las orientaciones de la máxima dirección con respecto al estado del proceso.
- Favorecer la implicación y el compromiso de la comunidad universitaria, con la utilización de los mecanismos de participación.
- Visibilizar y promover los resultados y evidencias de las variables pertinentes, identificadas por el proceso de evaluación institucional
- Contribuir a la sistematización de la divulgación y el empleo de la identidad visual de la Universidad.
- La participación activa de la comunidad universitaria, para consolidar el sistema de comunicación de las Ciencias Médicas de Holguín, el logro de los objetivos estratégicos institucionales y perfeccionamiento continuo de los procesos sustantivos, en los diferentes escenarios docentes de la provincia.

Aprovechar los escenarios de socialización de la Comunidad Universitaria como: la *Web*, el Foro, Universidad Virtual y las redes sociales, es de vital importancia; por lo que, En el Plan Anual de Comunicación Institucional de la UCMHo se concibieron acciones específicas en coordinación con el Departamento de Comunicación Institucional de la Universidad “Oscar Lucero Moya” y los funcionarios del Joven Club de Computación Provincial. Estas están dirigidas a la capacitación, el intercambio y entrenamiento de los cuadros de las organizaciones estudiantiles, políticas, de masas, directivos, estudiantes y docentes; en el tratamiento de los contenidos esenciales para el trabajo político-ideológico y en el manejo de las NTIC; para convertirlos en creadores potenciales de contenidos y de polémica en sus páginas, blogs y redes sociales.

El Grupo de Comunicación Institucional tuvo en cuenta estos aspectos, en la concepción de los contenidos esenciales, los cuales son ejes temáticos de los mensajes internos y externos en los espacios disponibles dentro y fuera del dominio salud, para un trabajo comunicativo y educativo efectivo sobre las bases de:

- Orientaciones emitidas por la Dirección del PCC, el Gobierno, el MES y el MINSAP.
- Política de Comunicación definida y aprobada por el Rectorado.

- Orientaciones con respecto a los procesos evaluación institucional y el seguimiento a la integración de los CES del territorio.
- Misión, visión y valores compartidos, definidos para la UCM.
- Estrategia maestra principal.
- Objetivos propuestos en la Estrategia del MES y el MINSAP.
- Estrategia de Comunicación “Más holguineros más podemos”.

A partir de los 5 ejes temáticos:

- 1.-Informaciones relacionadas con la necesidad e importancia de una acertada gestión de los procesos de comunicación en el MINSAP, el SNS y el MES.
- 2.-Prevalencia de la ética, valores y humanismo en los cuadros, trabajadores y estudiantes.
- 3.-Destacar temáticas relativas a la promoción de salud y prevención de enfermedades.
- 4.-Resaltar la labor de los trabajadores de la salud dentro y fuera del país.
- 5.-Enfatizar en la transmisión de mensajes orientados a promover la educación formal en los cuadros, trabajadores y estudiantes.

Temas que se trabajan y mensajes internos y externos:

1. “La obra de la Revolución en la Educación Superior a través de la gestión de la Universidad y sus centros de investigación”.
2. “El ingreso a la Educación Superior, enseñanza gratuita y de alta calidad para todos”.
3. “El derecho de los ciudadanos cubanos a la Educación Superior, sin excepción de ningún tipo”.
4. “La universidad como bien público y social”.
5. “La labor político-ideológica que se desarrolla en la universidad y la lucha contra la subversión del enemigo”.
6. “La formación integral de los profesionales en el contexto de las nuevas transformaciones, mediante la aplicación de las estrategias educativas en el eslabón de base”.
7. “La posibilidad de la superación de postgrado u obtención de un grado científico de Máster o Doctor en Ciencia; a partir de las líneas de interés investigativo del país, las necesidades territoriales y otras en las que pueda aportar al desarrollo científico”.

8. “Los aportes de la ciencia y la técnica a la gestión local del conocimiento para la solución de las necesidades territoriales”.
9. “El reconocimiento social a profesores y trabajadores destacados, por sus aportes a la Educación Superior”.
10. “La labor extensionista de la Educación Superior, como fundamento del trabajo sociocultural universitario”.
11. “La importancia de los programas antidrogas, salud, calidad de vida; así como el trabajo con las Cátedras Honoríficas y los proyectos comunitarios”.
12. “El trabajo de los estudiantes y su aporte al desarrollo de diversas tareas de impacto social. La internacionalización de la Universidad, como proceso de prestigio con aportes económico y científico”.
13. “La labor de las organizaciones estudiantiles, juveniles y sindicales de la Universidad, como exponentes de la democratización de nuestra sociedad”.
14. “El proceso de evaluación institucional, como exponente de la calidad de los procesos universitarios”.
15. “El proceso de integración de los CES y su papel en el fortalecimiento del sistema de Educación Superior territorial.
16. “Los logros alcanzados por la UCM en el territorio, nacionales e internacionales”.
17. “El conocimiento de la historia de la UCM para fortalecer la identidad”.
18. “Potenciar el trabajo educativo y político-ideológico, como pilar fundamental de la formación de los estudiantes”.

El papel activo de la UCMHo en las redes sociales, para contrarrestar campañas subversivas y construir alternativas para la expresión política; nos ofrece la oportunidad de multiplicar el quehacer cotidiano de la Comunidad Universitaria y la fuerza política de la Revolución. En estos escenarios, la universidad se posiciona desde la institución, las organizaciones estudiantiles y los perfiles liderados por los cuadros, estudiantes, trabajadores, docentes y académicos. Se articula la Red de Intelectuales; así como a las demás redes sociales, en defensa de la paz y los derechos humanos.

Las publicaciones como un componente fundamental de la ciencia y la actividad científica, avalan el nivel alcanzado por el claustro y constituyen otra de las direcciones priorizadas en el reconocimiento de esta Alta Casa de Estudios. La evaluación de su comportamiento tiene una importancia capital,^(11, 12) pues la ciencia es evaluación y esta última, un proceso social. Por eso, su desarrollo es determinante en los resultados que se obtengan.⁽¹³⁾ Se evalúan los autores, las ideas, novedosas, su difusión e impacto; así como el valor de las publicaciones; lo cual repercute en la política científica de la institución y sus nuevos rumbos.⁽¹⁴⁾

La provincia de Holguín cuenta con varias unidades de salud, conectadas por enlace arrendado a Infomed. Esto permite el acceso a todos los recursos de información disponibles en este portal. En la provincia, existen cuentas de correo electrónico, que facilitan la socialización del conocimiento entre los profesionales y estudiantes.

La institución cuenta con un Centro Provincial de Información de Ciencias Médicas (CPICM), adscrito a la UCMHo, el cual contribuye a la visibilidad de la producción científica holguinera, con una red de información compuesta por 61 unidades de información y 51 conectadas a Infomed. Se dispone de textos actualizados en todas las áreas de conocimientos curriculares, una amplia hemeroteca, un repositorio de tesis de Medicina y especialidades afines a las Ciencias Biomédicas. Posee una sala de referencia y literatura no médica, para el desarrollo de los programas de formación general, un catálogo en línea para la búsqueda y recuperación de la información en las diferentes colecciones.

Como parte de ello se encuentra al área de Gestión de Información, la cual cuenta con 32 colecciones temáticas a texto completo, debidamente indexadas y actualizadas sobre los principales problemas de salud de la provincia, así como programas y temas de salud priorizados, disponibles a través de la Web <http://www.hlg.sld.cu/bvs/> Ofrece consultas de productos informativos con un alto valor agregado como: hojas, paquetes, colección de libros a texto completo y el Repositorio Institucional de Tesis, con acceso desde cualquier lugar del país desde una PC conectada a Infomed.

Esta área posee una sala de navegación, donde se brindan servicios de referencias, préstamos de CD, educación a los usuarios, búsqueda de información actualizada y asistida.

(15)

El Centro Virtual para el Aprendizaje y la Investigación en Salud (CVAIS) es un recurso de mucha importancia para una adecuada gestión de la información y el conocimiento. Por medio de esta herramienta se atienden las necesidades de educación, derivadas de los programas de Alfabetización Informacional.

El área de Gestión de Información también realiza la evaluación de las páginas web del dominio *hlq.sld.cu* y la construcción de sitios web temáticos y asesorías. Desde allí se coordina la promoción de nuestros productos en los espacios de comunicación disponibles dentro del dominio salud y fuera (ejemplo: portal Infomed, blogs, sitios de salud, boletines, redes sociales (Facebook, twitter, entre otros). En las redes sociales Facebook y Twitter, la cuenta del área de Gestión de Información se actualiza diariamente y se tributa a las fuentes cooperadas de INFOMED como: CUMED, SECIMED y DIS. Las páginas web: www.hlg.sld.cu y www.hlg.sld.cu/bvs, se actualizan con noticias y fechas significativas.

El CPICM patrocina la revista Correo Científico Médico (CCM) de la Universidad de Ciencias Médicas de Holguín, fundada en 1997. Su proceso editorial se realiza a través de la Plataforma OJS, certificado por el CITMA. Se encuentra alojada en 12 bases de datos como: *Google Académico, Biblioteca Virtual de Salud, ScieloCuba, Latindex, SeCimed, Medigraphic Literatura Biomédica, Imbiomed, The Geneva Foundation, OCCL WorldCat, REDIB (Red Iberoamericana), TOCORORO y Actualidad Iberoamericana*. Cuenta con prestigiosos profesionales, todos miembros de su Comité Editorial. Mediante su Comité de Expertos Internacional se ha logrado la publicación de artículos de autores de otros países, muestra de su prestigio y dimensión actual.

Discusión

Divulgar los resultados de la producción científica y su impacto social, al reconocer los niveles de visibilidad nacional e internacional; atributos esenciales de la actividad científica.⁽¹⁶⁾

El desarrollo de la ciencia dentro de nuestra institución y el sector de la salud en la provincia, es una muestra plausible. En este sentido, se destaca la Clínica para la Investigación de las Ataxias Hereditarias, como máxima generadora de publicaciones científicas de alto impacto. La socialización de los resultados investigativos en los eventos científicos nacionales e internacionales, es otra modalidad importante para la visibilidad de la producción científica.

En ellos, se destaca la gestión del conocimiento como un proceso dinámico para su movimiento en la organización; mediante los recursos humanos, las tecnologías, los elementos y procedimientos que aluden a un eficaz proceso comunicativo.

Los resultados antes expuestos, corroboran el papel del Sistema de Comunicación Institucional propuesto, no sólo porque asegura el proceso de innovación desde su difusión y socialización en función del desarrollo de la sociedad, sino por su impacto positivo sobre la retroalimentación de la calidad de sus procesos decisivos. Además, enriquece la labor científica tecnológica y eleva la reputación de la organización.

El perfeccionamiento de esta dirección en el Consejo Provincial de las Universidades del territorio y en la Comisión de Comunicación Institucional es abordado con sistematicidad. La UCMHo participa con sistematicidad, en el intercambio, socialización de experiencias, colaboración y aprendizaje mutuo, para evaluar con objetividad el nivel alcanzado y reconocer fortalezas y debilidades.

Nos urge ser prudentes en la utilización de las diferentes herramientas disponibles, para el desarrollo de la evaluación de la propuesta, ya que la misma contribuye a elevar el nivel de reconocimiento del sector de la salud; así como examinar la dualidad entre el conjunto de actividades sociales y económicas; para paliar un tanto la incoherencia disciplinaria y, al mismo tiempo, el nivel de marginalidad que se les atribuyen, dentro de las Ciencias Sociales y de la ciencia de manera general.

La creación tecnológica no solo se trata de producir lo novedoso, sino de encontrar nuevas maneras de aplicar lo conocido.⁽¹⁷⁾ Este juicio confirma que el esfuerzo debe encaminarse paralelo a la identificación de las variantes, los principios que sustentan la práctica comunicativa y la práctica científica en la universidad y sociedad cubana en general. En las últimas 6 décadas se evidencia un mayor acceso y socialización, del conocimiento y la cultura.

Al reflexionar sobre este particular es posible afirmar que, en el contexto nacional con respecto al campo en cuestión, la aplicación de los elementos expuestos es, más que una necesidad imperante, la realidad palpable. Los elementos necesarios para su articulación están dispuestos y conscientes de la importancia de esta dirección; sin embargo, se impone lograr la sostenibilidad de estos procesos, así como continuar trabajando por elevar la cultura de la Comunicación Institucional la Comunidad Universitaria como sujeto activo, a través del empleo efectivo de las NTIC, un reto de la Universidad cubana contemporánea.

Conclusiones

- Los análisis realizados permiten concluir que: la comunicación institucional y su gestión, viabilizan y ponderan la información y el conocimiento; a través de las potencialidades que brinda la tecnología como los contenidos e insumos del proceso comunicativo que, a su vez, se enriquecen y transforman mediante diversas prácticas y herramientas, para la interacción entre los actores y públicos de interés.
- Los resultados investigativos evidencian el alcance de la visibilidad y socialización de la producción científica y el quehacer de la UCMHo, y consolidan sus procesos universitarios a favor del desarrollo sostenible, con la misión de formar los profesionales de la salud de Cuba y para el mundo, en consonancia con el eje estratégico: potencial humano- ciencia- tecnología- innovación; aspectos reveladores de la existencia de múltiples factores que permiten el desarrollo del proceso comunicativo.
- Contar con una Estrategia de Comunicación que consolida la imagen única de la universidad. Articular los canales comunicativos instituidos e insertar los procesos

sustantivos que la sostienen. La mejora continua y el perfeccionamiento, contribuyen a la visibilización sostenida de los resultados pertinentes, avalados en las entidades de Ciencia Tecnología e Innovación, en el ámbito de la investigación y formación de profesionales. El Centro Virtual de Aprendizaje e Investigación en Salud, y la revista CCM, certificada por el CITMA e indexada en importantes bases de datos, muestran la validez de la integración en este proceso de producción social tangible. Desde la acción generada por la comunidad universitaria y su entorno, en las esferas curricular, extensionista, ambiental, político- ideológica y su aporte a las nuevas visiones políticas micro y macrosociales, evidencian a la Comunicación Institucional como la 3^{ra} fortaleza académica, de las 33 enunciadas en el informe conclusivo de la Junta de Acreditación Nacional (JAN).

- El trabajo realizado por el equipo de Comunicación Institucional, contribuye al ahorro del presupuesto de la entidad. Según el listado normativo empleado por la Asociación de Comunicadores Sociales, un mínimo de \$5150 CUC, máximo \$ 13 225 CUC; y mínimo \$ 128 750 CUP y máximo \$ 330 625 CUP. Lo anterior, garantiza la complementariedad, optimización de esfuerzos, recursos y el funcionamiento adecuado de cada uno de los procesos. Todo esto contribuye a crear en la organización un espacio más coherente y dispuesto, en el cumplimiento de sus funciones y metas, a tono con los tiempos de *inter* y *trans*-disciplinariedad actual de saberes.

Referencias Bibliográficas

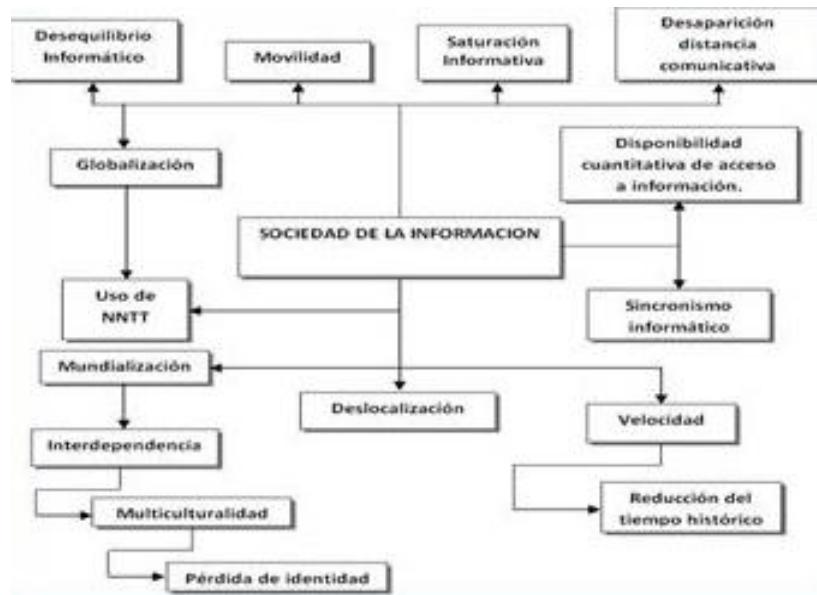
1. Castells M. La era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura. En: El poder de la Identidad. Vol.2. Madrid: Alianza; 1998.p.15-18.
2. Siddiq F, Scherer R, Tondeur J. Teachers' emphasis on developing students' digital information and communication skills (TEDDICS)En: A new construct in 21st century education. Comput Educ. 2015 [citado 21 jul 2016]. 1-93. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.compedu.2015.10.006>

3. Díaz-Canel Bermúdez M. Existe la voluntad de desarrollar la informatización de la sociedad. Granma.21 feb 2015; Secc. Cuba .Disponible en: <http://www.granma.cu/cuba/2015-02-21/existe-la-voluntad-y-disposicion-efectiva-del-partido-y-el-gobierno-cubanos-de-desarrollar-la-informatizacion-de-la-sociedad>
4. Partido Comunista de Cuba. Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución. La Habana: PCC; 2011[citado 15 may 2016]. Disponible en: <http://congresopcc.cip.cu/wp-content/uploads/2011/01/documentos/proyecto-lineamientos-pcc.pdf>
5. Partido Comunista de Cuba. I Conferencia del PCC;28-29 ene 2012. La Habana: Palacio de Convenciones; 2012.Disponible en: <http://congresopcc.cip.cu/congresos/i-conferencia-del-pcc>
6. Saladrigas Medina H, Olivera Pérez D. Emergencia de una red de conocimientos en el campo académico de la comunicación social en Cuba. Congreso Internacional de Información—INFO; 11 mar 2010. La Habana: EDICT; 2010.
7. Fuentes Navarro R. Investigación de la comunicación: referentes y condiciones de un diálogo transversal de saberes. Signo y Pensamiento.2010; 29(57):38-49.
8. Torres Guerra A. Manual de Sistema de Comunicación Institucional .[Tesis]Holguín: Universidad de Ciencias Médicas; 2015..
9. Lombard E. Information Fluency: Not Information Literacy 2.0. J Academic Librarianship. 2016[citado 21 jul 2016]; 42(3): 281 –283 Disponible en: en: <http://doi.org/10.1016/j.acalib.2016.04.006>
10. Barrio MG, Del CG, Garcia SA, Del V. Design and development of digital educational content: Institutional proposals and actions. Computers and Education: E-Learning, from Theory to Practice. UNESCO; 2007.

11. Núñez J. La ciencia y la tecnología como procesos sociales. Lo que la educación científica no debiera olvidar. La Habana: Félix Varela; 2007.
12. Núñez J. Conocimiento académico y sociedad: ensayos sobre política universitaria de investigación y posgrado. La Habana: UH; 2010.
13. Van Raan AFJ. Evaluation of research groups. En: Evered D, Harnett S (eds). The evaluation of scientific research. Chichester: John Wiley & Sons; 1990. p. 169-87.
14. López Yepes J. La evaluación de la ciencia en el contexto de las ciencias de la documentación. Investigación Bibliotecológica. 1999; 13(27):195-212.
15. Torres Fernández PA. La visibilidad internacional de los resultados de la investigación educativa: ¿Cómo estamos los cubanos? Transformación. 2012 [citado 4 abr 2013]; 8(2):114-128. Disponible en: <https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/transformacion/article/view/1618>
16. Arencibia Jorge R, de Moya Anegón F. Visibilidad internacional de la Educación Superior cubana en el período 2004/06: Análisis relacional de indicadores de producción, impacto y colaboración científica en revistas de corriente principal. La Habana: Universitaria; 2008[citado 4 abr 2013]. Disponible en: <http://eprints.rclis.org/11475/>
17. Mazrui A. A. ¿Transferencia o trasplante de tecnología? Correo de la UNESCO. 1982; XXXV(8-9):61.

ANEXOS

Anexo.1. Sociedad de la Información, Castells (1998).



Anexo 2. Identificación y caracterización del público objetivo (flujos de comunicación).



Anexo 3. Documentos normativos que estipulan la Comunicación Institucional.



Anexo 4. Imagen Visual de la UCMHo.



Anexo 5. Relación dialógica docencia, editorial e investigación.



Anexo 6. Tabla Económica

Nota: La tabla muestra una selección de trabajos, así como su valor en precios, según el listado normativo que emplea la Asociación de Comunicadores Sociales. Esta tabla no

recoge todo el trabajo realizado; por lo que el monto del aporte debe entenderse en un rango mayor.

Concepto	Precio	Precio	Cantidad	Subtotal	Subtotal
	Mínimo	Máximo		Mínimo	Máximo
Identificador (Logotipos)	150	400	2	300	750
Gigantografía	75	250	3	225	750
Carteles de Personalidades (Diseño)	50	200	1	50	200
Carteles de Personalidades (Serie)	25	100	20	500	2000
Boletín (Diseño)	350	550	1	350	550
Boletines (Ediciones Posteriores)	50	100	24	1200	2400
Boletines (Compendio)	50	100	1	50	100
Calendario de Pared	50	200	3	150	600
Calendario de Bolsillo	30	75	1	30	75
Calendario de Mesa	75	150	1	75	150
Marcador (suelto)	30	100	1	30	100
Póster	100	350	7	700	2450
Certificados	20	30	20	400	600
Pegatinas (etiqueta)	3	30	100	90	300
Pósteres Fotos de Fidel "90 aniversario" (Diseño)	100	350	1	100	350
Pósteres Fotos de Fidel "90 aniversario" (Serie)	10	20	90	900	1800
				Mínimo	Máximo
			TOTAL CUC	5 150	13 225
			TOTAL CUP	128 750	330 625



Esta obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[No Comercial 4.0 Internacional.](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)